

seln. Ob Sie diese rasche Variante wählen oder durch lange Suche auch noch Ihre Ausdauer fördern, in jedem Fall trainieren Sie Ihre Fähigkeit der Wortfindung.

Alles in Allem ein fundiertes und abwechslungsreiches Trainingsprogramm. Wenn Sie einen Internet-Zugang haben, probieren Sie es doch mal aus.

Macht Internet dumm?

Werbebanner flackern über den Bildschirm, das E-Mail-Logo ' hüpfte auf und ab und kündigte neue Nachrichten an, ein "Plong" ertönte, gefolgt von einem aufpoppers Fenster - ein Bekannter will chatten. Man muss schon Willenskraft aufbringen, um sich in Zeiten des Internets nur auf eine Sache zu konzentrieren, statt auf jeden Reiz zu reagieren, zwischen einzelnen Programmen hin- und herzuspringen und Texte zu überfliegen, statt sie gründlich zu lesen. Sonst "verirrt" man sich bei der Suche nach "Pizza" (Achtung Schreibfehler!) schon mal nach Italien oder in die schillernde Welt der Fußballstars.

Verwirrung statt Information

Frank Schirmacher, Herausgeber der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, hat den Frust, der beim virtuellen Multitasking entsteht, in seinem Buch "Payback" beschrieben: "Mein Kopf kommt nicht mehr mit." Immer in Sorge, die neuesten Nachrichten zu verpassen, findet er keine Ruhe



Schon mal online einen Pizzaservice gesucht und am Ende Fußballkarten gekauft? Studien scheinen zu belegen, dass das Netz uns mit Infohäppchen überflutet und uns "dümmer" macht. Stimmt das wirklich?

mehr, Zusammenhänge zu erkunden oder ein Problem zu überdenken. Damit steht er nicht allein. Studien zeigen, dass etwa die Produktivität von Büroangestellten durch ständiges Wechseln zwischen unterschiedlichen Anforderungen sinkt: Wer seine Gedanken immer wieder unterbricht, braucht für Aufgaben länger und macht mehr Fehler, als jemand, der Ablenkungen ausblendet und sich auf eine Sache konzentriert.

Mögliche Ablenkungen gibt es viele: Das Netz



liefert ein unüberschaubares Angebot an Infohäppchen, Unterhaltung, Werbung, Meinung und Unsinn - vergleichbar mit den Regalen eines riesigen Supermarktes, in denen bunt verpackte Sü-

ßigkeiten und Snacks zum schnellen Appetitstillen reizen. Alle Angebote konkurrieren um unsere Aufmerksamkeit. Vor allem animierte Bilder und Filme fesseln fast immer für einen Moment und lenken ab. Es ist verführerisch, hier draufzuklicken, statt sich an die "Einkaufsliste" - unser eigentliches Vorhaben - zu halten. Doch "satt" - oder klüger - machen die schnellen Happen nicht.

Die Warnung vorm Verdummen

Der US-Wissenschaftsjournalist Nicholas Carr befürchtet sogar, dass wir durch das Internet dümmer werden, weil wir Online-Informationen nur oberflächlich verarbeiten. In seinem Buch "Wer bin ich, wenn ich online bin? Und was macht mein Gehirn solange?" hat er Studien zusammengetragen, die das belegen sollen. Er beschreibt eine Studie, in der Teilnehmer sich an mehr erinnerten, wenn sie einen einfachen Text über das Land Mali lasen, als wenn sie dieselben Infos als Webseiten mit Bildern, Filmen und Links bekamen. Eine andere Studie zeige, dass Men-



Sich in Zeiten des World Wide Web auf nur eine Sache konzentrieren, braucht Willenskraft. Das Netz verlockt zum Ablenken.

schen Fragen zu einem Thema schlechter beantworteten, wenn im Text durch Links auf weitere Infos verwiesen wurde. Kognitionspsychologen wie Peter Gerjets vom Leibniz-Institut für Wissensmedien (IWM) in Tübingen bewerten den Forschungsstand allerdings differenzierter: "Carr pickt sich Studien heraus, die seine These belegen, und interpretiert sie einseitig", sagt er.

Die Kritik, dass neue Medien Gefahren darstellen, ist im Übrigen nicht neu: Schon Sokrates fürchtete, dass mit Aufkommen der Schrift niemand mehr längere Gedankengänge auswendig behalten könnte. Trotzdem wurden die Menschen durch Lesen und Schreiben nicht dümmer, sondern konnten auf mehr Wissen zugreifen. Auch das Internet ist eine fast unerschöpfliche Wissensquelle. Vorausgesetzt, man weiß, wie man es sinnvoll nutzt.

Durch das Netz ist zwar die Menge verfügbarer Informationen gewachsen - aber nicht unsere Fähigkeit, sie zu verarbeiten. Das liegt am Gehirn. Zwischen den Infos aus der Außenwelt und dem Langzeitgedächtnis gibt es eine Art Flaschenhals, durch den alles hindurch muss, was als Erinnerung oder Wissen gespeichert werden soll. Dieser Flaschenhals ist das Arbeitsgedächtnis - maximal sieben Informationen gleichzeitig können wir darin behalten.

Das Problem: Beanspruchen zu viele Infos unsere Aufmerksamkeit, denken wir nicht mehr effizient. Der Flaschenhals verstopft, komplexe Gedanken und tiefes Verstehen sind dann nicht mehr möglich.

