

Datum 03.01.2012

Liebe Interessenten, Liebe Mitglieder von PsyWeb,

zu Beginn des neuen Jahres möchten wir uns bei Ihnen für Ihre Unterstützung unserer Forschung bedanken! Dank Ihres Engagements ist uns eine fundierte angewandte Forschung in der Psychologie möglich! Zudem freuen wir uns sehr über das mediale Echo in der Woche nach Weihnachten und die vielen Neuanmeldungen im PsyWeb.

PsyWeb ist zwar erst gut ein Jahr alt, hat aber schon jetzt 4000 Mitglieder. So konnten wir bereits in 2011 eine ganze Reihe von Online-Untersuchungen über das PsyWeb durchführen. Um Ihnen einen kleinen Einblick zu geben, haben einzelne der jeweiligen Forscher auf den folgenden Seiten für Sie zentrale Ergebnisse zusammengestellt. Dort finden Sie auch ein paar Zahlen zur Entwicklung des PsyWebs.

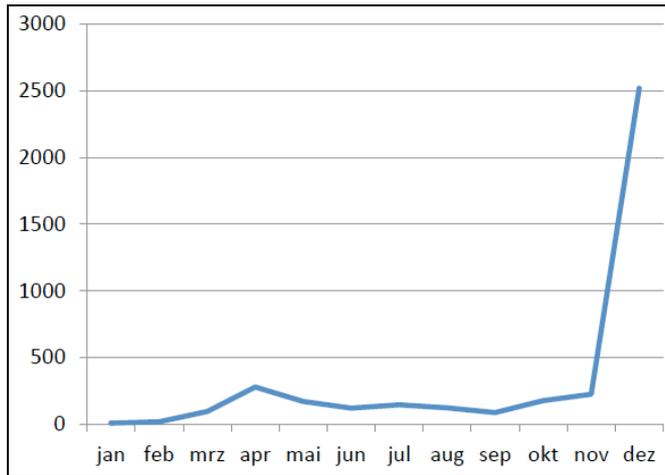
Die große Nachfrage in 2011 nach dauerhaften Tests mit Feedbacks zum Selbsttest hat uns sehr gefreut und wir haben hier insgesamt vier neue Tests in 2011 online gestellt. Mit dem zweiten Teil zu den Fakten und Mythen der Psychologie ist bereits der nächste Test für 2012 in Planung. Wir hoffen dieser und unsere weiteren Studien in 2012 werden Ihnen gefallen!

Bis dahin möchten wir Ihnen alles Gute für das Jahr 2012 wünschen!

Mit den besten Grüßen aus Leipzig, Münster und Osnabrück
Dr. Meinald Thielsch & das PsyWeb-Team

PsyWeb 2011: Zahlen und Fakten (Stand 02.01.2012)

Besucher der PsyWeb-Website:	14214 (seit 27.07.2011)
Durchschnittliche Besucherzahl:	ca. 2812 (pro Monat)
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer:	7 Minuten 4 Sekunden auf der PsyWeb-Website
Gesamtmitgliederzahl:	3979
Anmeldungen zum PsyWeb in 2011:	3830
Durchschnittlich Anmeldezahl:	ca. 332 pro Monat (genauer Anmeldeverlauf in der folgenden Grafik)



Anzahl der durchgeführten Studien:	11
Anzahl der neuen dauerhaften Tests:	4 (insgesamt nun 5 verfügbar)

Informationen zu ausgewählten PsyWeb-Studien im Jahr 2011

Im folgenden möchten wir in Kürze Informationen zu Studien liefern, die in 2011 über das PsyWeb durchgeführt wurden. Diese Informationen wurden uns von den jeweilig verantwortlichen Forschern/innen zur Verfügung gestellt.

Berufsinteressen und Motive

Die Studie dient dazu einen neuen Fragebogen zur Untersuchung von arbeitsbezogenen Motiven zu entwickeln. Dabei geht es z. B. um die Frage, inwieweit ein Mensch primär daran interessiert ist, viel Geld zu verdienen, über seine berufliche Tätigkeit gesellschaftliches Ansehen zu erwerben oder soziale Kontakte zu knüpfen. Bevor ein solcher Fragebogen fertig gestellt ist, muss man mehrere Studien durchführen und verschiedene mathematische Kennwerte berechnen, die eine Aussage über die Qualität des neuen Fragebogens ermöglichen. Unsere Studie war die erste Studie zu dem neuen Verfahren. Es ging darum die Anzahl der Fragen zu reduzieren, so dass der endgültige Fragebogen möglich kurz ist, ohne dass er an Qualität einbüßt.

