



**Angewandte
Psychologie**

Psychologisches Institut

Medienkompetenz und Ablenkung

07. November 2024

Lilian Suter, MSc

Workshop am Vernetzungsevent des Digital Learning Hub

Inhalte & Ablauf

- **Verändern Medien, wie unser Gehirn funktioniert?**
- **Aufmerksamkeit und Ablenkung**
- **Wann und wie erlebt oder beobachtet ihr Ablenkung im schulischen Kontext?**
- **Ablenkung durch...**
 - **Externale Ablenkung & Tipps**
 - **Internale Ablenkung**
- **Ablenkung durch Langeweile**
 - **Arten und Gründe von Langeweile**
 - **Strategien gegen Langeweile**
- **Zusammenfassung**
- **Ihr seid dran: Analyse der Situation und Erarbeiten passender Strategien**



Kein direkter
KI-Bezug

Verändern Medien, wie unser Gehirn funktioniert?

How Smartphones Are Rewiring Our Brains, Why Social Media is

How mobile phones have changed our brains

A Deep Dive Into The Shrinking Attention Span

Solche Aussagen sind wissenschaftlich nicht bestätigt!

(vgl. Lodge & Harrison, 2019).

Aufmerksamkeit und Ablenkung

- Es gibt Studien, die aufzeigen, dass sich **Medien negativ auf Aufmerksamkeit** (z.B. im Lernkontext) auswirken.
 - Dies wird primär mit dem **grösseren Ablenkungspotential** von digitalen Medien begründet und
 - den negativen Konsequenzen von **Multitasking**,
 - nicht jedoch mit veränderten Gehirnstrukturen (vgl. Lodge & Harrison, 2019)
- Aufmerksamkeit = **Kognitive Fähigkeit**
- Der Mensch hat nur **limitierte kognitive Ressourcen**, in einem Umfeld mit (i.d.R.) unendlich vielen Reizen. Daher müssen wir unsere Aufmerksamkeit steuern und **priorisieren**, was oder wem wir Aufmerksamkeit geben.
- Typisches Beispiel: Cocktail Party Effekt
- Steuerung der Aufmerksamkeit:
 - Gezielt/bewusst vs. **unfreiwillig → Ablenkung**



Jetzt seid ihr dran!

- 1) Schreibt eure individuellen Antworten auf die folgende Frage auf je ein Post-it: **Wann und wie erlebt oder beobachtet ihr Ablenkung im schulischen Kontext?** Zeit: 3 Minuten, individuell.

Jetzt seid ihr dran!

- 1) Schreibt eure individuellen Antworten auf die folgende Frage auf je ein Post-it: **Wann und wie erlebt oder beobachtet ihr Ablenkung im schulischen Kontext?** Zeit: 3 Minuten, individuell.
- 2) Bildet Gruppen von ca. 3 Personen und tauscht euch aus: **Wann und wie erlebt oder beobachtet ihr Ablenkung im schulischen Kontext?** Zeit: 7 Minuten, in Gruppe. Sortiert doppelte Post-its aus.

Jetzt seid ihr dran!

- 1) Schreibt eure individuellen Antworten auf die folgende Frage auf je ein Post-it: **Wann und wie erlebt oder beobachtet ihr Ablenkung im schulischen Kontext?** Zeit: 3 Minuten, individuell.
- 2) Bildet Gruppen von ca. 3 Personen und tauscht euch aus: **Wann und wie erlebt oder beobachtet ihr Ablenkung im schulischen Kontext?** Zeit: 7 Minuten, in Gruppe. Sortiert doppelte Post-its aus.
- 3) **Entscheidet in der Gruppe, ob die Ablenkung pro Post-it eher «von aussen» oder «von innen» kommt.** Zeit: 3 Minuten, in Gruppe.
- 4) **Klebt eure Post-ist an die dafür vorgesehene Wand. Positioniert ähnliche Post-its beieinander** (doppelte Post-its sind ok). Achtet auf die Einteilung «von aussen» und «von innen». Zeit: 2 Minuten, eine Person pro Gruppe.

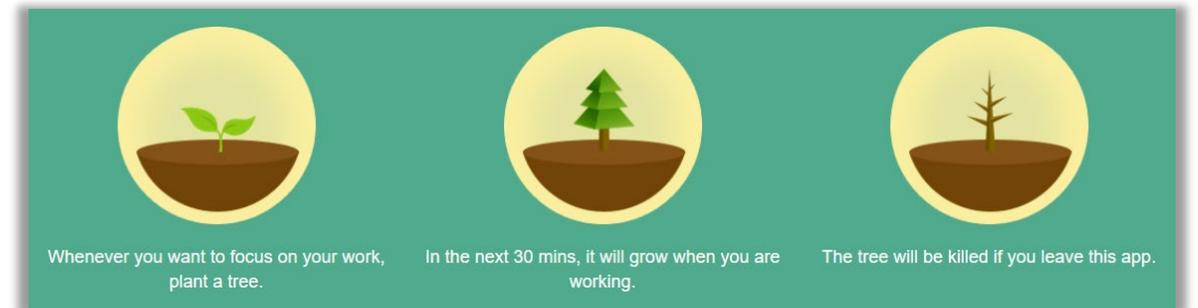
Ablenkung durch...

