

BACHELORTHESIS

Soziale Ängstlichkeit und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben – eine quantitative Online-Fragebogenstudie

Betreuung und Prüfung durch Prof. Dr. Anja Tausch

vorgelegt am 31. August 2021

SRH Fernhochschule – The Mobile University

Modul: Bachelorthesis

Studiengang: B. Sc. Psychologie

von

Katharina Jäggle

Kattegatstr.8

13359 Berlin

Studiengang: B. Sc. Psychologie

Matrikelnummer: 2007505

Abstract

Persönlichkeitsmerkmale haben Einfluss darauf, wie Menschen ihre Umwelt wahrnehmen und bewerten. Auch in der modernen Arbeitswelt. Die Frage, wie Menschen mit ausgeprägten Neigungen zu sozialen Ängsten zu den digitalen Arbeitsformen stehen, erhält in der COVID-19-Pandemie besondere Relevanz und war bislang noch nicht Gegenstand einer empirischen Untersuchung.

Im Fokus der vorliegenden quantitativen Online-Fragebogenstudie stehen in diesem Sinne die Merkmale soziale Ängstlichkeit (SÄ) und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben sowie deren Zusammenhang. Sie wurden an einer Stichprobe von N=379 deutschen Erwerbstätigen, darunter 168 männliche und 211 weibliche Teilnehmer zwischen 21 und 66 Jahren, untersucht. Das Messinstrument zur Erfassung von SÄ wurde auf der Grundlage einer Konzeptualisierung von Buss (1980) entwickelt, und für die Erfassung der Einstellungen wurden entsprechend des Drei-Komponenten-Modells nach Hovland & Rosenberg (1960) drei Subskalen zu Kognition, Affekt und Verhalten und ein globales Einstellungsmaß entwickelt. Mit Ausnahme der Subskala Verhaltensbezogene Einstellung zeigen die Skalen in der empirischen Überprüfung eine gute bis sehr gute interne Konsistenz.

Folgende inferenzstatistische Testverfahren kamen zum Einsatz: Varianzanalyse, T-Test, bivariate Korrelationsanalyse und multiple lineare Regression.

Aus den Ergebnissen lässt sich ableiten, dass mit wachsendem Grad an SÄ das Maß an Zustimmung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben steigt. Dieser Befund ist insofern relevant, als er bei Menschen mit höheren Ausprägungen in SÄ auf Präferenzen zur Beibehaltung der kontaktärmeren Arbeitsformen hindeutet. Neben SÄ tragen die Merkmale Alter und Bürotätigkeit in geringem Maße zur Vorhersage der globalen Einstellungen bei.

Auch die Annahmen, dass Singles höhere Ausprägungen in SÄ haben als Erwerbstätige, die in einer Beziehung leben und dass die soziale Angstneigung unter Führungskräften schwächer ist als unter deutschen Erwerbstätigen ohne leitende Funktionen, konnten in der vorliegenden Querschnittsuntersuchung bestätigt werden.

Schlagwörter:

Social Distancing, soziale Ängstlichkeit, moderne Arbeitswelt, digitale Medien, Einstellungen, Fragebogentechnik, Online-Umfrage

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	6
Tabellenverzeichnis	7
1 Einleitung	9
1.1 Problemstellung	9
1.2 Zielsetzung	10
1.3 Aufbau der Arbeit	10
2 Theoretische Grundlagen	12
2.1 Soziale Ängstlichkeit	12
2.1.1 Emotion und Persönlichkeit: Ängstlichkeit als Eigenschaft	12
2.1.2 Ängstlichkeit: theoretische Ansätze	13
2.1.3 Erfassung von Angst und Ängstlichkeit	14
2.1.4 Bereichsspezifische Angstneigung: soziale Ängstlichkeit	15
2.1.4.1 Formen sozialer Ängstlichkeit	16
2.1.4.2 Soziale Ängstlichkeit und Selbstkonzept	19
2.1.4.3 Soziale Ängstlichkeit und öffentliche Selbstaufmerksamkeit	20
2.1.4.4 Konsequenzen sozialer Ängstlichkeit	21
2.1.4.5 Soziale Ängstlichkeit über die Lebensspanne	22
2.1.4.6 Soziale Ängstlichkeit und soziodemographische Merkmale	23
2.2 Einstellungen	24
2.2.1 Formen und Funktionen von Einstellungen	25
2.2.2 Einstellungskomponenten: Kognition, Affekt und Verhalten	25
2.2.3 Entstehungsbedingungen: Umwelt und Gene	28
2.2.4 Einstellung und Verhalten	29
2.2.5 Messung von Einstellungen	29
2.3 Digitale Medien in der Arbeitswelt	30
2.4 Forschungsstand soziale Ängste und digitale Medien	33
2.5 Zusammenfassung und Präzisierung der Zielsetzung	34
2.5.1 Zusammenfassung der Theorie	34
2.5.2 Zielsetzung und Forschungshypothesen	35

