

Podcast Folge 27: Lernen in der TikTok Ära

Transkribiert mit noScribe Vers. 0.5

(28 Sekunden Pause)

THOMAS SCHMIDT [00:00:27]: Herzlich willkommen zu „Abgehört der Medizin-Didaktik-Podcast“. Heute wieder mit Thomas und Susanne. (...) Und wie Sie schon gemerkt haben, wir müssen uns auch gerade erst wieder reinfinden. Wir haben jetzt über einen Monat schon wieder Pause gemacht, wollten wir nicht, blieb aber leider zeitlich nichts anderes übrig. Dafür gehen wir aber auch nicht in die Sommerpause und werden ein bisschen weiter Content produzieren. Mindestens im Juli haben wir uns schon einen festen Termin gesetzt und schon auch ein Thema gefunden. Das verraten wir aber noch nicht. Aber worum geht es denn heute, Susanne?

SUSANNE QUINTES [00:01:07]: Heute geht es um das Thema Lernen in der TikTok-Ära, wie Kurzvideos unser Denken beeinflussen. Ich denke, ein ganz interessantes Thema, zu dem wir uns ein Paper rausgesucht haben oder beziehungsweise wir sind durch ein aktuelles Paper auf dieses Thema aufmerksam geworden. Das Paper wurde dieses Jahr publiziert in Computers and Education und der Titel lautet „*Should Educators Be Concerned? The Impact of Short Videos on Rational Thinking and Learning, a Comparative Analysis*“ von Thorsten Otto aus Braunschweig.

THOMAS SCHMIDT [00:01:42]: Genau. Und was hat er untersucht? Also er hat einfach kurze Videos abgespielt und hat geguckt, wie vertragen die sich mit dem Lernen. Das sind im Prinzip zwei Studien in einer. Wir haben eine Studie, wo die Teilnehmenden nur Fragebögen beantwortet haben und eine andere Studie, wo er so ein kleines Online-Experiment hat, wo die Studierenden etwas lernen sollten. Und ich glaube, wir gehen erst mal auf Studie 1 ein. Genau.

SUSANNE QUINTES [00:02:17]: Vielleicht erst mal noch ein paar Begrifflichkeiten, worum, also handelt es sich bei Kurzvideos? Kurzvideos, damit ist hier gemeint, was wir, denke ich, alle aus den sozialen Medien kennen. Einmal vielleicht die typischen Reels bei Instagram oder eben TikTok-Videos. Oder Shorts bei YouTube. Shorts bei YouTube, genau. Sie sind eben unterhaltsam, schnell und leicht konsumierbar. Also perfekt für zwischendurch. Genau darin kann wie wir sehen werden auch das Problem liegen. Also sie könnten uns eben auf Dauer irgendwie an eine oberflächliche, schnelle Informationsverarbeitung gewöhnen. --THOMAS SCHMIDT-- Vielleicht nicht länger als eine Minute, ne? SUSANNE QUINTES Genau, es ist tatsächlich sogar von 15 Sekunden bis einer Minute ist typischerweise die Dauer. Behandelt werden können alle möglichen Themen, das wissen wir, denke ich, auch. Also das kann Comedy sein, Tänze. Das können aber tatsächlich auch, ja, Lerninhalte sein. Die Videos [00:03:20] sind oft hypervisuell gestaltet und in hohem Tempo. Aber es gibt natürlich auch Ausnahmen, wo diese Videos zur Entspannung genutzt werden. Typischerweise konsumiert man oder konsumiert die Mehrheit der Menschen diese Videos in einer Endlosschleife durch Swipen und natürlich gepusht durch den Algorithmus der Plattform, die man gerade nutzt.

THOMAS SCHMIDT [00:03:46]: Genau. Ja, fangen wir an vielleicht mit der ersten Studie. Da waren 169 Teilnehmende, die einfach zu ihrem Verhalten bei den Short Videos getestet wurden, befragt wurden, zu rationalem Denken und zum Oberflächenlernansatz und, hab ich noch was vergessen, Susanne?

SUSANNE QUINTES [00:04:07]: Zur Fähigkeit zur akademischen Belohnungsaufschiebung. Ja, das klingt so ein bisschen sperrig. Also die Idee ist, bin ich in der Lage, eine direkte Belohnung zurückzustellen, um ein längerfristiges Ziel oder eine längerfristige Leistung zu erreichen? Das spielt natürlich gerade in der universitären Lehre häufig eine Rolle und hat viel damit zu tun, wie stark ich eigenmotiviert bin und wie stark ich fähig bin zu selbstreguliertem Lernen. Das ist so ein bisschen der Hintergrund hinter diesem sperrigen Begriff.

