

Selbstgesteuertes digitales Achtsamkeitstraining: Eine Studie zur Implementierung von Strategien in den Alltag

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken

Maïke Ramrath¹, Jana Theisejans¹, Jil Haas¹, Magnus Liebherr^{1,2}

E-Mail: maïke.ramrath@cognition-ude.de

¹Universität Duisburg-Essen, Allgemeine Psychologie: Kognition

²Universität Duisburg-Essen, Mechatronik



Allgemeine
Psychologie:
Kognition

Theorie

Achtsamkeit

- Ursprung von Achtsamkeit im Buddhismus (Bodhi, 2011), Personen sind dabei auf eine bestimmte Art und Weise aufmerksam: absichtlich, im gegenwärtigen Moment und ohne zu urteilen (Kabat-Zinn, 1994)
- Achtsamkeitstraining hat das Potential, den Grad der Achtsamkeit zu erhöhen (Deplus et al., 2016) sowie Stress zu reduzieren und das Wohlbefinden zu verbessern (Arrendondo et al., 2017; Carmody & Bear, 2008; Kabat-Zinn, 2003); auch im Kontext der digitalen Mediennutzung konnten positive Effekte durch Achtsamkeitstraining herausgestellt werden (Jin et al., 2020; Kim et al., 2018; Shonin et al., 2013)

Analoges Achtsamkeitstraining

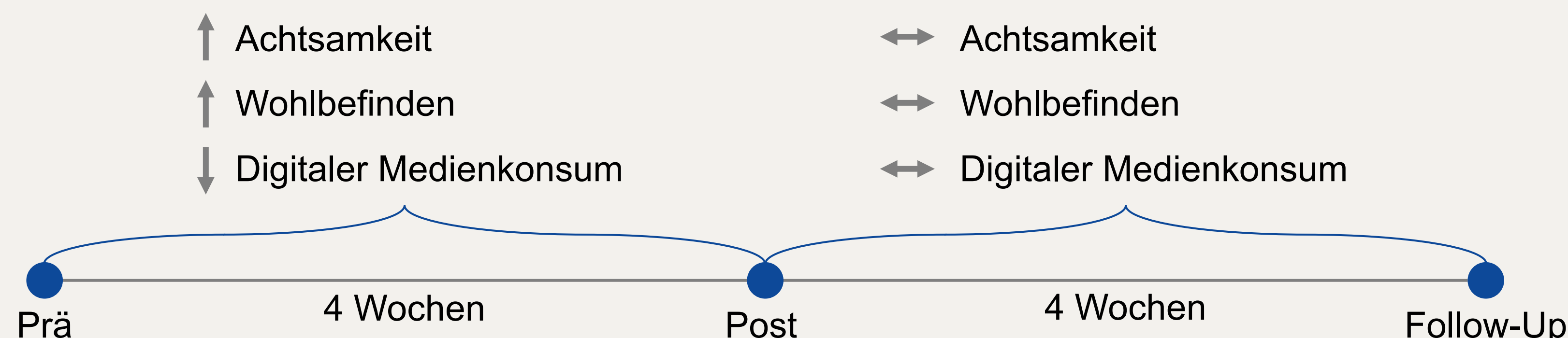
- Die zwei bekanntesten und am häufigsten verwendeten Trainings sind achtsamkeitsbasierte Stressreduktion (MBSR) (Kabat-Zinn, 2003) und achtsamkeitsbasierte kognitive Therapie (MBCT) (Segal et al., 2004)
- Vorteile: gegenseitige Motivation der Teilnehmenden und Erfahrungsaustausch untereinander, regelmäßige Trainings zu festen Terminen kann die Motivation zur Teilnahme erhöhen (van Emmerik et al., 2020)

Digitales Achtsamkeitstraining

- Vorteile: zeitliche Flexibilität, räumliche Unabhängigkeit, Kosteneffizienz (Beattie et al., 2009; Finucane & Mercer, 2006; Wahbeh et al., 2014)
- Nachteile: bisher kein standardisiertes digitales Trainingsdesign, starke Varianz in der Struktur und den Inhalten, Aufbau steht teilweise im Widerspruch zum Grundgedanken der Achtsamkeitsmeditation (Liebherr et al., under review)

Forschungsfrage und Hypothesen

Die geplante Studie testet ein Achtsamkeitstraining, das die Vorteile eines selbstgesteuerten digitalen Trainings nutzt und auf der Grundidee von Achtsamkeit basiert.