3	Methode	39
3.1	Begründung der Methodenwahl	39
3.2	Zielgruppe und Stichprobenbildung.....	39
3.3	Operationalisierung	41
3.3.1	Berufsbezogene und soziodemographische Variablen	41
3.3.2	Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien in der Arbeitswelt	45
3.3.3	Soziale Ängstlichkeit	50
3.4	Aufbau des Fragebogens	55
3.5	Pretest und Durchführung der Online-Befragung	58
3.6	Auswertung.....	59
3.6.1	Datenbereinigung	59
3.6.2	Teststatistische Analysen.....	60
3.6.3	Bildung neuer Variablen und Indexbildung.....	63
3.6.4	Verwendete statistische Verfahren.....	63
3.6.4.1	Unterschiedshypothesen H_1 und H_2	64
3.6.4.2	Zusammenhangshypothesen H_3 , H_4 , H_5 und H_6	66
4	Ergebnisse	69
4.1	Deskriptive Statistik	69
4.1.1	Persönliche und berufsbezogene Daten	69
4.1.2	Einstellungen zu digitalen Medien im Arbeitsleben	72
4.1.3	Soziale Ängstlichkeit	73
4.2	Inferenzstatistik: Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	74
4.2.1	Die Unterschiedshypothesen H_1 und H_2	75
4.2.2	Die Zusammenhangshypothesen H_3 , H_4 , H_5 und H_6	76
5	Diskussion.....	81
5.1	Ergebnisse.....	81
5.2	Methodik.....	86
5.2.1	Objektivität.....	86
5.2.2	Reliabilität.....	86
5.2.3	Validität.....	88
5.2.3.1	Validität des Untersuchungsdesigns	88
5.2.3.2	Validität des Messinstrumentes.....	89

5.3 Fazit und Ausblick	90
Anlagen	93
Anlage 1: Der Online-Fragebogen: soziale Ängstlichkeit und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien	93
Anlage 2: Planung des Stichprobenumfangs	99
Anlage 3: Umfrage-Einladungen	101
Anlage 4: Ausreißer-Analyse für die Variable Erfahrung_digMedien.....	104
Anlage 5: Berechnung der Itemschwierigkeiten, Trennschärfen und Cronbachs Alpha	105
Anlage 6: Exploratorische Faktorenanalyse mit SPSS	107
Anlage 7: Reliabilitätsanalysen	113
Anlage 8: Deskriptive Statistik persönliche und berufsbezogene Daten..	118
Anlage 9: Deskriptive Statistik Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien	124
Anlage 10: Deskriptive Statistik Soziale Ängstlichkeit	129
Anlage 11: Zweifaktorielle univariate Varianzanalyse für die AV soziale Ängstlichkeit und die UVs Geschlecht und Beziehungsstatus	132
Anlage 12: T-Test für die AV soziale Ängstlichkeit und die UV Berufsstatus	133
Anlage 13: Korrelationsanalysen: Testvoraussetzung Linearität	134
Anlage 14: Korrelationsanalysen: Ergebnisse	138
Anlage 15: Multiple lineare Regression: Testvoraussetzungen	140
Anlage 16: Multiple lineare Regressionsanalyse: Ergebnisse	143
Literaturverzeichnis.....	145
Eidesstattliche Erklärung	153

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
ANOVA	<i>analysis of variance</i> , Varianzanalyse
Aufl.	Auflage
AV	abhängige Variable
Bd.	Band
BfGA	Beratungsgesellschaft für Arbeits- und Gesundheitsschutz
df	<i>degrees of freedom</i> , Zahl der Freiheitsgrade
DSM-V	<i>Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders</i> , Diagnostisches und Statistisches Manual Psychischer Störungen, Version 5
Hrsg.	Herausgeber
ICD-10	<i>International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems</i> , Internationale statistische Klassifikation der Krankheiten und verwandter Gesundheitsprobleme, 10. Revision
M	Mittelwert
NA	Negative Affektivität
ÖS	Öffentliche Selbstaufmerksamkeit
SÄ	Soziale Ängstlichkeit
SD	<i>standard deviation</i> , Standardabweichung
SE	<i>standard error</i> , Standardfehler
TN	Teilnehmer
Übers. v. Verf.	Übersetzt von der Verfasserin
UV	unabhängige Variable
VSSP	Bundesverband der Selbsthilfe Soziale Phobie e.V.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Schematische Darstellung der Erscheinungsformen sozialer Angst in Relation zu ÖS sowie des Zusammenhangs zwischen Publikumsangst & Schüchternheit und Scham & Verlegenheit	21
Abbildung 2	Schematische Darstellung der Struktur von Einstellungen	26
Abbildung 3	Strukturbaum zum Konstrukt Bürotätigkeit	42
Abbildung 4	Strukturbaum zum Konstrukt Erfahrung mit der Nutzung digitaler Medien im Berufsalltag	44
Abbildung 5	Die Self-Consciousness Scale (SCS) mit drei Subskalen	52
Abbildung 6	Altersverteilung der Stichprobe nach Gruppen	69
Abbildung 7	Prozentuale Verteilung der Gruppen liierte Männer, Single-Männer, liierte Frauen und Single-Frauen in der Gesamtstichprobe	71
Abbildung 8	Häufige Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben in Prozent	71
Abbildung 9	Soziale Ängstlichkeit nach Gruppen	74

