

ABSTRACT

In der vorliegenden Arbeit wurde ein Medientraining für wissenschaftlich tätige Psychologinnen und Psychologen entwickelt und evaluiert. Im Fokus der formativ ausgerichteten Evaluation* standen die so genannten *Interviewübungen zwischen Journalist und Psychologe*, die als Sonderfall der Experten- Laien-Kommunikation charakterisiert werden konnten.

Mittels eigens entwickelter Evaluationsinstrumente gelang es, die *Vermittlungsaufgaben* (z. B. Erkenntnisgewinn einer These darlegen, professionelle Handlungskompetenz plausibilisieren, innerpsychische Veränderung erklären), die *laienorientierten Vermittlungstechniken* (z. B. Konstruktion einer Fallgeschichte, explizites Erläutern eines Fachkonzeptes, Verwenden von Metaphern und Analogien) und die einem interviewten Psychologen zugewiesenen kommunikativen *Rollenanforderungen* (Experte, Forscher, Praktiker) zu identifizieren.

Durch die detaillierte Analyse der Fragestile, derer sich die Journalisten bedienten, wurde es möglich, die manifest werdende Vermittlungsleistung des jeweils interviewten Psychologen als Produkt eines interaktionalen Geschehens zu beschreiben (a), den Einfluss des Journalisten- bzw. Trainerverhaltens auf das Antwortverhalten des Psychologen zu erfassen (b) und das durch Fragestil- und Frageart vermittelte Image der Wissenschaft Psychologie hermeneutisch zu erschließen (c). Darüber hinaus ließen sich die (inhaltsspezifischen und inhaltsunspezifischen) kommunikativen Erwartungen bestimmen, die Journalisten an Psychologen stellen sowie die „Abweichungen“ von diesen Erwartungen (psychologie- und wissenschaftsspezifische Vermittlungsdefizite aus Sicht der Journalisten resp. Trainer).

Die Vermittlungsschwierigkeiten und die zu ihrer Lösung eingeforderten Techniken hängen von der psychologischen Fachrichtung (u. a. klinische Psychologie, angewandte Psychologie) und von der Rolle im Interview ab (Psychologe als Experte, Psychologe als Praktiker). Indem sich bereichs- und rollenspezifische Anforderungen identifizieren ließen, sollte es zukünftig möglich sein, einzelne kommunikative Rollen gezielt zu trainieren und die Vertreter einzelner Fachrichtungen bedarfsgerecht zu coachen.

Insgesamt betrachtet, darf die gezeigte Vermittlungsleistung eines interviewten Psychologen nicht vorschnell als Ausdruck einer intrapersonalen Kompetenz gedeutet werden; vielmehr wird die Vermittlungsleistung sowohl durch die intentionale Grundausrichtung des Interviews (wohlwollendes vs. kritisches Interview) als auch durch die individuell divergierenden Fragetechniken der Trainer beeinflusst.

Laienorientierung seitens des interviewten Psychologen garantiert keinen krisen- resp. problemfreien Verlauf des Interviews. Aus Sicht des Interviewten stellt Laienorientierung (im Sinne eines Abrückens vom unhinterfragbaren Experten-Status) sowohl eine kommunikative Chance als auch ein kommunikatives Risiko dar, wobei sich risikobehaftete Laienorientierungen (Techniken) von weniger risikobehafteten Techniken diskriminieren lassen.

Um die Qualität der laienorientierten Vermittlungstechniken zu verbessern, sollten Schreib- und Gruppenübungen konzipiert werden, in denen die Trainingsteilnehmer die einzelnen Techniken einstudieren (z. B. Vorformulieren einer Fallgeschichte). Ziel muss es künftig sein, die Interviewübungen und die Theorie- und Schreibübungen funktional zu verzahnen.