Methode

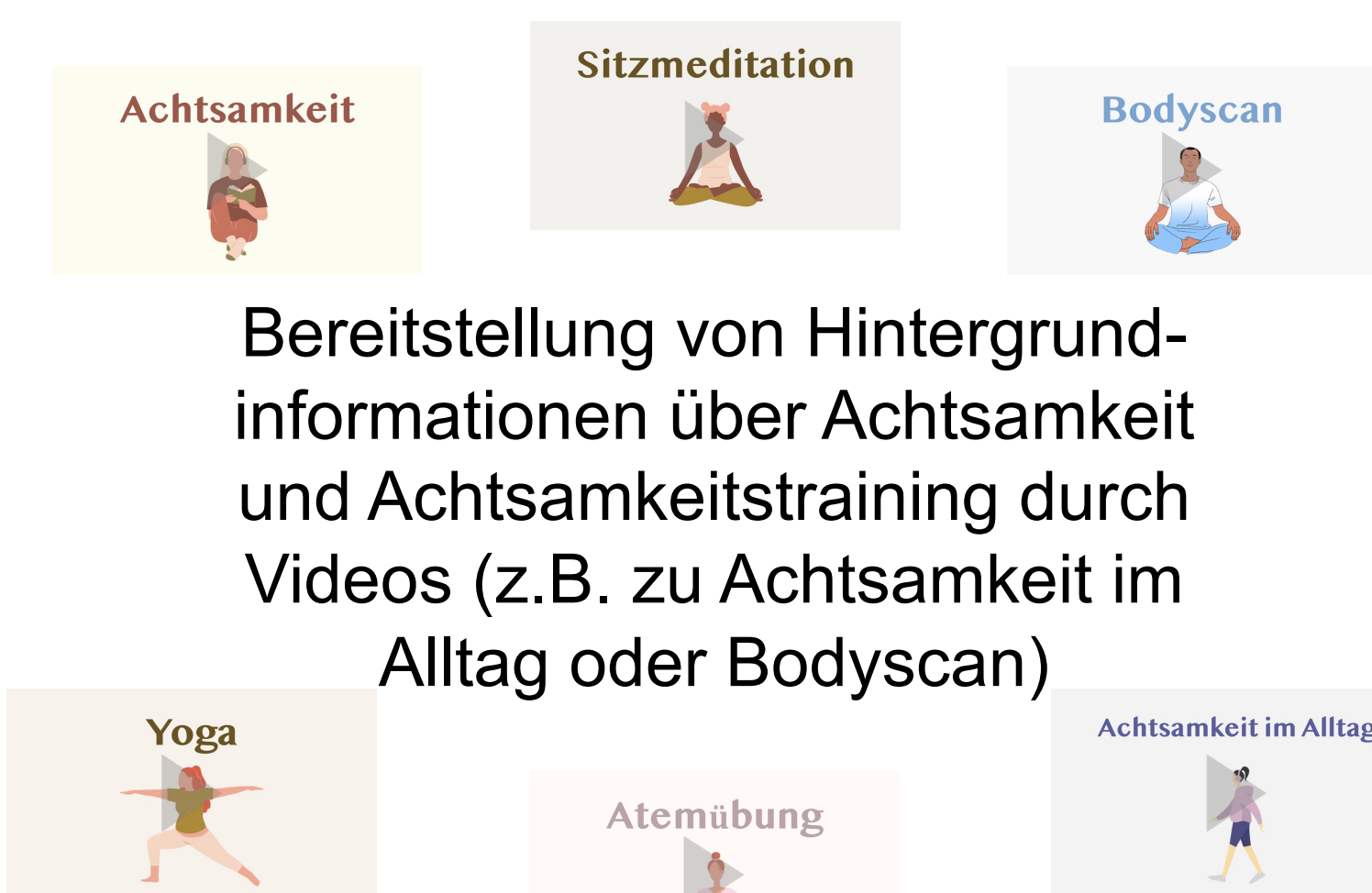
Einschlusskriterien:

- Alter: 16-35 Jahre
- kein Achtsamkeitstraining in den letzten 4 Wochen praktiziert
- keine aktuelle oder chronische Erkrankung

Rekrutierung der Stichprobe:

- Studierende der Universität Duisburg-Essen
- Auszubildende und junge Mitarbeitende von Unternehmen, die gemeinschaftlich an der Studie teilnehmen

Experimentalgruppe:
Vermittlung von Informationen und Kompetenzsteigerung der Achtsamkeit durch ein selbstgesteuertes Achtsamkeitstraining, basierend auf MBSR



Bereitstellung von Hintergrundinformationen über Achtsamkeit und Achtsamkeitstraining durch Videos (z.B. zu Achtsamkeit im Alltag oder Bodyscan)

Bereitstellung von digitalen Achtsamkeitsübungen, deren Zeitpunkt der Ausführung frei gewählt werden kann (z.B. Body Scan)



Aktive Kontrollgruppe:
Durchführung standardisierter, öffentlich zugänglicher digitaler Achtsamkeitsübungen

Keine Videos zu Hintergrundinformationen über Achtsamkeit, Achtsamkeitstraining oder dessen Wirkungsweisen

Vorgegebener Zeitpunkt (morgens nach dem Aufstehen oder abends vor dem Schlafen) und Häufigkeit (an 5 Tagen der Woche, ca. 10-15 Minuten) zur Durchführung des Trainings

Messinstrumente

- **Achtsamkeit:** Short-Form Five Facet Mindfulness Questionnaire (SF-FFMQ) (Meng et al., 2020), 20 Items, bestehend aus 5 Subskalen (Beschreiben, Beobachten, nicht wertendes inneres Erleben, bewusstes Handeln und Nicht-Reaktivität), 5-stufige Likert-Skala
- **Wohlbefinden:** Positive Mental Health Scale (PMH) (Lukat et al., 2016), 9 Items, 4-stufige Likert-Skala
- **Digitaler Medienkonsum:** Smartphone-Nutzungsdaten der letzten Woche (Nutzungszeit, Anzahl der erhaltenen Benachrichtigungen und Entsperrungen)

Geplante Datenauswertung:

- Deskriptive Statistik (M , SD , Range) der Soziodemografie sowie der Variablen Achtsamkeit, Wohlbefinden und Digitaler Medienkonsum
- Inferenzstatistik: Einfaktorielle Varianzanalysen mit Messwiederholung für die Variablen Achtsamkeit, Wohlbefinden und digitaler Medienkonsum an den drei Messzeitpunkten Prä, Post und Follow-Up
- Die statistischen Berechnungen werden mit Jamovi durchgeführt.