

Liebe Interessenten, Liebe Mitglieder von PsyWeb,

mit diesem Bericht möchten wir uns bei Ihnen noch einmal herzlich für Ihre Unterstützung unserer Forschung bedanken! Dank Ihres Engagements ist uns eine fundierte und anwendungsnahe Forschung in der Psychologie möglich! Zudem freuen wir uns sehr über das mediale Echo ab Weihnachten 2011 und die vielen Neuanmeldungen im PsyWeb im Jahr 2012. ☺

PsyWeb ist in 2012 enorm gewachsen und hat nun über 8000 Mitglieder. Dies war Grundlage für eine ganze Reihe von Online-Untersuchungen im PsyWeb in 2012 – und Anlass unsere Website für Sie mit weiteren Informationen rund um die Psychologie anzureichern. Um Ihnen einen kleinen Einblick in die durchgeführten Studien zu geben, haben einzelne der jeweiligen Forscher auf den folgenden Seiten für Sie zentrale Ergebnisse zusammengestellt. Dort finden Sie auch einige Kernzahlen zur Entwicklung des PsyWebs.

Die Begeisterung für PsyWeb in 2012 und die vielen Anregungen haben uns sehr gefreut! Wir werden auch in 2013 so weitermachen und hoffen Ihnen interessante Studien und Informationen rund um die Psychologie bieten zu können.

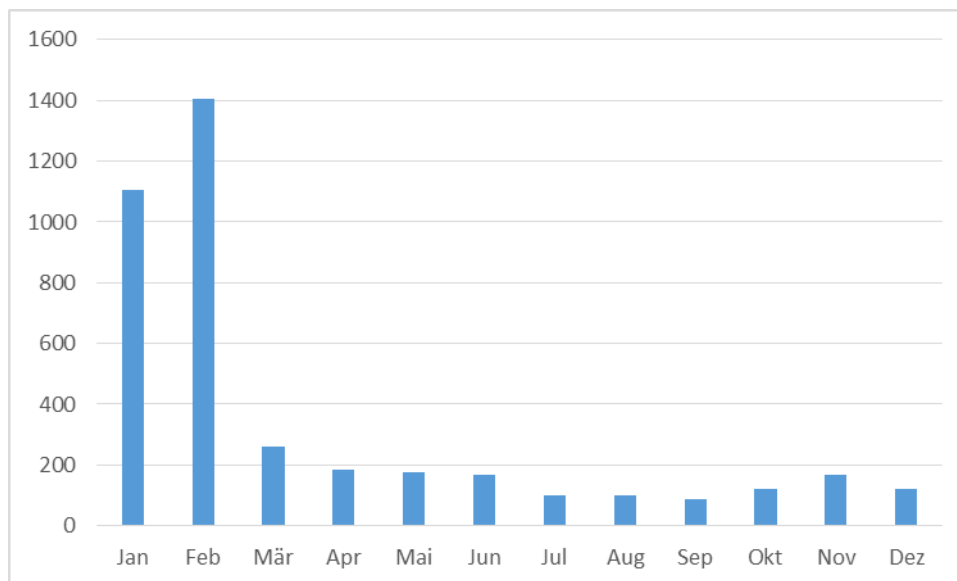
Mit den besten Grüßen aus Leipzig, Münster und Osnabrück
Dr. Meinald Thielsch & das PsyWeb-Team



PsyWeb 2012: Zahlen und Fakten

(Stand 31.12.2012)

Besucher der PsyWeb-Website:	41332
Durchschnittliche Besucherzahl:	ca. 3444 (pro Monat)
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer:	6 Minuten 9 Sekunden auf der PsyWeb-Website
Gesamtmitgliederzahl:	8123
Anmeldungen zum PsyWeb in 2012:	3993
Durchschnittlich Anmeldezahl:	ca. 332 pro Monat (genauer Anmeldeverlauf in der folgenden Grafik)



Anzahl der durchgeführten Studien in 2012:	24
Anzahl der verfügbaren dauerhaften Tests:	4

Informationen zu ausgewählten PsyWeb-Studien im Jahr 2012

Im folgenden möchten wir in Kürze Informationen zu einer Reihe von Studien liefern, die in 2012 über das PsyWeb durchgeführt wurden. Diese Informationen wurden uns von den jeweilig verantwortlichen Forschern/innen zur Verfügung gestellt.

