

š Gießener Abendgespräche Kognition und Gehirn

Mittwochs, 18 bis 20 Uhr, Raum: F9

17.11.2010

Hilfreiche Landmarken und SQUARELAND

Kai Hamburger

Allgemeine Psychologie und Kognitionsforschung, Justus-Liebig-Universität Gießen

Kai.hamburger@psychol.uni-giessen.de

Der Begriff *Landmarke* ist im Bereich der Raumkognitionsforschung weit verbreitet. Er beschreibt klassischerweise ein Objekt, das sich deutlich von seiner Umgebung abhebt (pop-out; Kontrast) und somit *salient* wird. Es wird hierbei sehr schnell deutlich, dass bei dieser Art der Definition meist implizit von einer visuellen Erscheinungsform einer Landmarke ausgegangen wird. Bislang ist jedoch noch nicht ausreichend erforscht, was ein Objekt überhaupt zu einer Landmarke werden lässt, so dass sie uns beim Wegfinden hilfreich unterstützen kann. In diesem Vortrag beschäftige ich mich daher mit der übergeordneten Frage, welche Eigenschaften ein Objekt zu einer Landmarke werden lassen: (1) Präsentations- und Abrufmodalität (visuell, akustisch, verbal); (2) Semantik (Berühmtheit, Bekanntheit); (3) Interkulturelle Einflüsse; (4) Lernformen für die Akquisition von Landmarken- und Routenwissen (Exploration, verbale Routenbeschreibung, Karte); (5) Räumliches Lernen am Modell (entwicklungspsychologisch). Ich werde aufzeigen, dass die Verarbeitung von Landmarken sowie die Aneignung und der Abruf von Landmarkenwissen weit über das visuelle System hinausgehen. Abschließend wird noch eine kritische Auseinandersetzung mit den verschiedenen Forschungsmethoden in diesem Bereich erfolgen.