

„MUSS NICHT PROBLEMATISCH SEIN“

Medienpsychologe Jörg Matthes über Grenzen und Chancen von Second Screen.



Jörg Matthes, Vorstand des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Uni Wien, sieht aus medienpsychologischer Perspektive auch Möglichkeiten in der reduzierten Second-Screen-Aufmerksamkeit.

Das Konzept Second Screen impliziert geteilte Aufmerksamkeit. Wie viele mediale Informationen kann der durchschnittliche Rezipient bewusst aufnehmen?

Jörg Matthes Das hängt natürlich von der Komplexität der Information, der Fähigkeit und der Motivation der Rezipienten ab. Daher kann man keine pauschale Messlatte vorgeben. Klar ist aber auch, dass die menschliche Informationsverarbeitungskapazität begrenzt ist. Schon bei zwei zeitgleichen Kanälen kann die Information aus beiden nicht mehr voll aufgenommen werden.

Spielt das Alter hier eine Rolle?

Die Wahrscheinlichkeit der vollständigen Informationsaufnahme sinkt natürlich etwas mit dem Alter, allerdings können auch ältere Menschen genauso kognitiv leistungsfähig sein wie jüngere. Die Frage ist nur, ob das in allen Situationen, zu allen Tageszeiten und unter allen Kontextbedingungen so ist. Zudem zeigen Studien, dass die Fähigkeit, sich von Ablenkungen nicht stören zu lassen, mit dem Alter sinkt. Das bedeutet, die kognitive Erholung von einer

Ablenkung erfolgt langsamer, man braucht länger, um sich wieder auf den ursprünglichen Reiz zu konzentrieren. Sie sitzen beispielsweise im Restaurant und suchen sich eine Speise auf, werden dann aber durch einen anderen Reiz – ein alter Bekannter kommt beispielsweise plötzlich vorbei – abgelenkt: Hier macht das Alter einen Unterschied, wie gut und schnell man zu ursprünglichen Aufgabe, dem Aussuchen der Speise, zurückkommt.

Wie müssen TV-Macher ihre Second-Screen-Angebote nun konzipieren, damit sich Synergien bilden und nicht das ursprüngliche Format kannibalisiert wird?

Die Aufmerksamkeit für das primäre Angebot muss zwangsläufig sinken. Allerdings muss das nicht problematisch sein, denn schlussendlich zählt, dass die wichtigen Informationen hängen bleiben. Wenn sich die Second-Screen-Nutzer auf diese zentralen Informationen bezieht, kann sogar ein erhöhter Lerneffekt erfolgen, da die zentralen Informationen tiefer verarbeitet und elaboriert werden, nur die unwichtigeren bleiben weniger hängen.