Sorgen im Zeitverlauf

Ziel dieser Untersuchung war es, zwei Versionen eines Fragebogens zur Erfassung von Sorgen zu entwickeln. Die Entwicklung von präzisen Fragebögen zu verschiedenen Konstrukten ist zwar nur ein kleiner Schritt in der Forschung, aber unbedingt nötig, um weiterführende inhaltliche Fragen erst beantworten zu können. Die erste Fragebogenversion sollte dabei aktuelle Sorgen, die zweite Version eine allgemeine Tendenz, sich zu sorgen, messen. Beispielsweise sollten Sie für die Version zu aktuellen Sorgen einschätzen, wie häufig die Aussage „Ich habe mir Sorgen gemacht“ in den letzten sieben Tagen auf Sie zutraf. Für die Fragebogenversion zur allgemeinen Sorgentendenz sollten Sie dann angeben, wie die Aussage „Ich mache mir Sorgen“ im Allgemeinen auf Sie zutrifft. Erwartungsgemäß konnten wir zeigen, dass aktuelle Sorgen stärker mit aktuell bedrückter Stimmung und akutem Stress einhergehen als die allgemeine Sorgentendenz. Diese allgemeine Tendenz, sich Sorgen zu machen, hängt stärker mit dem bereits bekannten, zeitlich überdauernden Persönlichkeitsmerkmal der emotionalen Labilität zusammen. Damit bezeichnen wir eine eher vorsichtige, zurückhaltende, leicht zu beunruhigende Haltung der Welt gegenüber. Wichtig war jedoch die Feststellung, zu welchem Grad aktuelle Sorgen durch eine allgemeine Sorgentendenz bestimmt sind. Die aktuellen Sorgen werden zwar teilweise durch die allgemeine Tendenz, sich zu sorgen, mitbestimmt. Davon unabhängig variieren sie aber zu einem gewissen Grad auch in Abhängigkeit von unmittelbaren Belastungen. Wir konnten so nachweisen, dass durch die beiden Fragebogenversionen aktuelle und generelle Sorgen sinnvoll getrennt werden können. Viele Teilnehmer haben unseren Fragebogen zu verschiedenen Zeitpunkten ausgefüllt und uns damit geholfen, diese beiden Sorgenfacetten zu trennen. Das erlaubte es uns, auch zu untersuchen, wie sich Sorgen im Zeitverlauf ändern. Ergebnisse hierzu werden wir nach der endgültigen Auswertung berichten können.

Es ist geplant, die Fragebogenversion zur allgemeinen Sorgentendenz als dauerhaften Selbsttest mit automatisch berechnetem Feedback in PsyWeb anzubieten.

Studie zur Nutzung des Internets

Mit Hilfe dieser Befragung sollte das Nutzungsverhalten der deutschen Online-Bevölkerung erfasst und mögliche Online-Nutzertypen identifiziert werden. Hierbei zeigten sich vier grundsätzliche Nutzertypen: der Heavy User, der Wenignutzer, der Zwecknutzer und der Freizeitsurfer. Während Ersterer alle Funktionen und Möglichkeiten des Internets besonders häufig nutzt, zeichnet sich der Wenignutzer durch vergleichsweise seltenes Surfverhalten aus. Der typische Zwecknutzer wiederum benötigt das Internet vor allem für berufliche Zwecke (wie E-Mails schreiben und empfangen, Informationen suchen, etc.) während der Freizeitsurfer vor allem soziale Netzwerke und Onlinemedien (z.B. Videowebsites, Internetradio, etc.) nutzt.

Veröffentlicht wurde diese Studie auf der Mensch und Computer 2012 in Konstanz und kann unter http://www.thielsch.org/download/proceedings/Keuter_Salaschek_Thielsch_2012.pdf heruntergeladen werden.

