Professoren verzweifelt: Aufmerksamkeitsspanne von Studenten reicht nicht mehr für einen ganzen Film

Category: Blog
geschrieben von Aus fremder Feder | 25. Februar 2026



Akira Mizuta Lippit, renommierter Professor der University of Southern California, fasst sein Leid in Worte. Seine Studenten seien wie Raucher, abhängig von ihren Handys. Je länger sie nicht auf ihr Handy schauen würden, desto nervöser zappeln sie.

Einst zeigte er in seiner Vorlesung Francis Ford Coppolas Klassiker „Secret Conversation“ und bestand auf die Bedeutung der letzten Szene: „Man muss nur ganz am Ende aufmerksam sein und nicht einmal das bekomme ich von allen“, resümiert er gegenüber „The Atlantic“ frustriert.



Lukas Wolkenstein,
Redakteur bei Focus online

An der University of Indiana können Dozenten nachverfolgen, ob und wie lange Studenten Inhalte über eine interne Streaming-Plattform abrufen. Mit schockierenden Ergebnissen: Weniger als 50 Prozent hätten jemals einen Film angefangen, nur 20 Prozent diesen bis zum Ende durchgehalten, erzählt Craig Erpelding, inzwischen Filmprofessor in Wisconsin. „Früher dachte ich: Als Hausaufgabe einen Film zu schauen, ist die beste Hausaufgabe der Welt. Aber Studierende machen das nicht mehr."

Bessere Note trotz völligem Versagen

Ein weiteres Beispiel liefert der Film-Studiengang an der UW Madison. Trotz simpler Multiple-Choice-Fragen zu Handlung von François Truffauts „Jules and Jim" wären über 50 Prozent der Studenten durch die Prüfung gefallen. Letztlich musste der leitende Professor den Notenspiegel anpassen, um die Ergebnisse in einem akzeptablen Bereich zu halten.



Inzwischen sind sich Forscher sicher: Kurzclips auf Social Media verringern unsere Fähigkeit zur Aufmerksamkeit, wie etwa bei Filmen. (Symbolbild: Imago/Zoonar)

Fast 7 Stunden online: Ergebnisse unseres Mediennutzungsverhaltens

Laut dem **Digital 2024 Global Overview Report** verbringen Menschen weltweit im Schnitt rund sechs Stunden und 40 Minuten pro Tag online, den größten Teil davon am Smartphone. Am häufigsten werden kurze, schnell wechselnde Formate wie Social-Media-Feeds oder Kurzvideos konsumiert.

Den Ergebnissen der **JIM-Studie 2023** zufolge zieht Deutschland den Schnitt sogar nach unten, dennoch verbringen Zwölf- bis 19-Jährige in Deutschland täglich durchschnittlich über 200 Minuten im Internet. YouTube, TikTok und Instagram dominieren klar.

Forscher belegen Vermutungen: Social Media killt die Aufmerksamkeitsspanne

Es liegt nahe, dass eine Gewöhnung an kürzere fesselnde Clips die Aufmerksamkeitsspanne schrumpfen lässt und ein zweistündiger Film ohne Unterbrechung dagegen als anstrengend empfunden wird.

Dieser Effekt ist inzwischen auch wissenschaftlich belegt, dank einer **Studie aus dem International Journal for Multidisciplinary Research**. Studenten, die täglich mehr als zwei Stunden kurze Social-Media-Videos wie TikTok oder Reels konsumierten, schnitten bei Tests zu Aufmerksamkeit und Konzentration schlechter ab als Studenten mit geringeren Zahlen.