

M. LOBSIEN. **Ueber die psychologisch-pädagogischen Methoden zur Erforschung der geistigen Ermüdung.** *Zeitschr. f. pädag. Psychol. u. Path.* 2, 273—286, 352—367. 1900.

L. giebt eine brauchbare Orientirung über die hauptsächlichsten zur Prüfung der geistigen Leistungsfähigkeit und Ermüdung bisher angewandten Verfahrungsweisen, insbesondere über die Rechen-, Dictir-, Gedächtnis- und Combinationsmethode, und beurtheilt in besonnener Kritik ihren methodologischen Werth.

W. STERN (Breslau).

B. BLÁZEK. **Ermüdungsmessungen mit dem Federästhesiometer an Schülern des Franz-Joseph-Gymnasiums zu Lemberg.** *Zeitschr. f. pädag. Psychol.* 1, 311—325. 1899.

Mit einem selbstconstruirten sinnvollen Federästhesiometer (die ausführliche Beschreibung und Gebrauchsanweisung ist im Original nachzulesen) macht B. Versuche an einer ungenannten Anzahl von Gymnasiasten ungenannter Altersstufen. Zu Beginn des Unterrichts, sowie nach Schluß jeder Stunde wurde die Tast-Distanzschwelle am Unterarm geprüft. Die gewonnenen Ermüdungscurven führt B. auf drei Grundtypen zurück. Der erste Typus zeigt in der ersten Hälfte der Schulzeit ein starkes Ansteigen der Ermüdung, das dann geringer oder auch negativ wird. Der zweite Typus, der von den weitaus meisten Fällen repräsentirt wird, weist einen mehrmaligen Wechsel von Ermüdung und Erholung auf, der dritte zeigt überhaupt keine nennenswerthe Ermüdung und Erholung. Seine Ergebnisse deutet nun Verf. zu folgender merkwürdigen Weise aus: Die Ermüdung in einer Stunde ist ein Zeichen, daß in ihr „gearbeitet“ worden ist. Die Erholung zeigt das Gegentheil an. Ein Knabe also, der von Stunde zu Stunde eine Erhöhung der Tastschärfe zeigt, hat während der ganzen Zeit „nicht gearbeitet“! Somit lehren die Versuche: „Die Mehrzahl der Knaben arbeitete bei fünfstündiger Schulzeit nur drei Stunden. Fünf Stunden hindurch arbeitete kein Schüler.“ Daraus geht hervor, „daß die dreistündige Unterrichtszeit als Maximum angesehen werden muß.“ Derartig voreilige und willkürliche Schlußfolgerungen können nur geeignet sein, die eben beginnende experimentelle Bearbeitung des Schuler müdungsproblems in ihrer Entwicklung zu hemmen.

W. STERN (Breslau).

H. GALE. **On the Psychology of Advertising.** *Psychological Studies by Gale* (1), 39—69. 1900.

Nach einer wenig erfolgreichen Umfrage bei Geschäftsleuten hat G. die Psychologie der Reclame durch mehr als 6000 Laboratoriumsversuche ergründen wollen, und zwar hinsichtlich ihrer beiden Zwecke, die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen, und dann: zum Kauf zu veranlassen. Er benutzte dazu den Anzeigenthail von amerikanischen „magazines“, dessen Seiten rasch vor dem Auge der Versuchspersonen vorübergeführt wurden, indem man sie im dunklen Zimmer kurz beleuchtete. Dabei erwiesen sich u. A. bedeutsame Worte als auffälliger, wie Abbildungen, und wurde die Wirkung der ersteren durch mehrfache Wiederholung noch gesteigert, die