Image der Psychologie

Bislang gibt es nur zwei deutschsprachige Studien aus den 90er Jahren, die sich mit dem Bild der Psychologie in der Öffentlichkeit beschäftigen. Unsere Onlinestudie greift die Fragestellungen der beiden älteren Studien auf und führt sie fort. Die Stichprobe umfasst ca. 2000 Menschen, wobei etwa 700 Personen den Fragebogen über PsyWeb beantwortet haben. Die Ergebnisse sind noch nicht publiziert worden. An dieser Stelle kann aber bereits verraten werden, dass Frauen ein positiveres Bild von der Psychologie zeichnen als Männer. Über die

Zeit hinweg haben sich Verschiebungen im Bekanntheitsgrad verschiedener Berufsfelder der Psychologie ergeben. Beispielsweise ist das Berufsfeld der forensischen Psychologie heute bekannter als noch vor 15 Jahren. Für das Arbeitsfeld der Personalauswahl lässt sich eine rückläufige Entwicklung feststellen obwohl heute sicherlich mehr Psychologen in diesem Bereich tätig sind als früher. Hier stellt sich die Frage, inwieweit das Bild der Psychologie vor allem durch verzerrende Darstellungen der Berufsgruppe in Fernsehfilmen geprägt wird.

Fragebogen zum Selbstbild

In der Psychologie wird häufig mit Fragebogendaten gearbeitet. Dabei besteht die Gefahr, dass die Probanden, beim Ausfüllen des Fragebogens versuchen, einen möglichst positiven Eindruck von sich selbst zu vermitteln. Dieses Problem der Selbstdarstellung taucht vor allem auf, wenn es um einer Beschreibung der eigenen Persönlichkeit oder individueller Einstellungen geht. Im Rahmen einer Onlinestudie wurde ein neuer Fragebogen untersucht, mit dem sich das Ausmaß einer solchen Selbstdarstellung abschätzen lässt. Dabei wurde das Ergebnis des neuen Fragebogens mit dem aus zwei älteren miteinander verglichen. Es ergab sich, dass die Punktwerte der Fragebögen positiv korreliert waren: Je höher der Punktwert der Probanden im neuen Fragebogen war, desto höher fiel auch das Ergebnis in den beiden älteren Fragebögen aus. Dies ist zunächst einmal ein guter Befund. Zukünftige Studien müssen jetzt noch zeigen, ob der neue Fragebogen Vorteile gegenüber den alten Instrumenten besitzt.

Versicherungsbetrug und Steuerhinterziehung

Ziel unserer Studie war eine Untersuchung der Delikte Versicherungsbetrug und Steuerhinterziehung. Zum einen wollten wir herausfinden, ob die Verwendung einer speziellen Fragetechnik dazu führt, dass Befragte häufiger zugeben, bereits Steuern hinterzogen zu haben und/oder bereits Versicherungen betrogen haben. Zum anderen wollten wir erforschen, was die Befragten dazu verleitet, eines der Delikte zu begehen.

Es zeichnet sich ab, dass unter der Verwendung der speziellen Fragetechnik, bei der kein klarer Schluss auf die individuelle Antwort des Befragten möglich ist und seine Anonymität gewährleistet wird, Versicherungsbetrug und Steuerhinterziehung häufiger berichtet werden. Einflussfaktoren auf das Begehen von Steuerhinterziehung sind Aspekte der Persönlichkeit (Egoismus), die Soziale Norm (Anzahl von Steuerhinterziehern im Bekanntenkreis), Kosten-Nutzen-Analysen der Befragten und eine mögliche Gelegenheit zum Hinterziehen von Steuern. Einflussfaktoren auf das Begehen von Versicherungsbetrug konnten nicht bestimmt werden, da dieses Delikt nur sehr selten (< 5%) begangen wird und entsprechende statistische Modelle nicht berechenbar sind.

Ästhetische Bewertung von Broschüren

diese Studie soll als Vortest Daten zur ästhetischen Bewertung von Broschüren für weitere Untersuchungen liefern. In der geplanten nächsten Untersuchung möchten wir schauen, wie schnell Menschen eine Website erkennen und von anderen Objekten unterscheiden können - und dazu brauchen wir ein ähnliches Vergleichsobjekt. Hier wollen wir Broschüren benutzen, als ein Druckwerk aus der "Offline-Welt". Damit wir die passenden Vergleichsbroschüren auswählen, müssen wir aber wissen, wie hübsch oder hässlich diese eingeschätzt werden. Daher diese kurze, für uns aber sehr wichtige Vorstudie.