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Angstmaße	15
Tabelle 2	Beispiele für Auslösesituationen von Schüchternheit bei Studierenden	19
Tabelle 3	Gängige Medien der Online-Kommunikation	30
Tabelle 4	Chancen und Herausforderungen digitaler Kommunikationsformen im Arbeitsleben	32
Tabelle 5	Führungsebenen eines Unternehmens und Beispiele für leitende Positionen	42
Tabelle 6	Dimensionale Analyse des Konstrukts Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien: Dimensionen, Kategorien, Indikatoren und entsprechende Items	46 – 47
Tabelle 7	Skala zur Erfassung von Publikumsängstlichkeit	50
Tabelle 8	Shyness Scale zur Erfassung von Schüchternheit	51
Tabelle 9	Dimensionale Analyse des Konstrukts soziale Ängstlichkeit	53
Tabelle 10	Interne Konsistenz der Skalen mit Cronbachs Alpha	62
Tabelle 11	Voraussetzungen für mehrfaktorielle Varianzanalysen	64
Tabelle 12	Varianzanalyse: Zellen (Gruppen) des Versuchsplans	65
Tabelle 13	Voraussetzungen für die multiple lineare Regression	67
Tabelle 14	Häufigkeitsverteilung der persönlichen und berufsbezogenen Merkmale sowie gruppiert nach Geschlecht	70

Tabelle 15	Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben: durchschnittliche Mittelwerte gesamt und nach Geschlecht	72
Tabelle 16	Soziale Ängstlichkeit: durchschnittliche Summen- und Mittelwerte gesamt und nach Geschlecht	73
Tabelle 17	Durchschnittliche globale Einstellung in den Gruppen Niedrig-, Mittel- und Hoch-Sozialängstliche	74
Tabelle 18	Varianzanalyse: Belegung der Gruppen und ihre AV-Mittelwerte	75
Tabelle 19	Ergebnisse der Varianzanalyse für die Merkmale soziale Ängstlichkeit, Geschlecht und Beziehungsstatus	76
Tabelle 20	T-Test: Belegung der beiden Gruppen „Führungskräfte“ & „Keine Führungskräfte“ und ihre AV-Mittelwerte	76
Tabelle 21	Ergebnisse der Pearson-Korrelation für die Zusammenhänge zwischen den Einstellungskomponenten	77
Tabelle 22	Soziale Ängstlichkeit und Einstellungen gegenüber der Nutzung digitaler Medien: Ergebnisse der Pearson-Korrelation	78
Tabelle 23	Multiple lineare Regressionsanalyse Methode Rückwärts – 3. Modell: Koeffizienten	80

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Die COVID-19-Pandemie hat die gängigen Arbeitsformen grundlegend verändert. Nach einer repräsentativen Befragung der Hans-Böckler-Stiftung (2021) lag der Anteil der Beschäftigten, die angaben, vor der Corona-Krise ausschließlich oder überwiegend im Homeoffice zu arbeiten, nur bei 4 %. Kurz nach Beginn des ersten Lockdowns im April 2020 waren es 27 % und Ende Januar 2021 lag der Anteil bei 24 %.

Ein zentrales Merkmal von Homeoffice und mobilem Arbeiten ist die Nutzung internetbasierter Informations- und Kommunikationstechnologien (Gerdenitsch & Korunka, 2019, S. 76). Das pandemiebedingte Social Distancing findet in der Arbeitswelt durch die verstärkte Nutzung digitaler Medien anstelle von Face-to-Face-Interaktionen seinen Niederschlag. Das Corona-Virus kann damit als ein Katalysator für das mobile Arbeiten und somit auch für die Nutzung digitaler Medien betrachtet werden (Hans-Böckler-Stiftung, 2021).

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie Menschen mit ihrer individuellen Persönlichkeitsstruktur den mit den verstärkt virtuellen Kommunikationsformen einhergehenden Rückgang persönlicher Kontakte beim Arbeiten wahrnehmen und bewerten.