Nicht alle kommunikativen Ziele (bzw. Journalistenerwartungen) lassen sich während der Interviewübungen einlösen. So ist etwa die Forderung, einen Sachverhalt konkret zu schildern, eher umsetzbar als die Forderung, einen Sachverhalt angemessen zu bewerten. Es sollte deshalb in Zukunft nur auf jene Verhaltensweisen während der Feedback-Sitzungen kritisch fokussiert werden, die auch tatsächlich korrigierbar sind. Dieser Hinweis erlangt besondere Relevanz, wenn man bedenkt, dass sich die Rückmeldungen der Trainer (Journalisten) als überwiegend defizit-orientiert erwiesen – und zwar ca. in einem Verhältnis von vier zu eins. Darüber hinaus sollten die Teilnehmer konkrete Techniken beigebracht bekommen, wie sie die *Reaktivität ihres Verbalverhaltens* überwinden können.

* Unter formativer Evaluation wird in dieser Arbeit eine Methode verstanden, die darauf ausgerichtet ist, ein Produkt (in diesem Fall ein Medientraining) qualitativ / konzeptionell weiter zu entwickeln.

0. ZUSAMMENFASSUNG

Ziel der Arbeit ist es, ein Medientraining für wissenschaftlich tätige Psychologen durchzuführen und zu evaluieren. Das Training fußt theoretisch auf dem Jülicher Modell (Göpfert & Peters, 1995); es stellt eine Modifikation dieses Modells dar. Zentraler Bestandteil des Trainings bildeten zwei Interview-Übungen: Das erste Interview diente dem Zweck, einen wissenschaftlichen Sachverhalt laiengerecht zu explizieren; das zweite Interview zielte darauf ab, einen wissenschaftlichen Sachverhalt mittels dezidiert journalistischer Techniken kritisch zu hinterfragen. Jeder Trainingsteilnehmer durchlief als Interviewter beide Interviewbedingungen. An dem Training nahmen 15 wissenschaftlich arbeitende Psychologen teil.

Die qualitative Evaluation des Trainings erfolgte formativ und diente somit der Qualitätsentwicklung resp. der konzeptuellen Neugestaltung des Trainingskonzeptes (Entwicklung von Leitlinien zur Optimierung des Trainings). Im Zuge der formativ ausgerichteten Evaluation gelang es, drei Evaluationsinstrumente zu entwickeln**:

1. Es konnte ein Kategoriensystem entwickelt werden, mit dessen Hilfe sich der Fragestil des Journalisten (Trainers) ebenso kodieren lässt wie die kommunikative Rolle, die einem interviewten Psychologen von Seiten des Journalisten zugewiesen wird (Evaluationsinstrument I). Die von Haller (1991) entworfene Typologie journalistischer Fragen bildete hierbei den Ausgangspunkt.
2. Es konnte ein Kategoriensystem entwickelt werden, durch das sich das Interviewgeschehen als interaktionaler Prozess sichtbar machen (a) und die „Wechselwirkung“ zwischen den kommunikativen Anforderungen (Vermittlungsaufgaben), den Techniken der Vermittlung und den kommunikativen Rollenanforderungen (Experte, Forscher, Praktiker) spezifizieren lässt (b). Das aus den Befunden der Experten-Laienkommunikation abgeleitete Kategoriensystem von Rambow (2003) diente als theoretischer Ausgangspunkt bei der Entwicklung des Instrumentes (Evaluationsinstrument II).
3. Mittels eines Kategoriensystems, dessen Ausgangspunkt das Hamburger Verständlichkeitsmodell bildete (Langer et. al., 1993), ließen sich jene kommunikativen Erwartungen resp. Anforderungen erfassen, die Journalisten an Psychologie-Experten im medialen Kontext stellen (Evaluationsinstrument III).

A. Evaluationsinstrument I: Ergebnisse

Das Spektrum der Fragestile reicht vom auffordernden Duktus (Status des Experten gesichert) bis zum demoralisierenden Frageduktus (Status des Experten bedroht). Ferner konnten drei kommunikative Rollen identifiziert werden, die den interviewten Psychologen während des Interviews zugewiesen wurden (Rolle des Experten, Rolle des Forschers, Rolle des Berufspraktikers).

