

Aktivierungsmessung

Emotionen sichtbar machen

Emotionen sind schwer zu erforschen – umso mehr, wenn sie bereits vergangen sind und im Nachhinein, z.B. in Befragungen, thematisiert werden sollen.

Die phaydon-Aktivierungsmessung bietet als Verfahren zur zeitsynchronen Erfassung emotionaler Reaktionen eine Lösung für dieses Problem. Mittels eines Pulssensors erheben wir psychophysiologische Daten zur körperlichen Aktivierung (Pulsvolumenamplitude). Diese geben Aufschluss über die Stärke von emotionalen Prozessen, die der Zuschauer während der Rezeption eines Fernsehformats oder Werbespots durchläuft. Der phaydon-Pulssensor wird dabei bequem als Fingermanschette getragen und verlangt keinerlei Aufmerksamkeitsleistung.

Die Daten geben Aufschluss über die körperliche Reaktion bei Anspannung oder Entspannung und liefern damit - jenseits von Kognition bzw. Rationalisierung - unbeeinflussbare Informationen zum emotionalen Erleben. Aktivierungsdaten sind aber zunächst „wertfreie Daten“, d.h. sie geben von sich aus keine eindeutigen Hinweise auf die Qualität der gezeigten Emotion (Langeweile, Ekel, Freude), sondern lediglich auf ihre Stärke (emotionales Involvement) bzw. Richtung (Valenz der Emotion). Die aus der Aktivierungsmessung gewonnenen Muster müssen daher in Kombination mit Verlaufsbewertungen auf ihre emotionale Bedeutung (Qualität der Emotion) hin interpretiert werden. Mit ergänzenden Daten aus Gruppendiskussionen decken wir die Ursachen der Emotionen auf und leiten konkrete Empfehlungen zur Optimierung des Stimulus ab.

Spezielle Vorteile der Aktivierungsmessung

Mittels Aktivierungsmessung ermöglichen wir einen direkten Einblick in die Gefühlswelt der Zuschauer. Bewertungen, die nach Sendungsende vorgenommen werden, interpretieren wir vor dem Hintergrund des tatsächlichen Rezeptionserlebnisses und überprüfen sie in ihrer Aussagekraft. Durch die Einbeziehung von Dramaturgie, Figuren, Tonalität etc. identifizieren wir Höhe- und Tiefpunkte im Sendungserleben und leiten hieraus konkrete Empfehlungen für die Optimierung des Stimulus ab.



Einsatzbereiche

- Medienformat-Posttest
- Serien-Checkup
- Trailer-Test
- Medien-Echtzeit-Wirkungsanalyse