

I N H A L T

0.	EINLEITUNG	15
1.	PROBLEMSTELLUNG	17
1. 1.	Zur kognitiven Verarbeitung von Texten	17
1. 2.	Zur kognitiven Verarbeitung von Bildern	25
1. 3.	Zur kognitiven Verarbeitung von Text- Bild-Kombinationen	36
1. 3. 1.	Der Einfluß von Bildern auf die kognitive Verarbeitung von Texten	36
1. 3. 2.	Der Einfluß von Texten auf die kognitive Verarbeitung von Bildern	41
1. 3. 3.	Zusammenfassung	50
1. 4.	Zur Verarbeitung von Texten und Bildern im Rahmen audiovisueller Kommunikation	52
1. 4. 1.	Zur Rezeption von Fernseh- nachrichten	52
1. 4. 2.	Zur Rezeption von Fernseh- werbung	59
1. 4. 3.	Zusammenfassung	72
1. 5.	Allgemeine Fragestellungen und Hypothesen	74
2.	METHODE	83
2. 1.	Operationalisierung der Unabhängigen Variablen	83
2. 1. 1.	Unabhängige Variable "Kontextinhalt"	84
2. 1. 2.	Unabhängige Variable "Präsentationssequenz"	87

2. 2.	Operationalisierung der Abhängigen Variablen	88
2. 2. 1.	Bildwahrnehmung	88
2. 2. 2.	Bilderinnerung	91
2. 2. 3.	Bildbewertung	95
2. 2. 4.	Beurteilung des Werbespots	97
2. 2. 5.	Produktbezogene Werbewirkung	98
2. 3.	Realisation des audiovisuellen Materials	100
2. 4.	Versuchspersonen und Versuchsablauf	103
2. 5.	Versuchsplan	105
2. 6.	Experimentelle Hypothesen	108
2. 7.	Auswertung und Verrechnung der Daten	111
3.	ERGEBNISSE	113
3. 1.	Bildwahrnehmung	113
3. 1. 1.	Visuelle Zuwendung zu den kritischen Bildinformationen	117
3. 1. 2.	Visuelle Exploration der Bildinformationen	121
3. 2.	Bilderinnerung	123
3. 2. 1.	Genauigkeit der Bilderinnerung für das kritische Bildelement	123
3. 2. 2.	Wiedererkennen des kritischen Bildelementes	128
3. 3.	Bildbewertung	131
3. 4.	Beurteilung des Werbespots	135
3. 5.	Produktbezogene Werbewirkung	139
4.	DISKUSSION	145
5.	ZUSAMMENFASSUNG	157

6.	ANHANG	161
6. 1.	Instruktionen	162
6. 2.	Auszug aus dem K-L-T (nach DÜKER & LIENERT 1959)	164
6. 3.	Mündliche Befragung zur Bilderinnerung	165
6. 4.	Schriftliche Befragung	
6. 4. 1.	Semantisches Differential nach NOHL (1977)	167
6. 4. 2.	Modifizierter BRC-Test	168
6. 4. 3.	Fragen zur produktbezogenen Werbewirkung	169
6. 5.	Berechnung der Bilderinnerungswerte	170
6. 6.	Geräte und Material	172
6. 7.	Ergebnisse der Faktorenanalysen	173
7.	LITERATUR	179