- **Externale Ablenkung «von aussen»**
 - Situation, Umgebung, Personen, etc.
 - Smartphone-Benachrichtigungen, eingehende Mails, etc.

- **Typische Tipps (Smartphone)**
 - Push-Benachrichtigungen ausschalten
 - Handy lautlos stellen
 - «Fokus»-Modi einschalten («Arbeiten», «Nicht stören»): Mitteilungen selektieren, reizärmeren Sperrbildschirm wählen etc.
 - Apps für mehr Fokus, z.B. «Forest», «Pomodoro Timer»

Ein breites Verständnis von Medienkompetenz schliesst einen kompetenten Umgang mit Ablenkungsreizen durch Medien (z.B. Smartphone-Benachrichtigungen) ein.

(vgl. "das Abschirmen vor digitalen Ablenkungen", Broschüre "Medienkompetenz im Schulalltag", 2021, S. 7).



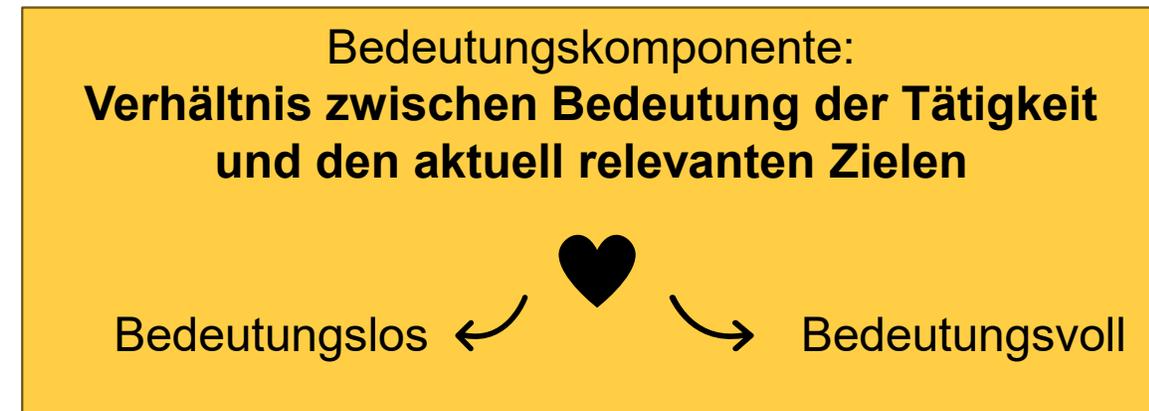
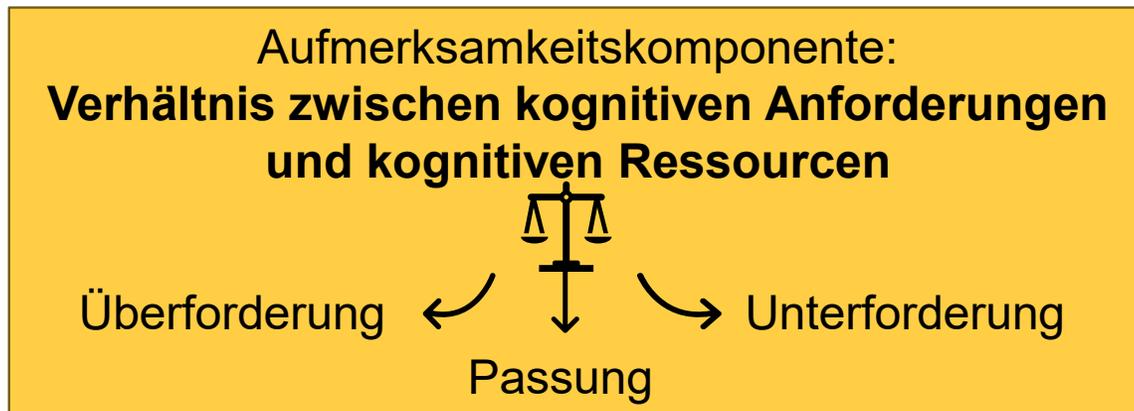
Ablenkung durch...