Nimmt man die Fragestile der Trainer als Grundlage, so wird folgendes deutlich: Der Status von Psychologen (als Repräsentanten nicht-naturwissenschaftlichen Wissens) wird z. T. attackiert. Sowohl durch demoralisierende Fragen (1) als auch durch Interpretationsfragen (2), durch die sich der Journalist in Konkurrenz zum Psychologen begibt und seine eigenen Erklärungs- und Deutungsmuster gleichrangig neben jene des eigentlich ausgewiesenen Fachvertreters stellt. Insbesondere dann, wenn Psychologen *als Forscher* auftreten, sind sie mit starken Vorbehalten konfrontiert. *Psychologen sind akzeptierte Experten, aber keine akzeptierten Forscher.* Im Frageduktus drückt sich indirekt auch die Einstellung des Journalisten gegenüber der Wissenschaft Psychologie aus. Psychologie wird von den Trainern u. a. als Anachronismus bzw. Rückschritt „konzeptualisiert“ bzw. als manipulatorisches Spiel desavouiert. Psychologisches Wissen wird von den Trainern z. T. als *relativ und metaphorisch* eingeschätzt.

Erstes und zweites Interview unterscheiden sich substantiell voneinander. Das zweite Interview („kritisches Interview“) verkörpert in stärkerem Maße als das erste Interview („wohlwollendes Interview“) ein *kritisches kommunikatives Ereignis*: Dieser qualitative Wechsel zwischen den bei-

den Interviewblöcken war gewollt und steht somit im Einklang mit dem intendierten Trainingszweck.

Die Spannbreite der Interviews ist jedoch groß: In manchen Fällen (W9, W14, W15) ist der Unterschied zwischen erstem und zweitem Interview marginal, in anderen Fällen ist er signifikant (W2, W7, W10). Der Wechsel der Bedingungen (wohlwollend vs. kritisch) wird somit nicht in jedem Fall verwirklicht.

Der Fragestil (kritisch, insistierend, abfragend, motivierend) ist nur das Nebenprodukt einer veränderten kommunikativen Rollenanforderung sowie einer geänderten kommunikativen Ausgangsposition („Erklären“ vs. „Legitimieren“). Der kritische Charakter eines Interviews lässt sich an mehreren Kriterien ablesen (Stabilität der Rollenzuweisung, Persistenz von Verständnisfragen, Grad der Maskierung der journalistischen Intention).

Es gilt festzuhalten, dass die Trainer unterschiedliche Interviewbedingungen realisieren (Recherche- vs. Statement-Interview) [1], dass ihr individuell variierender Interviewstil mitverantwortlich sein dürfte für die jeweils gezeigte Vermittlungsleistung der Psychologen [2] und dass sie sich darin unterscheiden, inwiefern sie den Interviewpartner während des Interviews bei der Lösung seines Vermittlungsproblems zu unterstützen bereit sind [3].

B. Evaluationsinstrument II: Ergebnisse

Es lässt sich eine Typologie von Vermittlungsschwierigkeiten und von (damit korrespondierenden) Vermittlungstechniken aufstellen:

1. *Klinische Psychologen* sind vor ein Rechtfertigungs- bzw. Legitimierungsproblem gestellt. Ihr professionelles Handeln erweist sich als erklärungsbedürftig. Sie müssen den „Krankheitswert“ einer Störung verdeutlichen – möglichst anhand einer prägnant formulierten Fallgeschichte (Musterbeispiel). *Klinischen Psychologen* wird v. a. die kommunikative Rolle des *Praktikers* zugewiesen.