Soziale Ängstlichkeit (SÄ) beschreibt die Neigung, in möglichen Situationen des Versagens oder des Selbstwertverlustes mit Angst zu reagieren. Es handelt sich um eine bereichsspezifische Angstneigung, bei der der soziale Kontext im Vordergrund steht (Hock & Kohlmann, 2009, S. 624; Schwarzer, 2000, S. 118).

Einstellungen sind Bewertungen gegenüber einem Einstellungsobjekt mit einem bestimmten Maß an Zustimmung oder Ablehnung, wobei drei Komponenten eine Rolle spielen: Kognition, Affekt und Verhalten (Eagly & Chaiken, 1993, S. 1).

Ob virtuelle Arbeitsumgebung oder Präsenzarbeit mit zunehmender Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien: Welche Einstellungen haben Erwerbstätige gegenüber der Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben? Und wie stehen Beschäftigte zur Nutzung digitaler Medien, die stärker als andere dazu neigen, in Situationen der sozialen Interaktion mit Angst zu reagieren? Erhöhen

diese durch die pandemiebedingte Vermeidung persönlicher Kontakte nicht vielleicht sogar ihr Risiko, eine soziale Angststörung zu entwickeln?

1.2 Zielsetzung

Ziel dieser Arbeit ist es, für die Zielgruppe der Erwerbstätigen in Deutschland zwei Merkmale und deren Zusammenhang zu untersuchen – soziale Ängstlichkeit und die Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben –, um auf der Grundlage der Ergebnisse mit Blick auf die Gestaltung der modernen Arbeitswelt Aussagen über die Kommunikationspräferenzen von Erwerbstätigen sowie eine Prognose über mögliche Verhaltenstendenzen von sozial ängstlicheren Personen machen zu können, wenn es darum geht, die Aspekte der sozialen Interaktion beim Arbeiten zu gestalten.

In Bezug auf die Ausprägungen in sozialer Ängstlichkeit wird zunächst untersucht, ob es Geschlechterunterschiede gibt und sich Erwerbstätige, die Single sind, und solche, die liiert oder verheiratet sind, hinsichtlich ihrer Disposition zu sozialen Ängsten unterscheiden. Weiterhin wird der Frage nachgegangen, ob ein Zusammenhang zwischen dem Alter und der Neigung zu sozialen Ängsten besteht und sich Erwerbstätige in Führungspositionen hinsichtlich ihrer Angstneigung von Berufstätigen unterscheiden, die keine leitende Funktion innehaben.

Die Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien werden in Bezug auf ihre konstituierenden Komponenten Kognition, Affekt und Verhalten untersucht und es wird der Frage nachgegangen, ob mit steigendem Grad sozialer Ängstlichkeit auch das Maß an Zustimmung zur beruflichen Nutzung digitaler Medien zunimmt. Schließlich wird ermittelt, ob und in welchem Maße die Merkmale soziale Ängstlichkeit, Alter, Geschlecht und Erfahrung mit digitalen Medien zur Vorhersage der Einstellung gegenüber der Nutzung digitaler Medien beitragen.

1.3 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit besteht aus einem theoretischen und einem empirischen Teil. In Kapitel 2 werden zunächst die theoretischen Grundlagen zum Konstrukt der sozialen Ängstlichkeit dargelegt, indem es in seiner Eigenschaft als emotionsbezogenes Persönlichkeitsmerkmal beschrieben und von Angst als Zustand abgegrenzt wird. In Kapitel 2.1.4 folgt die Konzeptualisierung von sozialer

Ängstlichkeit als bereichsspezifische Angstneigung mit ihren Erscheinungsformen und ihrem Zusammenhang zu Konstrukten wie dem Selbstkonzept und der öffentlichen Selbstaufmerksamkeit, bevor auf die Konsequenzen von sozialer Ängstlichkeit für das menschliche Erleben und Verhalten sowie unter Einbezug empirischer Befunde auf den Einfluss soziodemographischer Merkmale eingegangen wird. Anschließend werden in Kapitel 2.2 theoretische Grundlagen zu Formen, Funktionen, Komponenten und Entstehungsbedingungen von Einstellungen erläutert sowie auf ihre Vorhersagekraft für Verhalten und ihre Erfassung eingegangen, um dann in Kapitel 2.3. die wesentlichen Merkmale des interessierenden Einstellungsobjektes „digitale Medien im Arbeitsleben“ zu beschreiben. Im darauffolgenden Kapitel 2.4 wird der Forschungsstand zum Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der Nutzung digitaler Medien beleuchtet. Abschließend folgt eine Zusammenfassung des Theorieteils, und in Kapitel 2.5.2 werden gestützt auf die theoretischen Darlegungen und herausgestellten empirischen Daten schließlich die Forschungsfragen präzisiert und entsprechende Hypothesen formuliert.