- **Externale Ablenkung «von aussen»**
 - Situation, Umgebung, Personen, etc.
 - Smartphone-Benachrichtigungen, eingehende Mails, etc.
- **Internale Ablenkung «von innen»**
 - Psychologische Faktoren, z.B. Emotionen und Stimmungen
 - Langeweile

„Eine aktuelle Studie weist darauf hin, dass Langeweile in Lern- und Leistungssituationen häufiger erlebt wird als in anderen Kontexten“ (Chi et al., 2017, zitiert nach Götz et al., 2018, S. 668)

Ablenkung durch Langeweile

- Langeweile = unangenehmes Gefühl, bei welchem sich Menschen gefangen und ruhelos fühlen
- Zugrundeliegendes Problem: **die Unfähigkeit, einer bedeutungsvollen Tätigkeit nachgehen zu können**
- **MAC-Modell** (Westgate, 2020) mit zwei Komponenten:
 - Aufmerksamkeit (attention)
 - Bedeutung (meaning)
 - **Ist eine der beiden Dimensionen «ungenügend», so resultiert Langeweile**



Langeweile kann also auch durch Überforderung auftreten

Typen von bzw. Gründe für Langeweile

Verschiedene Typen bzw. Gründe für Langeweile
(nach Westgate, 2020)

- **Aufmerksamkeitsbezogene Langeweile**
(attentional boredom)
- **Bedeutungslose Langeweile**
(meaningless boredom)
- **Gemischte, bedeutungslose und aufmerksamkeitsbezogene Langeweile**
(mixed state: meaningless + attentional boredom)
- Grün markiert: Enjoyment und Interest als Zustände mit wenig Langeweile

		Meaning	
		Low Meaning: Task Is Incongruent With Valued Goals	High Meaning: Task Is Congruent With Valued Goals
Attention	Understimulation: Demand < Resources	Mixed State: Meaningless + Attentional Boredom: [Redacted]	Attentional Boredom: [Redacted]
	Low-Level Engagement: Low Demand + Low Resources	Meaningless Boredom: [Redacted]	Enjoyment (Low Boredom)
	High-Level Engagement: High Demand + High Resources	Meaningless Boredom: [Redacted]	Interest (Low Boredom)
	Overstimulation: Demand > Resources	Mixed State: Meaningless + Attentional Boredom: [Redacted]	Attentional Boredom: [Redacted]

Strategien gegen Langeweile

Gemäss Westgate (2020) gibt es 4 Strategien:

Route 1: Regulation von kognitiven Anforderungen

(regulate cognitive demands), z. B. Erhöhen der Aufgabenschwierigkeit

Route 2: Regulation von kognitiven Ressourcen

(regulate cognitive resources), z. B. Erhöhen der Unterstützung

Route 3: Regulation der Bedeutung des Ziels

(regulate goal value), z. B. Relevanz aufzeigen, Interesse wecken

Route 4: Aktivität wechseln

(switch activities), z. B. zu anderer Aufgabe wechseln

		Meaning	
		Low Meaning: Task Is Incongruent With Valued Goals	High Meaning: Task Is Congruent With Valued Goals
Attention	Understimulation: Demand < Resources	Mixed State: Meaningless + Attentional Boredom: Seek Interesting Activity	Attentional Boredom: Increase Cognitive Demand 1
	Low-Level Engagement: Low Demand + Low Resources	Meaningless Boredom: Seek Enjoyable Activity 3	Enjoyment (Low Boredom)
	High-Level Engagement: High Demand + High Resources	Meaningless Boredom: Seek Interesting Activity 3	Interest (Low Boredom)
	Overstimulation: Demand > Resources	Mixed State: Meaningless + Attentional Boredom: Seek Enjoyable Activity	Attentional Boredom: Increase Cognitive Resources 2

Take Home Messages

- **Digitale Medien** verändern unser Gehirn nicht auf biologischer Ebene, aber haben ein **hohes Ablenkungspotential** und sind damit für aufmerksames Arbeiten eine Herausforderung.
- Die Aufmerksamkeit wird von **internalen Zielen**, aber auch **externalen Reizen** gesteuert. Besonders bei externalen Reizen sprechen wir von **Ablenkung**, die auch durch Medien verursacht werden kann.
- Medienkompetenz umfasst einen **kompetenten Umgang mit Ablenkungsreizen durch Medien** (z.B. Smartphone-Benachrichtigungen) → Tipps, um Ablenkung zu reduzieren
- Im Schulkontext sind aber auch internale Ablenkungen, insbesondere das Gefühl von Langeweile, relevant.
- **Langeweile als Signal mit zwei Komponenten**
 - Aufmerksamkeit: Über- vs. Unterforderung
 - Bedeutung: Bedeutungslosigkeit
- Gründe für Langeweile zu kennen, hilft **geeignete Strategien zu identifizieren** und langweile-bezogene «Ablenkung» zu reduzieren.