Und doch gelingt es vielen, mit der Infoflut des Webs erfolgreich umzugehen, hat Peter Gerjets in einer Untersuchung am IWM festgestellt "Hilfreich sei es, sich bewusst mit dem eigenen Wissen und dem Wissen, das Webseiten vermitteln, auseinanderzusetzen. "Wer sich klar macht,

Erfolgreich im Internet:

Informationen lenken

Beanspruchen zu viele Infos unsere Aufmerksamkeit, denken wir nicht mehr effizient. Das hilft:

- ▶ „Lesestrategie überlegen“: z.B. erst Texte auf der Internetseite anschauen, dann Bilder und zum Schluss Filme anschauen.
- ▶ Möglichst nur das Programmfenster geöffnet lassen, in dem man gerade aktiv ist..
- ▶ Ablenkende Signaltöne abschalten (z.B. für das Eintreffen neuer E-Mails).
- ▶ E-Mails nur zu bestimmten Zeiten bearbeiten und weitere Angebote, die ablenken, bewusst ausblenden.

Erfolgreich suchen

Folgende Hinweise helfen, die Spreu vom Weizen zu trennen:

1. Das Internet enthält nicht nur gesichertes Wissen, sondern auch falsche Behauptungen, Meinungen und Werbung.
2. Als Nutzer sollte man vorab überlegen, was man sucht - z.B. die Faktenlage zu einem Thema, die Meinungen anderer Nutzer dazu oder Expertenaussagen.
3. Die Qualität eines Angebotes muss man selbst bewerten, etwa durch einen Blick auf Aktualität und Seriosität der Anbieter (z.B. fachliche Experten oder Institutionen), auf Quellenangaben und darauf, ob Interessen des Anbieters wie Produktwerbung deutlich werden.
4. Um sich ein Bild zu machen, wie gesichert das Wissen zum Thema ist, sollte man verschiedene Seiten vergleichen und auf Übereinstimmungen und Widersprüche achten.

was er durch ein Informationsangebot gelernt und was er noch nicht verstanden hat oder für nicht glaubwürdig hält, kann Informationen besser verarbeiten, als wenn er sie bloß konsumiert."

Zudem kann man Informationen in sinnvolle Bahnen lenken und begrenzen. "Oft reicht schon ein einfacher Vorsatz - etwa kurz zu überlegen, wie man vorgehen möchte. Zum Beispiel zuerst die Texte und dann die Bilder auf einer Seite betrachten" rät der Psychologe.

Auch beim Suchen zählt bewusstes Auswählen. "Viele Menschen klicken einfach sofort auf die obersten drei Treffer bei Google" berichtet Peter Gerjets. Wer so vorgeht, landet schnell auf Werbeseiten, in einseitig gefärbten Meinungsforen oder im Extremfall auf Seiten, die gar nichts mit dem Gesuchten zu tun haben. Dabei reicht schon das Beachten weniger Hinweise, um auch als unerfahrener Nutzer zu guten Ergebnissen zu kommen. Die IWM-Psychologen entwickelten ein Training, in dem Laien in einer halben Stunde lernten, worauf es bei der Web-Suche ankommt (siehe Kasten Seite 19).

Es liegt bei jedem selbst

Das Internet macht also nicht dümmer. Aber man muss lernen, damit umzugehen. So verführt es zu oberflächlichem Surfen und zur Ablenkung vom eigentlichen Vorhaben. Nur: Ob man sich verführen lässt, liegt letztlich bei jedem selbst. Frank Schirmacher ruft am Ende seines Buchs dazu auf, sich vom Netz nicht entmündigen zu lassen. Und als "mündiger" Nutzer muss jeder selbst entscheiden, was seine Aufmerksamkeit verdient, und die Infoflut im Zaum halten.

Dr. Antonia Rötger

Abdruck mit freundlicher Genehmigung des AOK-Magazins *bleib gesund*, Ausgabe 4/12, Bayern.

GfG-Landesverband Nord

Kennenlernen und Austauschen - unter diesem Motto fand am 16.6.2012 im Familiengarten in Oyten ein Treffen von Trainerinnen und Trainern aus dem Norden Deutschlands statt. Eingelesen hatte Petra Jordan, seit August 2011 Vorsitzende des GfG-Landesverbandes Nord.

In Vorbereitung der Zusammenkunft waren Themen zusammengetragen worden, die dann vor Ort zur Diskussion gestellt wurden. Schwerpunktmäßig ging es vor allem um die Zusammenarbeit zwischen dem Verein GfG und den Trainern. Dieses Zusammenwirken ist für die Entwicklung der Gesellschaft für Gehirntaining und ihrer Trainingskonzepte von entscheidender Bedeutung.



Petra Jordan (links) mit Teilnehmern des Treffens

Als Ergebnis des Treffens wurden ganz konkrete Anregungen und Wünsche formuliert und an die jeweiligen Adressaten weitergeleitet. Am Ende des Tages waren sich alle einig: Jeder konnte etwas für sich mitnehmen, angefangen von neuen Kontakten und Ideen bis hin zu Anregungen für Seminare und Veranstaltungen.

"Der Tag ging viel zu schnell vorbei" meint Petra Jordan. Für den Herbst ist aber schon die Fortsetzung geplant.