Im empirischen Teil wird zunächst in Kapitel 3 das methodische Vorgehen zur Beantwortung der Forschungsfragen beschrieben – von der Methodenwahl über die Konstruktion des Messinstrumentes bis hin zur Datenerhebung und -auswertung. Im vierten Kapitel werden nach einer deskriptivstatistischen Darstellung der Stichprobe und weiterer forschungsrelevanter Daten die Ergebnisse der inferenzstatistischen Datenanalyse erläutert und die Forschungsfragen beantwortet. Im letzten Kapitel werden die Ergebnisse diskutiert, die Güte des methodischen Vorgehens kritisch reflektiert und die Untersuchung abschließend mit einem Fazit und Ausblick auf mögliche Anschluss Themen abgerundet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Arbeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechtsidentitäten sind damit ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

2 Theoretische Grundlagen

2.1 Soziale Ängstlichkeit

2.1.1 Emotion und Persönlichkeit: Ängstlichkeit als Eigenschaft

Angst gehört neben Freude, Traurigkeit, Überraschung, Ekel und Wut zu den Basisemotionen, die kulturübergreifend gezeigt werden (Ekman, Sorenson & Friesen, 1969, S. 87). Sie sind als komplexe Erfahrungen des Organismus zu begreifen, die auf mehreren Ebenen stattfinden können: auf einer subjektiven bzw. kognitiven Ebene, auf einer physiologischen und einer verhaltensmäßig-expressiven Ebene (Becker-Carus & Wendt, 2017, S. 540). Evolutionsgeschichtlich hat Angst eine überlebenssichernde Funktion. Sie ist ein Schutzmechanismus, der in einer Gefahrensituation ein angemessenes Verhalten einleitet (Becker, 2011, S. 8). Grundemotionen wie Angst dienen demnach der Verhaltenssteuerung und haben eine adaptive und nicht zuletzt auch eine kommunikative Funktion (Becker, 2011, S. 19). Gleichzeitig gibt es interindividuelle Unterschiede in der Intensität und Häufigkeit des Erlebens von Angst sowie in der Einschätzung dessen, was als bedrohlich erfahren wird. Menschen, die stärker als andere dazu neigen, in bestimmten Situationen mit Angst zu reagieren, werden als ängstlich bezeichnet (Schwarzer, 2000, S. 80). Demnach werden Emotionen nicht nur durch spezifische Reize ausgelöst, sondern immer auch durch individuelle Merkmale bestimmt, die die einzelne Person in die Reizsituation miteinbringt (Krohne & Tausch, 2014, S. 12). Ein umfassendes Verständnis emotionaler Prozesse ist daher untrennbar mit der Frage verbunden, wie Persönlichkeitsstrukturen auf Emotionen einwirken (Pekrun & Frenzel, 2009, S. 686).

Die Definitionen und Theorien zu Persönlichkeit sind sehr heterogen. Als gemeinsamer Nenner lässt sich Persönlichkeit als ein System von Merkmalen einer Person beschreiben, die relativ zeitstabil sind und sie von anderen Personen unterscheiden. Diese Persönlichkeitsmerkmale werden als *Traits* bezeichnet (Pekrun & Frenzel, 2009, S. 687). Ein zeitlich begrenztes, momentanes Emotionsgeschehen, das auch als Zustand, also State (state), bezeichnet wird, kann demnach nicht als Teil der Persönlichkeit betrachtet werden. Wird eine Emotion wie Angst jedoch in individuell spezifischer Weise immer wieder erlebt, so kann

diesem habituellen Emotionserleben der Status eines emotionsbezogenen Persönlichkeitsmerkmals zugeschrieben werden: Ängstlichkeit (Pekrun & Frenzel, 2009, S. 687 – 688).

Alle namhaften Trait-Theoretiker postulieren Aspekte des Angsterlebens in ihren Persönlichkeitskonzepten. So beschreibt Eysenck und nach seinem Beispiel Costa & McCrae einen Neurotizismusfaktor, d. h. eine Disposition zu negativen Emotionen, unter denen Angst einen großen Stellenwert hat (Schmidt-Atzert, Pepper & Stemmler, 2014, S. 170; Stemmler, Hagemann, Amelang & Bartussek, 2011, S. 259). Watson & Clark (1984, S. 466) postulieren ein noch breiter gefasstes Konstrukt im Bereich der negativen Emotionalität: die Disposition negative Affektivität (NA), welche die Neigung beschreibt, vergleichsweise häufig Zustände wie Angst, Nervosität, Niedergeschlagenheit, aber auch Schuld und Unzufriedenheit zu erleben.

Nach diesen hierarchischen Modellen, die kategoriale und dimensionale Konzeptualisierungen von Emotionalität integrieren, gehört Ängstlichkeit zu den spezifischen Dispositionen für negativ-valente Emotionen, die hinreichend niedrig korrelieren, sodass von unterscheidbaren Merkmalen gesprochen werden kann, und gleichzeitig hinreichend hoch korreliert sind, sodass eine übergeordnete Dimension Neurotizismus oder NA angenommen werden kann (Pekrun & Frenzel, 2010, S. 690; Stemmler et al., 2011, S. 368).