Ersteindruck von Websites

In dieser Studie wurde den Probanden ein Set aus mehreren Screenshots präsentiert. Jedem Teilnehmer stand eine gewisse Betrachtungsdauer zu, in der er sich ein Urteil zu den einzelnen Webseiten bilden und diese bewerten konnte. Die verwendeten Webseiten wurden als unbearbeitete Screenshots sowie als hoch- bzw. tiefpassgefilterte Bilder (hervorgehobene Konturen und Kanten bzw. weiche und verschwommene Darstellung) präsentiert. Unter anderem konnte gezeigt werden, dass bei sehr kurzen Betrachtungszeiten von wenigen Millisekunden vor allem die groben Informationen eines tiefpassgefilterten Bildes zum

ästhetischen Urteil beitragen. Der erste Eindruck, den wir von einer Webseite bekommen, wird demnach schon nach den ersten erkundenden Augenbewegungen gebildet.

Ohne die freiwillige Teilnahme der im Psyweb registrierten Nutzer wäre es in dieser Studie nicht möglich gewesen, die Datenerhebung derart schnell abzuwickeln. Ich möchte mich daher bei allen bedanken, die sich im vergangenen Jahr an den im Psyweb vorgestellten Studien beteiligt und der Forschung einen großen Dienst erwiesen haben!

Arbeitszufriedenheit in der Mitarbeiterbefragung

Die Studie diente dazu herauszufinden, welche Bereiche von Arbeitszufriedenheit (z.B. Vorgesetzter, Kollegen oder Entgelt) mit Hilfe einer Mitarbeiterbefragung gemessen werden können. Darüber hinaus wurde untersucht, ob es altersbedingte Unterschiede in einzelnen Bereichen der Arbeitszufriedenheit gibt und ob diese Unterschiede einen Einfluss auf wichtige organisationelle Kriterien haben (z.B. Stress, Gesundheit, Verbundenheit mit dem Unternehmen). Es zeigte sich, dass die Höhe der Arbeitszufriedenheit nur gering zwischen den Altersgruppen variierte aber der Einfluss auf organisationelle Kriterien teilweise sehr unterschiedlich zwischen Altersgruppen war.

Stimmung und Website-Interaktion

Ziel der Studie war es, den Zusammenhang zwischen depressiver Stimmung und der Website-Interaktion zu untersuchen. Es zeigte sich, dass Personen, die depressiv verstimmt waren, sich durch die Website-Recherche stärker belastet fühlten und die verwendete Website schlechter bewerteten. Die Rechercheleistung wurde allerdings nur indirekt durch die depressive Stimmung beeinträchtigt. Kommende Studien sollten untersuchen, welche Website-Eigenschaften die Interaktion depressiv verstimmter Personen verbessern können, um zukünftig optimierte Websites anbieten zu können. Ich danke den Teilnehmern für die Unterstützung meiner Studie.

Zusammenhang zwischen ADHS, Prokrastination (Aufschiebeverhalten) und „Cognitive Failures“

In dieser Studie ging es darum drei Fragebögen zu Prokrastination (problematisches Aufschiebeverhalten), ADHS und „Cognitive Failures“ (also kognitive Fehler, wie z.B. rechts und links zu verwechseln) genauer zu untersuchen. Zum einen wurde die den Fragebögen zugrunde liegende Struktur ermittelt. So zeigte sich z.B. dass sich die Items des ADHS-Fragebogens auf drei Dimensionen („Aufmerksamkeitsdefizit“, „Hyperaktivität“ und „Impulsivität“) aufteilen lassen. Außerdem wurden für alle drei Fragebögen mathematische Kennwerte berechnet, mit denen sich Aussagen über die Güte treffen lassen. In einem zweiten Schritt wurden die Beziehungen zwischen den drei Fragebögen ermittelt. So zeigte sich unter anderem, dass problematisches Aufschiebeverhalten mit Aufmerksamkeitsdefiziten in Zusammenhang steht. Durch das PsyWeb haben in kurzer Zeit über 1000 Personen an der Studie teilgenommen. Eine solche Teilnehmerzahl innerhalb von nur zwei Wochen zu erreichen wäre ohne das PsyWeb nur schwer möglich gewesen!

