

Die strenge Nachrichtendiät des „Überfliegens & Scrollens“ kann am Frühstückstisch oder in Schwellenländern nicht überzeugen

Heutzutage laufen vielen Debatten nach einem Entweder-oder-Muster ab, das dafür sorgt, dass scheinbar unüberbrückbare Gegensätze in den Vordergrund treten. Dabei werden oft falsche Wahlmöglichkeiten angeboten, die nie vollständig überzeugen und nur für weitere Spaltung sorgen. Das Gleiche kann über die gängigen Annahmen bezüglich der Nachrichtennutzung aus Druck- und Digitalmedien gesagt werden. *Entweder* beziehen wir alle unsere Nachrichten über digitale Kanäle ... auf der Stelle, aber häufig mit zweifelhafter Herkunft, Wahrheit und Tiefe ... *oder* wir lesen sie in gedruckter Form mit natürlich bedingtem zeitlichen Verzug und der „Muskelanstrengung“ des Umblätterns von Seiten.

Doch wie verhält es sich mit einer friedlichen Koexistenz als drittem Weg? Verschiedene Zeitungen in den USA haben in letzter Zeit Umfragen durchgeführt, bei denen sich herausstellte, dass die Menschen zumindest am Sonntag, wenn sie entspannter sind, das physische Erlebnis genießen, etwas in ihren Händen zu halten, während sie die verschiedenen Teile der Zeitung nach Themen durchgehen, die sie interessieren, um diese ausführlich zu lesen. Und dann sind da auch noch die Coupons. Wer möchte schon ständig noch etwas von seinem Smartphone oder Laptop ausdrucken? Durch diese Erkenntnis beflügelt, haben zahlreiche Verlage sehr erfolgreiche Marketingkampagnen rund um diese Themen durchgeführt.

Natürlich sind heute alle Menschen so stark beruflich und privat in Anspruch genommen wie noch nie. Werktags überfliegen sie unterwegs meist Meldungen an ihren Smartphones oder sie lesen bei der Arbeit Eilmeldungen oder wichtige Nachrichten an ihren Computern. Die Anhänger digitaler Nachrichten argumentieren, dass sie wegen dieser Möglichkeiten besser informiert sind und bezüglich weltweiter Ereignisse in Echtzeit auf dem Laufenden bleiben, statt sich erst abends zu Hause informieren zu können.

Andererseits gibt es bestimmte neurologische, psychologische und intellektuelle Folgeerscheinungen einer übermäßigen Nutzung digitaler Inhalte. Beispielsweise warnen Augenärzte vor digitaler Augenüberlastung, die von zu langem Starren auf Computermonitore und digitale Geräte herrührt.

Doch ob langfristige Netzhautschäden oder nur Schlafmangel aufgrund des sogenannten Blaulichteffekts von Computerbildschirmen und anderen Displays die Folge sind, wir werden diese unvermeidlichen und geradezu unverzichtbaren Geräte bestimmt nicht aus unserem Leben verbannen und sollten dies auch nicht tun. Wir können jedoch ihre Effekte abmildern. Denken wir nur daran, wie weit sich die Druckqualität in jüngerer Zeit entwickelt hat und welche Rolle Zeitungen im heutigen Informationszeitalter nach wie vor spielen.

Durch die Ergänzung des Online-Medienkonsums mit dem Lesen traditioneller Druckerzeugnisse, die heute schneller und mit einem höheren Maß an haptischer Klarheit,

Lebendigkeit und zeitgemäßer Relevanz denn je produziert werden, können wir gemäß den Ergebnissen von Studien auch davon profitieren, dass wir uns beim Lesen besser auf die Informationen konzentrieren, uns diese besser merken und folglich als verantwortungsbewusste Bürger handeln können.

Ob in aufstrebenden Volkswirtschaften, in denen sich Bildung und bürgerschaftliches Engagement im Aufwind befinden, oder in eher reifen Zeitungsmärkten, die Bedeutung weiterer Fortschritte bei bedienungsfreundlichen Drucksystemen, wie der NEXPRESS Plattform, prozessfreien Druckplatten und der CTP-Thermobebildungstechnologie von Kodak, kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Diese neuen Technologien tragen zur Verringerung des Verbrauchs von Chemie, Energie und Wasser sowie des Abfallaufkommens bei der Herstellung gedruckter Inhalte bei, wodurch die Druckindustrie profitabel und nachhaltig bleiben kann. Sie bieten Druckereien auch neue Möglichkeiten, um Druckerzeugnissen mit Angeboten wie Metallicfarben, dreidimensionalen Effekten und unterschiedlichsten Bedruckstoffen einen unverwechselbaren Alleinstellungscharakter zu verleihen. Dies verbessert in letzter Konsequenz das Leseerlebnis durch eine größere Bandbreite von Oberflächenstrukturen und Farben sowie endlose Möglichkeiten in Bezug auf bedruckbare Materialien.