2.1.2 Ängstlichkeit: theoretische Ansätze

Theoretische Konzeptualisierungen von Ängstlichkeit lassen sich nach den Faktoren unterscheiden, die sie der Auslösung der Emotion Angst und den Konsequenzen im Erleben und Verhalten zuschreiben und welche Entstehungsbedingungen sie für die individuell unterschiedlichen Angstneigungen postulieren (Krohne & Tausch, 2014, S. 137).

Freud ist mit seinen beiden psychoanalytischen Angsttheorien der wohl bekannteste Theoretiker zu klinischen Angstphänomenen, und auch behavioristische Ansätze, wie sie Mowrer mit seiner Zwei-Faktoren-Theorie (1960, S. 23) aufbauend auf den Arbeiten von Pawlow, Watson und Rayner zur klassischen Konditionierung von Angst und zur operanten Konditionierung von Vermeidungsverhalten postulierte, trugen maßgeblich zur Erforschung und therapeutischen

Behandlung von Angst bei (Krohne & Tausch, 2014, S. 137; Stemmler et al., 2011, S. 366).

Spielberger (1972) legte die Unterscheidung zwischen Angst im Sinne eines emotionalen Zustandes (State) und Ängstlichkeit als Persönlichkeitsmerkmal (Trait) seinem State-Trait-Angstmodell zugrunde, das reizreaktionstheoretische und kognitive Annahmen über Angst integriert. In diesem Sinne beschreibt er die Emotion Angst als einen vorübergehenden, durch Anspannungsgefühle, Besorgnis und verstärkte körperliche Reaktionen gekennzeichneten Zustand des menschlichen Organismus. Diese Zustandsangst (State-Anxiety) wird ausgelöst, wenn eine Person einen Reiz als bedrohlich bewertet, wobei die Intensität des Angstzustandes von der subjektiv erlebten Bedrohungsstärke abhängt und seine Dauer davon, wie lange die Situation als bedrohlich bewertet wird (Spielberger, 1972, S. 38 – 44; Hock & Kohlmann, 2009, S. 623; Krohne, 2010, S. 215).

Das Persönlichkeitsmerkmal Ängstlichkeit hingegen bezeichnet eine „[...] intra-individuell relativ stabile, aber interindividuell variierende Tendenz, Situationen als bedrohlich wahrzunehmen und hierauf mit einem erhöhten Angstzustand zu reagieren“ (Krohne, 2010, S. 17). Demnach ist jeder Mensch in einem für ihn charakteristischen Ausprägungsgrad ängstlich, wobei sich die interindividuellen Differenzen sowohl in der Häufigkeit als auch in der Intensität manifestieren (Laux & Glanzmann, 1996, S. 109; Schwarzer, 2000, S. 91; Becker, 2011, S. 11). Lerntheoretische bzw. sozial-kognitive Ansätze nehmen weiterhin die Umweltbedingungen in den Blick, die Einfluss auf die mehr oder weniger starke Disposition zum Erleben von Angst ausüben können. Dazu gehören der sozioökonomische Status und die Sozialisation (Bindungs- und Erziehungsstil, frühe Kindergarten- und Schulerfahrungen, Stellung in der Geschwisterreihe etc.) (Stemmler et al., 2011, S. 369).

Befunde für eine erbliche Komponente des Persönlichkeitsmerkmals Ängstlichkeit gehen u.a. auf Legrand, McGue und Iacono (1999) zurück, die in einer Studie mit 547 Zwillingspaaren aufzeigen konnten, dass etwa 45 % der Varianz der Trait-Ängstlichkeit durch genetische Faktoren erklärbar sind.

2.1.3 Erfassung von Angst und Ängstlichkeit

Die empirische Erfassung der Konstrukte aktuelle Angstemotion und Ängstlichkeit kann nur durch die Ableitung von Indikatoren auf den drei Ebenen subjektives

Erleben, physiologische Prozesse und verhaltensmäßig-expressive Reaktionen erfolgen (Krohne, 2010, S.29 – 32). Tabelle 1 gibt einen Überblick über die drei Erhebungsebenen und die entsprechenden Angstmaße. Ängstlichkeit wird in der Praxis vorzugsweise über subjektive Maße wie Selbstberichtsverfahren erfasst. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass subjektiv erhobene Daten nicht zwangsläufig hoch mit den Daten aus den anderen beiden Ebenen korrelieren (Krohne, 2010, S. 32; Krohne & Tausch, 2014, S. 18).