2. *Vertreter der Angewandten Psychologie* (v. a. AO-Psychologen) sind vor das kommunikative Problem gestellt, ein abstraktes Konzept (motivationale Bedingungen des Gesundheitsverhaltens, gute Führerschaft, Eigeninitiative) explizit zu erläutern. Aus diesem Grund bedienen sie sich vorrangig solcher Vermittlungstechniken (bzw. werden dazu aufgefordert, solche Techniken einzusetzen), mit denen sich ein wissenschaftliches Konstrukt in allgemein- sprachliche Begriffe „übersetzen“ lässt (explizite Erläuterung eines Fachkonzeptes). Ihnen wird v. a. die kommunikative Rolle des *Experten* zugewiesen. Je kritischer Vertreter der angewandten Psychologie befragt werden, desto stärker kommt es zu einer „Verschiebung“ der kommunikativen Rollenanforderung: Die Rolle des Experten geht in die Rolle des Praktikers über bzw. wird durch diese Rolle ergänzt. Bei kritischer Befragung ähnelt das kommunikative Problem, vor das Vertreter der angewandten Psychologie gestellt sind, jenem Problem, das sich auch den Klinikern bzw. Psychotherapeuten stellt: Sie sollen ihr professionelles Handlungsrepertoire als „Verhaltenstrainer“ bzw. „Ernährungscoach“ offen legen und legitimieren.

3. *Medizinische Psychologen* und *interdisziplinär forschende Psychologen* sind vor allem angehalten, eine wissenschaftliche These zu plausibilisieren. *Interdisziplinär arbeitende Psychologen* (z. B. Umwelt-, Architekturpsychologen) werden dezidiert in der *Rolle des Forschers* befragt: Diese Rolle wird den interdisziplinär arbeitenden Psychologen sowohl unter der wohlwollenden als auch unter der kritischen Interviewbedingung zugewiesen. Die starke Fokussierung auf die Rolle des Forschers kann als „Krisenindikator“ gedeutet werden: Der Rollen-Status der Forschers wird in besonders starkem Maße kritisch hinterfragt. So wie interdisziplinär arbeitende Psychologen werden auch *medizinische Psychologen* vorrangig in der *Rolle des Forschers* befragt: Ihre kommunikative Position ist jedoch weniger defensiv, d. h. sie werden weniger kritisch befragt. Durch die medizinische Ausrichtung der Forschung gewinnen psychologische Themen offenbar an Relevanz – und scheinen deshalb (aus Sicht der Medienvertreter) weniger legitimierungsbedürftig zu sein.

Psychologen, die als *Praktiker* befragt werden (insb. klinische Psychologen oder z. T. AO-Psychologen), sind v. a. aufgefordert, den qualitativen Unterschied zwischen krank und gesund zu illustrieren, einen innerpsychischen Prozess nachzuzeichnen und die eigene Handlungskompetenz transparent zu machen. Die primären Techniken, die hierfür eingesetzt werden, sind a) das Darlegen von Fallgeschichten und b) das Herausstellen des Potenzials einer Behandlungsmethode. Immer dann, wenn ein Psychologe als Praktiker befragt wird, sind es vor allem diese beiden Techniken, die von ihm eingefordert werden.

Psychologen, die als *Experten* befragt werden (insb. AO-Psychologen, Genderforscher, Lernpsychologen), sind v. a. aufgefordert, die Bestimmungsmerkmale eines psychologischen Sachverhaltes resp. Phänomens darzulegen sowie die Ursachen und Veränderungen eines psychischen Phänomens begreifbar zu machen (z. B. moderne Vaterrolle). Hierfür sind sie v. a. angehalten, ein Fachkonzept explizit zu erläutern, d. h. die einzelnen Konstituenten eines Fachkonzeptes in allgemeinverständliche Sprache zu „übersetzen“. Allerdings zeigt die Auswertung der Interviews, dass diese Übersetzungsleistung allein nicht ausreicht, sondern dass andere Vermittlungstechniken eingesetzt werden müssen, um das Fachkonzept vollständig zu explizieren: Insbesondere die Techniken „Fallgeschichte darlegen“, „Kontrastbildung vornehmen“ und „Beispiele schildern“ dienen dazu, ein Fachkonzept laiengerecht zu beschreiben. Diese Techniken sind instrumentell auf die übergeordnete Technik „Fachkonzept explizit erläutern resp. Fachkonzept alltagsnah übersetzen“ bezogen.