Ästhetische Wahrnehmung von Websites, Gesichtern und Landschaften

Ziel dieser Studie war es zu zeigen, dass der Mensch dazu in der Lage ist, sich in Sekundenschnelle ein ästhetisches Urteil zu bilden. Nach der Processing Fluency Theorie (Reber et al., 2004) werden ästhetische Bewertungen durch die Flüssigkeit der visuellen Verarbeitung vermittelt, welche wiederum von niedrigen Raumfrequenzen abhängig ist. Aufgabe der Probanden war es raumfrequenzgefilterte Bilder zu Websites, Gesichtern und Landschaften hinsichtlich des ästhetischen Appeals in drei verschiedenen Darbietungszeiten zu beurteilen. Die Ergebnisse zeigten, dass Urteile zur Attraktivität von Gesichtern innerhalb von 50 ms gebildet werden können.

Entwicklung eines Fragebogens zur Messung von Arbeitsmotiven

In drei Onlinestudien wurde die Entwicklung eines neuen Fragebogens zur Messung von Arbeitsmotiven weiter vorangetrieben. Arbeitsmotive beschreiben, wonach ein Mensch im Rahmen seiner beruflichen Tätigkeit strebt. Der Fragebogen differenziert 16 verschiedene Motive. Hierzu zählen z. B. das Streben nach materiellem Wohlstand, der Entwicklung der eigenen Persönlichkeit oder der Übernahme von Führungsverantwortung. Im Laufe der Entwicklung eines solchen Fragebogens muss u. a. in mehreren Studien gezeigt werden, dass die Ergebnisse der Untersuchung in einem sinnvollen Zusammenhang zu den Ergebnissen anderer Fragebögen stehen. Die drei Studien, die in diesem Jahr durchgeführt wurden, dienen diesem Zweck.

So konnte z. B. gezeigt werden, dass Menschen, die in einem anderen Fragebogen angeben, dass die gern Führungsverantwortung übernehmen möchten auch im Arbeitsmotivfragebogen höhere Werte aufweisen und hohe Werte in einem etablierten Leistungsmotivationsfragebogen auch mit einer höheren Ausprägung des Leistungsmotivs in unserem neuen Fragebogen einhergehen. Die dritte Studie diente der Beantwortung der Frage, ob Menschen, die unseren Fragebogen ausfüllen, dabei in besonderer Weise dazu neigen, sich möglich vorteilhaft zu beschreiben. Diese Frage konnte mit nein beantwortet werden.

Alles in allem sind wir bei der Testentwicklung somit wieder einen Schritt weitergekommen. Für das kommende Jahr ist nun ein neue Dauerstudie geplant. Über viele Monate hinweg haben alle Interessierten die Möglichkeit, den Fragebogen auszufüllen und erhalten dann unmittelbar im Anschluss eine individuelle Rückmeldung darüber, wie stark bestimmte Arbeitsmotive ausgeprägt sind. Hierzu vergleicht man die individuellen Ergebnisse mit den Angaben von mehr als 1000 Menschen und bekommt so eine Vorstellung davon, ob die eigenen Arbeitsmotive unter-, über- oder durchschnittlich stark ausgeprägt sind.

Informationen zu ausgewählten PsyWeb-Dauertests im Jahr 2012

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.

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.

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? Ausgewählte Ergebnisse dieser Dauerstudie wurden inzwischen veröffentlicht.¹ Für 2013 ist eine Nachfolgestudie geplant.

¹ Kanning, U. P., Rist, F., Schmukle, S. & Thielsch, M. T. (2013). Mythen der Alltagspsychologie – Was wissen Laien über (vermeintliche) Forschungsergebnisse? *Skeptiker*, 1/2013, 10-15.