Subjektive Maße
Ein-Itemskalen, Eigenschaftslisten, Fragebogen
Verhaltensmäßig-expressive Reaktionen
Gestik, Mimik, Stimme, Körperhaltung, verbale Indikatoren (motorische Unruhe, aufgerissene Augen, leise Stimme, Stottern, starre Körperhaltung etc.)
Physiologische Prozesse
Zentralnervöse Parameter, peripherphysiologische Parameter, muskuläre Parameter, immunologische Parameter

Tabelle 1: Angstmaße
(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Krohne, 2010, S. 32)

In der Angstforschung hat weiterhin eine Differenzierung in Angstkomponenten Verbreitung gefunden. Dabei handelt es sich um Dimensionen innerhalb einer der drei Ebenen, auf denen sich Angst beschreiben und messen lässt. So konnten Liebert und Morris (1967, zitiert nach Schwarzer, 2000, S. 96) für das subjektive Leistungsangsterleben faktorenanalytisch ermitteln, dass sich Fragebogenitems im Zusammenhang mit Körpererfahrungen auf einer anderen Dimension bewegten als solche, die auf Gedankeninhalte zielten. Sie definierten im Hinblick auf die eigene Leistung eine emotionale Komponente, Aufgeregtheit (*emotionality*), die die subjektive Wahrnehmung allgemeiner Unruhe und Anspannung sowie autonomer Erregung (Herzschlag, Zittern, Schwitzen usw.) umfasst, und eine kognitive Komponente, Besorgnis (*worry*), die sich in Selbstzweifeln, Erwartung von Misserfolg sowie negativen Konsequenzen im Falle von Versagen zeigen kann (Krohne, 2010, S. 25).

2.1.4 Bereichsspezifische Angstneigung: soziale Ängstlichkeit

Auch wenn ängstliche Personen grundsätzlich dazu neigen, eine Vielzahl von Situationen als bedrohlich wahrzunehmen und mit erhöhter Angst darauf zu

reagieren, so nehmen sie doch häufig bestimmte Situationen als besonders bedrohlich wahr (Krohne & Tausch, 2014, S. 121).

Die vielfältigen situativen Faktoren, die Angst auslösen können, lassen sich in zwei große Bereiche untergliedern: physische Gefahren wie Gewalt, Naturkatastrophen usw. und Selbstwertbedrohungen wie z. B. öffentliche Auftritte, Prüfungen, soziale Kontakte etc., wobei die Tendenz, in möglichen Situationen des Versagens oder des Selbstwertverlustes wie Prüfungen mit Angst zu reagieren, als Bewertungsängstlichkeit bezeichnet werden kann (Hock & Kohlmann, 2009, S. 624; Krohne & Tausch, 2014, S. 121).

Soziale Ängstlichkeit (SÄ) wird häufig als eine spezifische Dimension der Bewertungsängstlichkeit angesehen, bei der der soziale Kontext im Vordergrund steht. Schlenker und Leary definieren SÄ als

„[...] anxiety resulting from the prospect or presence of interpersonal evaluation in real or imagined social settings“ (1982, S. 642).

Bei sozialer Ängstlichkeit geht es demnach um bestehende oder bevorstehende bzw. imaginierte soziale Situationen, in denen sich Personen Bewertungen ausgesetzt sehen und eine Bedrohung des Selbst wahrnehmen, auf die sie vermehrt mit Zustandsangst reagieren. Tritt die Angstreaktion in vergleichbaren Situationen sehr häufig ein, so ist das ein Zeichen dafür, dass bereits ein hoher Grad an sozialer Ängstlichkeit erworben wurde (Krohne & Tausch, 2014, S. 121; Schwarzer, 2000, S. 118 – 119).

2.1.4.1 Formen sozialer Ängstlichkeit

Nach Buss (1980, S. 204) lässt sich soziale Ängstlichkeit in vier Ausdrucksformen unterteilen: Verlegenheit, Scham, Publikumsangst und Schüchternheit. Publikumsangst und Schüchternheit können ebenso als situationsbedingte Zustände wie als relativ situationsübergreifende Disposition begriffen werden, während Verlegenheit und Scham als weniger zeitlich und situativ überdauernd betrachtet werden (Buss, 1980, S. 210).

Eine klare begriffliche Abgrenzung dieser Zustandsängste bzw. Angstneigungen ist jedoch kaum möglich. Während Darwin (1872, zitiert nach Izard, 1994, S. 432) die Begriffe Scham und Schüchternheit als Synonyme verwendet, differenziert Ekman (1993, zitiert nach Tiedemann, 2007, S. 11) sogenannte

„Emotionsfamilien“, die besondere Charakteristika teilen, in denen sie sich von anderen Familien unterscheiden, und postulierte eine Schamfamilie mit: Verlegenheit, Befangenheit, Schüchternheit, Peinlichkeit, Kränkung, Gefühle der Minderwertigkeit oder des Gedemütigtseins. H.B. Lewis (1971, zitiert nach Izard, 1994, S.436) verwendet in ihrer Definition von Scham die Synonyme Schüchternheit, Scheu, Bescheidenheit, Verlegenheit, Kränkung und Demütigung und definiert Scham in Abgrenzung zu Schuldgefühlen, während Tomkins (1963, S. 185) Scham, Schüchternheit und Schuldgefühle als einzige Emotion begreift.