Laut der von der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) erstellten Studie „Global Entertainment and Media Outlook 2016-2020“ legt die weltweite Verbreitung von Zeitungen trotz der Rückgänge im Westen zu. Diese Zuwächse werden in hohem Maße von der Beliebtheit von Zeitungen in den „aufstrebenden Gesellschaftsschichten“ in Teilen des asiatisch-pazifischen Raumes sowie Lateinamerikas befeuert. In dem Bericht von PwC wird weiter ausgeführt, dass sich „aufgrund der wachsenden Zeitungsauflagen in Schwellenländern eindeutige Chancen für künftiges Ausgabenwachstum in diesen Märkten ergeben, da die Zielgruppen eine kritische Größe erreichen.“

Doch lassen wir für einen Augenblick solche finanziellen Aspekte außer Acht und wenden wir uns dem Leseerlebnis von Endverbrauchern zu – jenen Leuten, die ihre Wochenendzeitungen gerne auf dem Frühstückstisch ausbreiten. Eine vor Kurzem vom britischen *Guardian* durchgeführte Studie untersuchte die Merkfähigkeit von Testpersonen, nachdem diese eine Kurzgeschichte in gedruckter und elektronischer Form an Tablets gelesen hatten. Die Untersuchung ergab, dass die Tablet-Leser deutlich schlechter abschnitten als die Taschenbuchleser, als sie gebeten wurden, die Handlung der Geschichte nachzuerzählen.

Einer der wesentlichen Faktoren, die zu diesem Ergebnis führten, könnte mit dem Konzept des „tiefgründigen Lesens“, zusammenhängen, welches gedruckte Lektüre ermöglicht. Tiefgründiges Lesen bedeutet, dass sich ein Leser mit voller Aufmerksamkeit einem Text widmet. Dies steht im Gegensatz dazu, wie Menschen Inhalte im Internet lesen: durch schnelles Überfliegen und Scrollen, wobei ihr Blick von relevanten, wichtigen Fakten weg und hin zu den absichtlichen Ablenkungen der Clickbaits (Klickköder) springt.

Die Oberflächlichkeit und Konzentrationsdefizite, die sich in unser Leseerlebnis eingeschlichen haben, haben verschiedene Folgen für die oben erwähnten Schwellenländer.

Wie überall auf der Welt sind Leser, die ihre digitalen Nachrichten-Feeds nur schnell überfliegen, anfälliger für jene Art politisch motivierter, psychologischer Manipulation, über die wir in Zusammenhang mit den meistgenutzten Social-Media-Plattformen gerade erst mehr zu erfahren beginnen.

Dies führt uns zum Konzept des „tiefgründigen Lesens“ zurück, von dem Robert P. Waxler und Maureen P. Hall in ihrem Buch „*Transforming Literacy: Changing Lives Through Reading and Writing*“ sagen, „dass Menschen Aufmerksamkeitsfähigkeiten nutzen und entwickeln müssen, um umsichtig und mündig sein zu können.“ Wenn es etwas gibt, was ernsthaft interessierte Menschen benötigen, ist es aufmerksam zu sein und immer wissen zu wollen, woher ihre Nachrichten stammen.

Man sollte nun aber nicht annehmen, dass Zeitungen die Leser mit einem intellektuellen Anspruchsniveau konfrontieren, welches sie zu ihren digitalen Geräten zurücktreibt. Im Gegenteil. Bei einer kürzlich von der kanadischen Neuromarketingfirma *TrueImpact* durchgeführten Studie wurden die Effekte des Marketings auf Papier mit jenen digitaler Medien verglichen. Die Erkenntnisse? „Die geistige Verarbeitung gedruckter Werbematerialien erfordert 21 % weniger kognitive Anstrengung als digitale Medien.“ In einem die Studie begleitenden Testlauf stellte sich heraus, dass bei gedruckten Materialien die Markenerinnerung um 70 % höher war – was für Werbekunden sehr interessant sein dürfte.

Wenn Sie also das nächste Mal eine Zeitung lesen, die auf einer der heutigen Hightech-Druckmaschinen produziert wurde, dann denken Sie an den Nutzen, den sie Ihren kostbaren Augen, Ihrem anspruchsvollen Intellekt sowie Ihrem bürgerschaftlichen Interesse bringt.“

###

Rich Rindo, General Manager, Offset Print und Vice President, Print Systems Division, bei Kodak.