Psychologen, die als *Forscher* befragt werden, sind v. a. angehalten ihre These zu plausibilisieren (Erkenntniswert, Nutzen, etc.). Die primären Techniken, die hierfür eingesetzt werden, sind a) das Verwenden von Beispielen, aus denen explizite Schlussfolgerungen gezogen werden müssen und b) das Stützen der vorgetragenen Argumente auf empirische Evidenzen, wobei erfahrungsbasierte Evidenzen zwar angeführt werden können, aber vom interviewenden Journalisten i. d. R. nicht akzeptiert werden. Darüber hinaus müssen jene Fachkonzepte (insb. anhand von Beispielen, Metaphern und Analogien) explizit erläutert und alltagsnah reformuliert werden, die auf einem thesenartigen Substrat fußen (z. B. Sündenbock-Konzept von W8). In solchen Fällen ist es schwer, auf inhaltlicher Ebene (Vermittlungsaufgabe) zwischen „Forschungsthese“ und „Konstrukt resp. Phänomen“ zu trennen. Aufgrund der defensiven kommunikativen Lage, in der sich Psychologen, die dezidiert als Forscher befragt werden, häufig befinden, sind sie angehalten, die Technik „Gegenargumente aufgreifen und entkräften“ einzusetzen. Dieses „Technik“ korrespondiert mit der Vermittlungsaufgabe „Ethisch-gesellschaftlichen Wert der Forschung darlegen“ [Wert / Qualität].

C. Evaluationsinstrument III: Ergebnisse

Aus Sicht der Journalisten zeichnet sich die ideale Vermittlungsleistung eines Psychologie-Experten im medialen Kontext durch folgende Merkmale aus: Der wissenschaftliche Sachverhalt (Fachthema) muss *popularisiert* (z. B. durch das Übersetzen von Fachausdrücken) und *konkretisiert* werden (z. B. durch das Einbauen von Fallgeschichten). Darüber hinaus sollte der Sachverhalt in *kondensierter Form* dargeboten (z. B. durch das Bilden einer Kernaussage) und *argumentativ plausibilisiert* werden (z. B. durch das Offenlegen der einzelnen „Schritte“ der Argumentation). Darüber hinaus verlangen die Trainern von den Psychologen, dass sie ihr spezifisches Forschungsthema in einen übergeordneten (relevanteren) Kontext einfügen (z. B. durch das Demonstrieren von Überblickswissen) [1] und dass sie die praktischen Konsequenzen ihres forscherschen Arbeitens offen legen [2]. Neben diesen inhaltsspezifischen Merkmalen stellen die Journalisten (Trainer) auch inhaltsunspezifische Anforderungen: So erwarten sie von Psychologen, dass sie sich als Experten *inszenieren* (z. B. durch körperliche Präsenz und durch eine klar akzentuierte Sprechweise) und dass sie mit den Medienvertretern *kooperieren*. Als kooperativ gilt ein Psychologie-Experten aus Sicht der Journalisten (Trainer), wenn er verbale Angriffe sachlich abwehrt (a), die Journalistenfragen nicht kommentiert oder unbeantwortet lässt (b), positive nonverbale Signale sendet (c) und die „Interpretationsangebote“ des Journalisten nur dann zurückweist, wenn diese gänzlich inakzeptabel sind (d).

