

# Inhaltsverzeichnis

	<i>Einleitung</i> .....	11
	<i>Kognitive Karten im Spielfilm (Claudia Redtenbacher)</i>	
1	Einleitung.....	15
2	Kognitive Psychologie und Wissensrepräsentationsformen .....	16
2.1	Semantische Raum-Modelle .....	18
2.2	Produktionssysteme.....	23
2.3	Analoge Repräsentationssysteme.....	23
2.3.1	Vorstellungsbilder .....	23
2.3.2	Mentale Modelle.....	26
3	Kognitive Landkarten .....	27
3.1	Allgemeine Bemerkungen .....	27
3.1.1	Interaktiver Prozeß .....	30
3.1.2	Selektiver Prozeß .....	30
3.1.3	Strukturierungsvermögen.....	31
3.1.4	Form der Repräsentationen .....	32
3.1.5	Ähnlichkeit kognitiver Karten.....	32
3.1.6	Wegsuche .....	34
3.2	Das Bild der Stadt.....	35
3.2.1	Lynchs Untersuchung .....	37
3.2.1.1	Das Stadtbild und seine Elemente .....	39
3.2.1.2	Beziehung zwischen den Elementen.....	42
3.2.1.3	Die äußere Gestalt der Stadt .....	43
3.2.2	Kritik an Lynchs Untersuchung.....	45
3.3	Kognitive Landkarten als Schemata.....	46
3.4	Die Uneinigkeit der Kognitionswissenschaft.....	47
3.5	Der Spielfilm als kognitive Landkarte? .....	47
4	Fragestellungen .....	50
5	Operationalisierung der Fragestellung.....	51
5.1	Inhalt des Spielfilms „Jagd auf Roter Oktober“ (© 1990 by Paramount Pictures).....	51
5.2	Zusammensetzung und Beschreibung des Fragebogens.....	52

6	Ergebnisse.....	63
6.1	Die Elemente der kognitiven Karte.....	63
6.2	Kognitive Karte und allgemeine Faktoren.....	67
6.3	Kognitive Karte und filmspezifische Faktoren.....	68
7	Diskussion.....	70

***Der Einfluß kognitiver Schemata auf die Rezeption von Werbespots (Gerhard Lindner & Günter Kernbeiß)***

1	Vorwort.....	73
2	Theorien.....	75
2.1	Propositionen.....	75
2.2	Kognitive Schemata.....	79
2.3	Räumliche Vorstellungsbilder und Kognitive Landkarten.....	87
2.4	Gefolgerte Meinungen.....	96
3	Untersuchung.....	99
3.1	Hypothesen.....	99
3.2	Untersuchungsplan.....	101
3.3	Die Werbespots.....	102
3.4	Der Fragebogen.....	109
3.5	Die Untersuchungsteilnehmer.....	112
3.6	Ergebnisse.....	113
4	Resümee.....	118

***Das Museum als Erlebnisraum und seine Repräsentation in kognitiven Karten (Elisabeth Baumgartner & Wolfgang Trauner)***

	Vorbemerkung.....	121
1	Der Museumsraum als erlebter Raum.....	122
1.1	Der orientierte Raum.....	122
1.1.1	Wahrnehmungsraum.....	122
1.1.1.1	Stufen der Umweltwahrnehmung.....	123
1.1.1.2	Teilleistungen perzeptiver Informationsverarbeitungsprozesse.....	156

1.1.2	Handlungsraum .....	186
1.1.2.1	Der hodologische Raum.....	187
1.2	Der gestimmte Raum.....	189
2	Massenmediale Aspekte des Museums .....	196
2.1	Museumsboom .....	196
2.2	Das Museum als Massenmedium .....	197
2.2.1	Die Funktion des Massenmediums Museum.....	198
2.2.1.1	Reduktion und Kompensation von Defiziten.....	198
2.2.1.2	Inhaltliche und formale Nutzungskonsequenzen des Museums .....	201
2.2.1.3	Die Homöostase-Theorie von Kreidler und Kreidler .....	206
3	Untersuchung am Museum für Angewandte Kunst.....	207
3.1	Durchführung.....	207
3.2	Erhebungsinstrumente.....	208
3.2.1	Allgemeine Erläuterungen zum Fragebogen.....	208
3.2.2	Die Aufbereitung und Analyse der Fragebogendaten .....	210
3.2.3	Topologischer Invarianztest (TOP) - Durchführung .....	216
3.2.4	Auswertung des TOP .....	217
3.3	Überblick über die Auswertungsschritte .....	218
3.4	Ergebnisse.....	219
3.4.1	Die Ergebnisse zu den Daten des Fragebogens .....	219
3.4.2	Die Ergebnisse zu den Daten des topologischen Invarianztests .....	225
3.5	Interpretation der Ergebnisse.....	226
3.5.1	Handlungsscript.....	226
3.5.2	Wegerklärung .....	227
3.5.3	Skizze Vollständigkeit .....	228
3.5.4	Skizze Verzerrung.....	228
3.5.5	Skizze Merkzeichen .....	228
3.5.6	Skizze Wiedererkennen .....	229
3.6	Zusammenfassung .....	230
	<i>Literatur</i> .....	235