

Abstract

In den Theorien zur Aufmerksamkeitslenkung (ua. FIT, Treisman, 1980; GST, Wolfe, 1990) wird zwischen verschiedenen Attributen unterschieden, anhand derer die Aktivierung betrachteter Objekte bei einer visuellen Suche berechnet wird. Eine solche Dimension ist unter anderem die Farbe des Objekts. In mehreren Versuchen wollten sich Trapp und Wienrich (2016) dies zu Nutze machen, um die Suche nach App-Icons auf Touchgeräten zu optimieren. Hierbei wurden die Icons in semantische Kategorien eingeteilt und entsprechend farblich markiert. Sie entdeckten einen kleinen Effekt bei den Probanden, sie sich dieser Gruppierung bewusst waren. Bei ihren Versuchen wechselten die Icons zwischen den Suchen den Ort. Da dies nicht dem tatsächlichen Verhalten von Apps auf einem Touchgerät entspricht, erweitert diese Arbeit die Versuche um den Faktor des Ortes. Die Orte der Icons konnten zwischen den Suchvorgängen wechseln (flexible Orte) oder aber konstant bleiben (feste Orte).

Ein Experiment mit $N=12$ Versuchsteilnehmern konnte bestätigen, dass unter der Bedingung der festen Orte ein Reaktionszeitgewinn zu verzeichnen ist. Dies lässt sich durch einen Lernprozess erklären. Außerdem konnte ein Lerneffekt über die Blöcke des Versuchs gemessen werden. Für einen Einfluss der farblich markierten semantischen Kategorisierung auf die Reaktionszeit wurde kein Hinweis gefunden. Dies lässt sich zum einen auf den geringen Stichprobenumfang zurückführen, kann aber auch an der geringen Menge zu lernender App-Icons gelegen haben.