THOMAS SCHMIDT [00:04:44]: Ja, um nachher das Ziel eines akademischen Abschlusses zu erreichen. Genau. Genau. Das wäre ja sozusagen das, was es impliziert.

SUSANNE QUINTES [00:04:53]: Genau, also die erste Studie hat sich sozusagen auf Aspekte konzentriert, wo bereits in vorherigen Studien gezeigt werden konnte, dass diese durch Konsum von Kurzvideos beeinflusst werden.

THOMAS SCHMIDT [00:05:07]: Genau, da können wir einfach mal durchgehen. Kurze Videos und rationales Denken scheint negativ korreliert zu sein. Also je mehr man konsumiert, desto weniger offensichtlich rationales Denken.

SUSANNE QUINTES [00:05:21]: Ja.

THOMAS SCHMIDT [00:05:22]: Genau.

SUSANNE QUINTES [00:05:24]: Zu den anderen beiden abgeprüften oder abgefragten Hypothesen gab es keinen klaren Zusammenhang. Also zur Belohnungsaufschiebung und zum Lernverhalten, das konnte er jetzt hier nicht zeigen in der Studie.

THOMAS SCHMIDT [00:05:39]: Interessant war auch noch, Sie haben noch die Nutzungsdauer abgefragt. Wie oft schaut man das überhaupt, damit man auch, damit sie auch gucken konnten, haben wir eigentlich die richtige Gruppe hier befragt oder sind diese out of order? Sie haben auch welche rausgeschmissen tatsächlich, bei denen es zur Ablehnung kam oder ist irgendwie, die sehr aus dem Standard gingen, also ganz normal, wenn man ein paar Ausreißer hat, dann wurden auch welche rausgenommen.

SUSANNE QUINTES [00:06:07]: Genau, in der zweiten Studie wurde es dann experimenteller. Also hier sollten dann eben auch neue Hypothesen überprüft werden. Und hier war es so, dass die Teilnehmenden, 123 Personen, vier Gruppen zugeteilt wurden. Erstmal wurden die hälftig geteilt. Die eine Gruppe sah dabei eine Ansammlung von Kurzvideos, also typische Kurzvideos mit ganz verschiedenen Inhalten von TikTok für drei Minuten, die andere Gruppe nicht. Und dann wurde jeder dieser beiden Gruppen nochmal unterteilt und ihnen wurden Lerninhalte präsentiert, und zwar eben auch in Form von Kurzvideos oder in Form von Texten, nämlich dem Transkript dieser Kurzvideos. Und dann wurden eben wieder verschiedene Hypothesen abgeprüft, also eben die Frage, würden die, die die Lerninhalte als Video präsentiert [00:07:11] bekommen hatten, zum Beispiel schlechter abschneiden, was eben Wissensakquisition angeht.

THOMAS SCHMIDT [00:07:17]: Und dann hat man geguckt und was kam im Prinzip dabei raus? Tatsächlich haben beim Quiz die Leute, die vorher diese short video collection und dann nochmal die Videos angeguckt haben, deutlich schlechter abgeschnitten, sogar signifikant schlechter als alle anderen, die entweder nur im Text

gelernt haben oder auch short videos geguckt haben, aber ohne diese short video collection vorneweg. Das konnte man sehen. Das zeigt ja schon, dass es irgendwie einen Ablenkungseffekt gibt, beziehungsweise dass man mit Text offensichtlich besser lernen kann. Und man muss sagen, Text ist im Prinzip ja jetzt auch nicht das Lernmittel, wo man sagen würde, wow, das hätte ich jetzt präferiert, aber tatsächlich klappt das offensichtlich besser.

SUSANNE QUINTES [00:08:02]: Ja, also es gibt ja relativ viele Studien, die Multimedia-Lernen mit Texten verglichen haben. Und da ist es ja häufig so, dass eben multimediales Lernen besser funktioniert als Lernen mit Texten. Deswegen ist das ganz interessant, wenn jetzt hier mal ein Medium rausgegriffen wird, nämlich das *short video*, was aber, glaube ich, tatsächlich auch gar nicht so typischerweise verbreitet ist jetzt momentan in Hochschulen als Lernmaterial. //THOMAS SCHMIDT Nee, habe ich jetzt auch noch so nicht gesehen.// SUSANNE QUINTES Genau. Ja, und was noch gezeigt werden konnte, war, dass Teilnehmende, die eben diese Kurz-Videosammlung angeschaut hatten, dass die deutlich stärker zu oberflächlichem Lernen neigten danach. Also da wurden quasi die Gruppen verglichen, die entweder diese Kurz-Videos vor dem Lernen gesehen hatten oder nicht.