Den interviewten Psychologen gelingt es nicht, das Idealprofil der Trainer bzw. die journalistischen Erwartungen zu erfüllen. Bei der mediengerechten Vermittlung von Psychologie-Themen treten aus Sicht der Trainer sowohl Schwierigkeiten auf, die *wissenschaftsspezifisch* sind (z. B. ungenügender Aussagewert von Beispielen, mangelhafte Kondensatbildung) [1] als auch kommunikative Vermittlungsprobleme, die *psychologiespezifisch* sind (fehlender klinischer Anwendungsbezug; mangelnde Plausibilisierung des Nutzens) [2].

D. Qualität des Trainings: Bewertung des Trainings aus Sicht der Teilnehmer

Aus Sicht der Teilnehmer vermittelt das Training v. a. Wissen über das System Journalismus. Auch waren die Teilnehmer subjektiv davon überzeugt, ihre Themen nun besser präsentieren zu können. Die Teilnehmer glauben somit mehrheitlich, ihre Themen (zukünftig) besser darstellen zu können. Beim Vertrauen in den Journalismus fielen die Werte etwas schlechter aus. Dieses Ergebnis kann evtl. so gedeutet werden, dass es relativ schwierig ist, einen grundsätzlichen Einstellungswandel gegenüber den Medien (im Rahmen eines solchen zeitlich begrenzten Trainings) zu bewirken. Eine Teilnehmerin (W8) notierte auf ihrem Antwortbogen bezeichnenderweise, dass sie nun mehr Vertrauen habe in „guten Journalismus“. Das Training führte in nur geringem Maße dazu, die Teilnehmer zu einer eigenen publizistischen Tätigkeit zu bewegen. In diesem Ergebnis könnte sich der „reaktive Charakter“ des Trainings widerspiegeln. Allerdings stellt der Wunsch, selbsttätig publizistisch zu arbeiten, auch nur ein untergeordnetes Teilnahmemotiv dar (Vorab-Befragung).

E. Konzeptionelle Defizite des Trainings und Maßnahmen zur Qualitätsentwicklung

Folgende Maßnahmen erscheinen sinnvoll, um die Qualität des Trainings *im Hinblick auf die Zielgruppe der Psychologen* zu verbessern:

1. Neugestaltung der Interviewübungen im Sinne einer dreifachen funktionalen Ausdifferenzierung

- Funktionale Trennung zwischen der Interviewer- und der Trainerrolle

Der Interviewer sollte nicht sein eigenes Interview beurteilen; die Trainer blenden bei der Feedback-Runde ihr eigenes Verhalten fast gänzlich aus. Es erscheint daher sinnvoll, dass die Interviews von einem Trainer X geführt werden (in der Rolle als Journalist) und von einem Trainer Y im Anschluss daran bewertet werden (in der Rolle als Verhaltenstrainer). Diese Trennung ist ohne personellen Mehraufwand möglich – und sie kann auch als eine Art von gegenseitiger Supervision begriffen werden.

- Funktionale Trennung zwischen Interview als Simulation und Interview als Rollenspiel

Die Interviewübung sollte eindeutig als Simulation (1) oder Rollenspiel (2) konzipiert werden, wobei innerhalb eines Trainings beide Interviewtypen verwirklicht werden sollten. Die Interviewübung als Simulation sollte dem Zweck dienen, auf eine reale Sendung vorzubereiten (Training für die mediale Wirklichkeit); die Interviewübung als Rollenspiel sollte dem Zweck dienen, eine maximale laienorientierte Vermittlungsleistung zu erzielen.

- Funktionale Trennung zwischen den kommunikativen Rollen, die einem Interviewten zugewiesen werden – gemäß dem Prinzip „Ein Interview – Eine Rolle“

Mithilfe der Evaluationsinstrumente I und II lassen sich die kommunikativen Rollenanforderungen spezifizieren. Hieraus ergibt sich die Möglichkeit, einen differentiellen Trainingsansatz zu entwi-

ckeln – getreu dem Prinzip „Ein Interview – Eine Rolle“. Interview- Übungen könnten zunächst spezifisch als Experten-, Forscher- oder Praktiker- Interviews durchgeführt werden.