- **Kurze Pause** 😊



Jetzt seid ihr dran! – Teil 1

Bildet Gruppen à 3-4 Personen.

Sucht euch eine typische Ablenkungssituation, vgl. Post-its.

Analysiert die Situation und überlegt passende Strategien. Haltet eure Strategien auf Post-its fest.

Zeit: 20 Minuten. Anschliessend Präsentation für andere Gruppen.

Analyse:

- **Handelt es sich um externale oder internale Ablenkung?**

Strategien:

- **Externale Ablenkungen reduzieren**
 - Typische externale Ablenkungen im schulischen Kontext erkennen (u.a. Medien)
 - Passende Strategien gegen externale Ablenkungen im schulischen Kontext identifizieren (u.a. Medienkompetenz)
- **Internale Ablenkung (Langeweile) reduzieren**
 - Typen bzw. Gründe der Langeweile im schulischen Kontext erkennen
 - Passende Strategien gegen Langeweile im schulischen Kontext identifizieren



Jetzt seid ihr dran! – Teil 2

Präsentation eurer Strategien (Post-its):

Klebt eure Strategien auf das zugehörige Flipchart (externale vs. internale Ablenkung) und erläutert der Gruppe kurz eure Gedanken dazu.

Ziel: Wir haben am Ende je ein Flipchart zu externaler und internaler Ablenkung und entsprechenden Strategien.



Jetzt seid ihr dran! – Teil 3

Tolle Strategien – und jetzt?

Was könnt ihr konkret tun, um diese Strategien im Alltag umzusetzen?

Welche Hürden stehen möglicherweise im Weg und wie könnt ihr diese aus dem Weg räumen oder umgehen?

Notiert eure individuellen Antworten mit einem konkreten Plan.

- z. B. als Satz mit dem Format «Wenn... , dann... .»
- z. B. als Satz mit Satzanfang «Beim nächsten Mal... will ich ... ausprobieren.»



**Angewandte
Psychologie**

Psychologisches Institut

Danke für die Aufmerksamkeit ;-)

07. November 2024

Lilian Suter, MSc (lilian.suter@zhaw.ch)

Workshop am Vernetzungsevent des Digital Learning Hub

Langeweile-bezogene Empfehlungen aus der Literatur

- **Erhöhung des wahrgenommenen Wertes von Aufgaben und Inhalten sowie des Interesses daran**, beispielsweise indem man Schülerinnen und Schülern die Relevanz von Lerninhalten für deren Alltag aufzeigt («authentisches Unterrichten»)
- **Anstreben einer guten Passung von Aufgabenanforderungen und Kompetenzen der Lernenden** (z.B. im Kontext der Digitalisierung durch adaptive Aufgabenschwierigkeiten) und damit die Schaffung eines **optimalen Levels an subjektiver Kontrollwahrnehmung**
- **Enthusiasmus beim Unterrichten** erhöht Lernfreude – eine Emotion, die mit Langeweile inkompatibel ist und deren Auftreten somit verhindern sollte
- Die **diagnostischen Kompetenzen von Lehrenden** im Hinblick auf das **Erkennen der Langeweile** bei Lernenden **und deren Ursachen** fördern – auf dieser Basis können die Unterrichtsgestaltung und die Inhalte gegebenenfalls modifiziert werden.
- **Lernende über effektive Langeweile-Coping-Strategien zu informieren** – dies eventuell vor dem Hintergrund einer Erläuterung der Heterogenität von Interessen und Fähigkeiten im Klassenzimmer und somit der **Unvermeidbarkeit von suboptimalen Passungen** und damit von Langeweile

Literatur

- Götz, T., Krannich, M., Roos, A.-L., & Gogol, K. (2018). Langeweile. *Swiss Journal of Educational Research*, 40(3), Article 3. <https://doi.org/10.24452/sjer.40.3.5122>
- Lodge, J. M., & Harrison, W. J. (2019). The Role of Attention in Learning in the Digital Age. *The Yale Journal of Biology and Medicine*, 92(1), 21–28. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30923470/>
- Mathez et al. (2021). Broschüre “Medienkompetenz im Schulalltag”. Verfügbar unter: <https://www.jugendundmedien.ch/angebote-beratung/bestellung-publicationen>
- Westgate, E. C. (2020). Why Boredom Is Interesting. *Current Directions in Psychological Science*, 29(1), 33-40. <https://doi.org/10.1177/0963721419884309>