THOMAS SCHMIDT [00:09:03]: Da gibt es eine Erklärung für, das hat er auch gemacht, da gibt es das so genannte SOR-Modell. Susanne, du hast auch rausgesucht, was heißt das nochmal?

SUSANNE QUINTES [00:09:07]: Das ist das Stimulus-Organismus-Reaktionsmodell.

THOMAS SCHMIDT [00:09:16]: Genau, das besagt, dass so attraktive oberflächliche Inhalte, zum Beispiel von Kurz-Videos, den internen Zustand durch Dopaminfreisetzung positiv beeinflussen. Also man hat eine Belohnung, ein Belohnungsgefühl, wenn man sich so ein kurzes Video angeguckt hat. Und das kann aber tatsächlich zu einem passiven Verhalten und so einer Abhängigkeit führen tatsächlich. Was wäre tatsächlich, was auch häufig berichtet wird, dass viele Leute sich ewig vor diesen Shorts aufhalten. Ich habe das selber auch schon bei mir beobachtet, dass ich mir Videos angucke und gucke dann wieder auf die Uhr und denke, das waren jetzt 20 Minuten. Autsch.

SUSANNE QUINTES [00:09:51]: Ja, es gibt auch Studien, die zeigen, dass eben das hauptsächliche Konsumverhalten bei Kurz-Videos passiv ist. Also es ist tatsächlich meistens so, dass die passiv konsumiert werden und das eben nicht mal geliked wird, geschweige denn kommentiert wird oder sich da eine Diskussion daraus entwickelt. Und die Algorithmen sind inzwischen so gut darin, uns eben immer wieder Videos zu zeigen, die wir dann auch weiterschauen. Ich meine, so nächtliches Doom-Scrolling hat wahrscheinlich auch jeder schon mal in der einen oder anderen Form erlebt. Und es ist tatsächlich erschreckend, finde ich, wie gut eben die Videos sind, die vorgeschlagen werden und wie die einen dazu verleiten, eben immer weiterzumachen. Und das ist ja auch die Besorgnis der Studie sozusagen. Also, dass das vielleicht wirklich im Endeffekt zu einer längerfristigen Veränderung des Lernverhaltens führt.

THOMAS SCHMIDT [00:10:45]: Im Endeffekt sagt Otto ja dann auch, dass gerade die Studie 2 liefert ja tatsächlich den ersten experimentellen Beweis, dass Kurz-Videos möglicherweise weniger effektiv sind als textbasierte Materialien für die Vermittlung von einfachen Inhalten. Und dass das Anschauen von mehreren Kurz-Videos mit einer Verschiebung hin zu einem Oberflächen-Lernansatz verbunden sein

könnte. Das ist die Quintessenz der Studie. Natürlich muss man das für sich interpretieren, weil das ist offensichtlich wirklich erst die erste Studie, die das wirklich so untersucht hat mit Experimenten.

SUSANNE QUINTES [00:11:17]: Ja, und es ist eine relativ kleine Studie, wenn man dann, da die Gruppen ja mehrfach geteilt wurden, wenn man sieht, dass man am Ende dann quasi bei zwischen 30 und 40 Teilnehmenden pro einzelner Gruppe ist. Auch merkt der Autor selbst an, dass eine Schwäche natürlich ist, dass ein Großteil der Daten durch Selbsteinschätzung erhoben wird. Also wenn es da zum Beispiel um problematischen Social Media oder Kurz-Videokonsum geht, dann waren da so Fragen wie, haben Sie schon mal weiterhin Kurz-Videos konsumiert, obwohl dies zu Problemen geführt hat oder zu negativen Konsequenzen? Wenn man sich das überlegt, dann kann man davon ausgehen, dass eine Vielzahl von Leuten hier vielleicht auch nicht ganz ehrlich antworten wird. //THOMAS SCHMIDT- Wahrscheinlich nicht, ne.// SUSANNE QUINTES Ja, deswegen muss man so ein bisschen das mit Vorsicht betrachten. Und wie gesagt, mir ist nicht bewusst, dass jetzt Kurz-Videos schon stark in der Lehre genutzt werden. Ich weiß, dass natürlich viele Universitäten und auch Fakultäten Social Media-Kanäle betreiben, [00:12:22] aber da geht es ja häufig um andere Infos als jetzt explizit um Lerninhalte zum Beispiel einer Veranstaltung.

