



Medien und Informatik für Sek I

Tierisch menschlich: Warum wir immer online sind

8:48 Minuten

- Netflix** **00:38** Netflix fesselt uns mit Cliffhangern, oder mit Folgen, die automatisch starten. Und selbst wenn man stopp drückt, beschäftigt einem das Schicksal der Figuren weiterhin. Erklären lässt sich dies mit dem Zeigarnik-Effekt.
- Zeigarnik-Effekt** **01:30** Anhand eines Experimentes fand die Psychologin Bljuma Zeigarnik heraus, dass wir uns zu 90 Prozent besser an unerledigte als an erledigte Aufgaben erinnern können.
- YouTube und Facebook** **02:45** YouTube und Facebook merken sich alles was man anklickt und sorgen mit einem Algorithmus dafür, dass man immer neue Dinge zu sehen bekommt, die einen interessieren.
- Unendliche Reize** **03:58** Lichter und Töne von Spielautomaten funktionieren nach demselben Prinzip: Beim Glücksspiel gibt es als Belohnung fürs Knöpfe drücken ab und zu Geld. Auf den Sozialen Medien werden wir mit Likes belohnt.
- Pawlow'scher Hund** **04:08** Der Mediziner Iwan Pawlow untersuchte das Prinzip der klassischen Konditionierung: Jedes Mal, wenn er dem Hund Futter brachte, klingelte er eine Glocke. Nach einigen Wiederholungen lief dem Hund schon der Speichel, wenn er nur die Glocke hörte und kein Futter bekam. Auf den Menschen übersetzt bedeutet das, wenn man den Ton einer eingehenden Nachricht hört, erwartet man eine Belohnung.
- Skinner's Taube** **05:30** Der Psychologe B.F. Skinner sperrte eine Taube in einen Kasten und steuerte, wann das Tier Futter bekam. So lernte das Versuchstier, dass es etwas zu Fressen bekommt, wenn es auf einen roten Knopf drückt. Skinner fand heraus, dass die Taube öfters auf den Knopf drückt, wenn sie nur ab und zu Futter erhält.
- Operante Konditionierung** **06:15** Wenn man nicht jedes Mal eine neue Nachricht auf dem Handy hat, schaut man umso öfter drauf. Erhält man dann eine Nachricht, löst dies ein Gefühl der Belohnung aus.
- Rot** **07:05** Es ist kein Zufall, dass neue Nachrichten zum Beispiel auf WhatsApp mit einem roten Punkt angezeigt werden. Unser Gehirn reagiert auf die Farbe Rot besonders stark.
- Online-Games** **07:20** Online-Games wie Fortnite zielen mit ähnlichen Tricks auf unser Belohnungssystem ab.