II. Trainerschulung („Train the Trainer“)

1. Das Spektrum *motivierender Fragen* muss besser ausgeschöpft werden; das Spektrum konstruktiv- kritischer Fragen sollten besser ausgeschöpft werden (statt demoralisierender Fragen sollten inhaltlich fundierte kritische Fragen gestellt werden).
2. Die Trainer sollten sich selbst und die teilnehmenden Wissenschaftler vor Beginn einer Interview- Übung stärker auf den kommunikativen Zweck der Übung verpflichten. Dies kann etwa durch die *öffentliche Abgabe einer Willenerklärung* gelingen, in der man den kommunikativen Zweck ausdrücklich darin sieht, einfach und laiengerecht zu sprechen. Möglicherweise wäre es sinnvoll, eine der Interview-Übung als Rollenspiel zu konzipieren, wobei jeweils ein Psychologe in die Rolle des Journalisten schlüpft und einer in die Rolle des Experten. Den Trainern käme dann die Aufgabe zu, die Popularisierungsleistung und die „journalistische“ Fragetechnik gemeinsam mit den anderen Trainingsteilnehmern zu analysieren. Durch den offensichtlichen Rollenspielcharakter wäre gewährleistet, dass eigentlich sekundäre Kommunikationsziele (wie z. B. die Demonstration von Expertentum) nicht dominant werden.
3. Die Trainer sollten den Teilnehmern konkrete Techniken beibringen, mit denen gelingen kann, die Reaktivität des eigenen Verhaltens zu überwinden (Techniken der aktiven Themenlenkung, etc.).
4. Die Trainer sollten nach dem Prinzip „Ein Interview – Eine Rolle“ handeln. Die Interviews sollten spezifisch als Experten- bzw. Forscher- Interviews geführt werden. Die Kombination zweier Rollen sollte – wenn überhaupt – bewusst erfolgen und als Steigerung der kommunikativen Anforderung begriffen werden.
5. Die Trainer sollten nicht zugleich als Interviewer und Beurteiler fungieren; eine Trennung dieser beiden Aufgaben ist insofern angezeigt als dass es dann leichter sein dürfte, die Mitverantwortung des Interviewers (Trainers) aufzuzeigen und etwaige Interaktionseffekte sichtbar zu machen.

III. Neukonzipierung der Schreibübung und der Wissensblöcke

Der Trainingseffekt (im Sinne einer verbesserten Interviewleistung) lässt sich vermutlich steigern, wenn die Theorie- und Schreib- Blöcke funktional auf die Interview-Übungen bezogen werden. *Dieser funktionale Bezug muss zwingend hergestellt werden, um ein solches Training effektiver zu gestalten.* Folgende Übungen sind wichtig:

- Übung I: Vorstellen und Erarbeiten allgemeiner Vermittlungstechniken, mit denen sich rollenspezifische Vermittlungsprobleme lösen lassen (z. B. Umkehr der semantischen Deduktion).
- Übung II: Vorstellen und Erarbeiten spezifischer Vermittlungstechniken, mit denen sich rollenspezifische Vermittlungsprobleme nach dem Prinzip „Ein Interview – Eine kommunikative Rolle“ lösen lassen.
- Gruppenarbeit: Offenlegen der Nachrichtenfaktoren eines Themas im Rahmen einer Schreibübung und schriftliche Explikation derjenigen Nachrichtenwerte, die während der Interviewübung eingelöst werden sollen.

Im Falle eines Medientrainings für Psychologen resp. Sozialwissenschaftler sollte die „Zwei-Welten-Theorie“ nicht als ideologischer Background fungieren; vielmehr sollte die partielle Kompatibilität der beiden Welten betont werden.

** Unter formativer Evaluation wird in dieser Arbeit eine Methode verstanden, die darauf ausgerichtet ist, ein Produkt (in diesem Fall ein Medientraining) qualitativ / konzeptionell weiter zu entwickeln.