Einstellung und Zufriedenheit

Die Studie diente dazu einen neuen Fragebogen zu entwickeln, der später einmal im Berufsleben eingesetzt werden kann. Mit Hilfe des Fragebogens wird untersucht, inwieweit bestimmte arbeitsbezogene Bedürfnisse eines Menschen (z. B. sich selbst zu verwirklichen) am Arbeitsplatz verwirklicht werden und welche Arbeitszufriedenheit daraus erwächst. Ergebnisse dieser Studie werden erst in 2012 vorliegen.

Fragebogen zum Aufschiebeverhalten

Schon seit längerem beschäftigen sich Psychologen mit der Frage, warum viele Menschen wichtige Aufgaben immer wieder vor sich herschieben, obwohl sie diese dringend erledigen müssten. Mit diesem dauerhaften Test möchten wir zudem herausfinden, ob ein Zusammenhang zwischen dem Aufschieben und tatsächlich vorhandenen Belastungen und Stress besteht. Oder hilft das Aufschieben sogar, kurzfristig Stress zu vermeiden? Direkt am Ende des Fragebogens erhalten alle Teilnehmer eine individuelle Rückmeldung zum eigenen Aufschiebeverhalten.

Gestaltung von Online-Befragungen

In meiner Arbeit ging es darum, inwiefern sich die Gestaltung einer Online-Befragung zum einen auf deren ästhetische Bewertung zum anderen aber auch auf die Lösung von Aufgaben auswirkt. Hier wurden Aufgaben zur so genannten fluiden Intelligenz verwendet, gemessen wurde die Anzahl richtig beantworteter Aufgaben und die Bearbeitungszeit. Eine blaue Hintergrundfarbe und eine professionelle Gestaltung hatten dabei einen positiven Einfluss auf die ästhetische Beurteilung einer Online-Befragung. Ein Design mit großer bzw. geringer Vielfalt zeigte keinerlei Wirkung. In Bezug auf fluide Intelligenz machte es ebenfalls keinen Unterschied, ob die Befragung ästhetisch oder unästhetisch gestaltet war.

Vielen Dank, dass ich meine Daten über PsyWeb erheben konnte!

Gestaltung von Websites

Ziel dieser Untersuchung war eine Vielzahl von zufällig ausgewählten Websites bewerten zu lassen. Dabei sollte die Gestaltung beurteilt werden. Anhand dieser Vergleichsdaten können wir im nächsten Jahr eine Studie mit EEG-Messung machen, in der wir nur besonders hübsche oder besonders hässliche Websites zeigen. Hierbei werden wir dann untersuchen, ob diese unterschiedlichen Websites im Gehirn womöglich anders verarbeitet werden.

Kurzumfrage Websitebewertung

In dieser Untersuchung war das Ziel herauszufinden welcher Aspekt einer Website aus Sicht der Surfer zu welchem Zeitpunkt entscheidend ist. Hierbei wird die Gestaltung als wichtigster Aspekt für den Ersteindruck genannt. Für den Gesamteindruck sind Inhalt, Benutzbarkeit und Gestaltung entscheidend. Wenn man eine Website wieder besuchen oder weiterempfehlen möchte, so ist der Inhalt der wichtigste Aspekt. Diese Ergebnisse stimmen mit Daten aus unseren Website-Tests überein, allerdings scheinen Webnutzer die Bedeutung der Benutzbarkeit etwas zu überschätzen.

Selbsttest zum Alkoholkonsum

In diesem dauerhaften Test werden die Trinkhäufigkeiten und Trinkmengen der letzten 30 Tage erfasst. Basierend auf den Angaben haben die Teilnehmer am Ende die Möglichkeit ein automatisch berechnetes Feedback zum eigenen Alkoholkonsum zu erhalten.