THOMAS SCHMIDT [00:12:29]: Aber man kann natürlich auch, es gibt ja sehr viele Shorts, wo man was lernen kann. Hier war es ja auch der Germanist oder wie der hieß bei TikTok. Das kann man vielleicht seinen Studierenden ja mitgeben und sagen, das hilft nicht so wirklich toll beim Lernen, wenn ihr euch dabei Shorts anguckt. Zumal man ja auch immer wieder schnell abgelenkt wird durch die anderen, weiteren Shorts, was hier ja tatsächlich auch so passiert ist. Vielleicht sollte man, das könnte man denen eventuell mitgeben, das kann man rausziehen aus der Studie und man kann sich selber überlegen, würde ich solche Kurz-Videos machen oder ergibt es vielleicht mehr Sinn, etwas anderes zu machen? Wenn textbasiertes Lernen schon besser ist, ist das wirklich eine Frage, die man sich dann stellen sollte. Das gilt allerdings nicht für lange Lernvideos, das muss man auch sagen, das ist hier nicht untersucht worden. Längere Videos oder interaktive Videos werden einen ganz anderen Impact haben.

SUSANNE QUINTES [00:13:22]: Genau, das wird auch nochmal so ein bisschen angeschnitten auch in dem Paper. Es gibt ja inzwischen sehr gute Lerntheorien, zum Beispiel zum multimedialen Lernen, wo gezeigt wird, dass das sehr gut funktioniert, dadurch, dass eben verschiedene Sinnesmodalitäten auch angesprochen werden, also gleichzeitig etwas sehen und hören zum Beispiel. Aber man muss das dann auch betrachten mit oder vergleichen mit dem Thema Überreizung. Also wenn ich mir so ein Video anschau, was einerseits kurz ist, was andererseits eben ein Gesicht zeigt, einen Text zeigt, rechts noch die Reaktionen auf das Video zeigt und ... //THOMAS SCHMIDT: Die Untertitel nicht vergessen.// Genau, die Untertitel, wo dann auch vielleicht noch eine Musik unterlegt ist, dann verfolgt das eben nicht mehr diese multimediale Lerntheorie, sondern dann ist das mehr schon eine kognitive Überlastungssituation und da endet dann eben auch der Lernerfolg sozusagen. Das wird da auch [00:14:23] nochmal so ein bisschen thematisiert.

THOMAS SCHMIDT [00:14:27]: Genau, dass zu viele Kanäle gleichzeitig angesprochen werden. Also allein schon dieses Hören gleichzeitig Mitlesen, weil der Untertitel und dann noch die Person sehen und dann vielleicht noch irgendein ... etwas eingblendet bekommen, was man noch dazu nehmen, sehen muss. Das

kann sein, dass die Kanäle komplett überfordert sind. Und dann kann man auch nicht lange lernen. Das ist das Nächste. Man ist sehr schnell erschöpft.

SUSANNE QUINTES [00:14:49]: Ja, genau. Irgendwann ist halt einfach die Verarbeitungskompetenz ausgeschöpft sozusagen. Also da, genau, das betont Otto auch, dass eben Kurzvideos nicht als Hauptquelle für komplexes Wissen verwendet werden sollen. Also Multimedia-Prinzip versus kognitive Überforderung. Aber sie können eben Kreativität und Motivation steigern. Das heißt, man könnte sie als Einstieg in ein Thema verwenden. Oder eine andere Idee wäre, dass die Studierenden selbst einmal Kurzvideos zu einem Thema produzieren. Das wäre auch eine Möglichkeit.

THOMAS SCHMIDT [00:15:24]: Genau, dann werden sie sich ja deutlich mehr damit auseinandersetzen müssen, weil sie ja das recherchieren müssen. Das würde natürlich sehr viel hilfreicher sein. Und das wäre eigentlich schon das, was wir heute vorstellen wollten. Wir haben eine kleine Kurzfolge. Und wenn ihr gerne mehr von Papern hören wollt, dann schreibt uns das gerne. Und wenn ihr irgendwelche Themen habt, wir sagen es immer wieder, die ihr gerne mal behandelt haben wollt, schreibt uns gerne an medizindidaktik@uol.de. Wir nehmen die gerne auf. Wir gucken mal, was wir daraus machen können.

SUSANNE QUINTES [00:15:51]: Genau, und als Fazit bleibt dann nur noch zu sagen, keine TikToks, schauen direkt vorm Lernen.

THOMAS SCHMIDT [00:16:00]: Nee, sonst klappt's im Lernen nicht so gut.

SUSANNE QUINTES [00:16:02]: Das ist die Take-home-Message. Genau. Dann tschüss und bis zum nächsten Mal.

THOMAS SCHMIDT Tschüss!