Soziale Kompetenzen

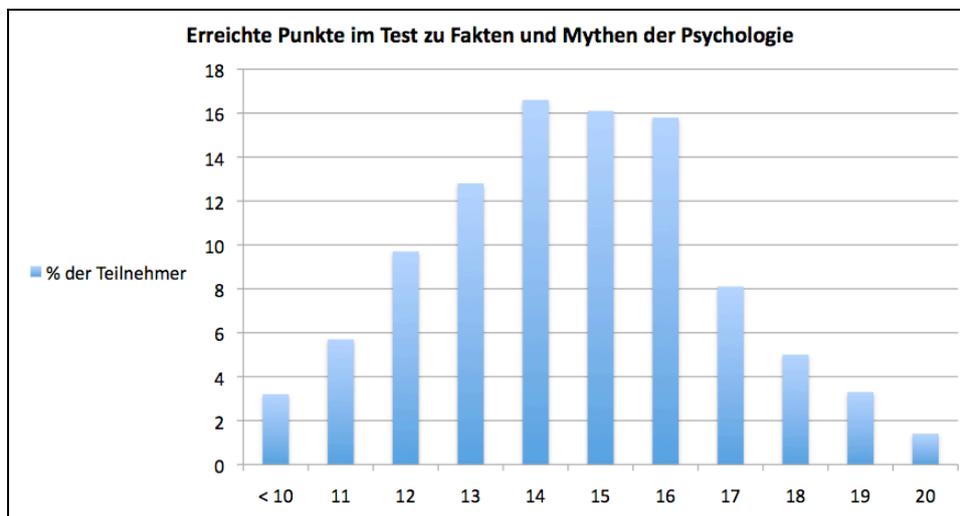
Die Daueruntersuchung zum Thema "Soziale Kompetenzen" ermöglicht den Teilnehmern eine Aussage über die Ausprägung von vier grundlegenden sozialen Kompetenzen: Soziale Orientierung, Offensivität, Selbstkontrolle und Reflexibilität. Wenn sehr viele Menschen diesen Fragebogen ausgefüllt haben (mehr als 1000) wollen wir später anhand der gewonnenen Ergebnisse eine sogenannte "Normierung" vornehmen. Wer später einmal den Fragebogen ausfüllt wird dann in Zukunft in seinen Ergebnissen mit den Ergebnissen der vielen Menschen verglichen, die den Fragebogen bereits ausgefüllt haben. Hierdurch erhält man eine Vorstellung davon, inwieweit die jeweiligen sozialen Kompetenzen bei einem Menschen unterdurchschnittlich, durchschnittlich oder überdurchschnittlich ausgeprägt sind.

Soziale Kompetenz & Intelligenz

Die Studie diente dazu einen neuen Fragebogen zur Untersuchung der Sozialen Kompetenzen von Menschen zu entwickeln. Im Rahmen einer solchen Entwicklung muss man zahlreiche Untersuchungen durchführen, um zu zeigen, ob es sinnvolle Zusammenhänge zu anderen Fragebögen und Testverfahren gibt. In dieser Studie ging es nun darum herauszufinden, ob soziale Kompetenzen und Intelligenz zusammenhängen. Erwartungsgemäß hat sich gezeigt, dass beides nicht nennenswert zusammenhängt. Intelligentere Menschen sind nach unseren Ergebnissen nicht mehr oder weniger sozial kompetent als andere. Zudem stimmt bei den meisten Personen die Selbsteinschätzung gut mit einer Fremdeinschätzung überein.

Test zu Fakten und Mythen der Psychologie

Diesen dauerhaften Test haben wir speziell für Mitglieder des PsyWebs erstellt. Hier kann sich jede/r selbst anhand von 20 Fragen prüfen, ob man die Wahrheit hinter gängigen Alltagsweisheiten kennt. Kann man die Persönlichkeit aus der Handschrift erkennen? Werden bei Vollmond mehr Straftaten verübt? Steigert Musik von Mozart bei Kleinkindern die Intelligenz? Insgesamt konnten 20 Punkte erreicht werden, die folgende Grafik zeigt wie viele der bisherigen Teilnehmer/innen¹ dies in 2011 geschafft haben.



¹ Insgesamt wurden hier 812 Teilnehmer/innen ausgewertet, die der wissenschaftlichen Verwendung der Daten zugestimmt haben.