Verlegenheit

Einige Autoren verzichten vollständig auf eine Unterscheidung zwischen Verlegenheit und Scham. Schwarzer (2000, S. 119) nennt das Erröten als physiologisches Hauptmerkmal der Verlegenheit, während auf der Verhaltensebene Zeichen wie Abbrechen des Blickkontaktes, Senken des Blickes, Verbergen des Gesichts in den Händen ebenso Ausdruck von Scham sein können (Holodynski, 2006, S. 131). Die unmittelbaren Ursachen von Verlegenheit liegen in ungeschicktem oder fehlerhaftem Verhalten (Personen mit falschem Namen ansprechen, unpassende Kleidung etc.), sozialer Exponiertheit und Verletzung von Privatheit (Körperteile, Körpergeräusche, intime Informationen, persönliche Gefühle) (Buss, 1980, S. 134 – 145). Auch übertriebenes Lob kann eine Quelle von Verlegenheit darstellen (Schwarzer, 2000, S. 120).

Scham

Während Verlegenheit einen eher kurzfristigen Zustand ergibt, ist Scham meist länger andauernd, intensiver und moralbezogen (Schwarzer, 2000, S. 122). Psychoanalytiker betrachten Scham als Ausdruck einer Diskrepanz zwischen Ich-Ideal (was man sein möchte) und Selbst (wie man sich wahrnimmt) (Wurmser, 1998, S. 73; Hilgers, 2006, S. 26). Scham ist demnach mit inneren Normen – Minderleistungen, Nicht-Erfüllung sozialer Erwartungen, unmoralischem Verhalten – verbunden. Wer sich schämt, empfindet Selbstverachtung und Selbstenttäuschung (Schwarzer, 2000, S. 122).

Publikumsangst

Wird eine Person beim Sprechen oder Agieren vor einer Zuschauermenge furchtsam erregt, so ist sie im Zustand der Publikumsangst. Auf der Ausdrucksebene kann sich dies durch ein blasses Gesicht, eine unsichere Stimme oder eine

verkrampfte Körperhaltung zeigen. Physiologisch läuft eine Stressreaktion mit Aktivierung des sympathischen Nervensystems ab, die zum Anstieg von Blutdruck und Herzfrequenz, Atembeschleunigung und erhöhter Schweißdrüsenaktivität führt. Im Verhalten tritt eine sogenannte Desorganisation (*disorganization*) in Erscheinung, was sich etwa darin äußern kann, dass der Betroffene stottert, nervös lacht, Teile seiner Rede vergisst, unruhig in seinen Unterlagen blättert oder sich die Finger reibt (Buss, 1980, S. 166). Auf der Ebene des subjektiven Erlebens sind die beiden Angstkomponenten Aufgeregtheit und Besorgnis zu verzeichnen. Betroffene berichten über nervöse Spannungszustände und fürchten eine negative Bewertung ihrer Kompetenzen sowie ihrer Person und sorgen sich damit hinsichtlich einer sozialen Zurückweisung (Buss, 1980, S. 167; Schwarzer, 2000, S. 125).

Eine überdauernde Ursache für Publikumsangst kann in der Disposition Publikumsängstlichkeit gesehen werden. In diesem Sinne unterscheiden sich Menschen danach, in welchem Maß sie vor einem Publikum Gelassenheit und Ruhe bewahren können (Schwarzer, 2000, S. 127).

Schüchternheit

Nach P.G. Zimbardo (1977, S. 18 – 19) und Buss (1980, S. 184) ist Schüchternheit auf der Verhaltensebene durch Zurückhaltung, leises Sprechen und reduzierte Körperbewegungen gekennzeichnet. Buss charakterisiert die schüchterne Reaktionsweise als „relative Abwesenheit eines erwarteten Sozialverhaltens“ (1980, S. 184). Im subjektiven Erleben ist der Schüchterne bei sozialen Anforderungen angespannt, gehemmt und befangen. Kognitive Aspekte, die dazu führen, dass die schüchterne Person soziale Situationen als selbstwertbedrohlich einschätzt bzw. als Selbstwertbedrohung antizipiert, sind Besorgnis über die soziale Kompetenz und Selbstzweifel (Schwarzer, 2000, S. 129). Dabei stellt die soziale Interaktion besonders dann eine hohe Anforderung an die Betroffenen dar, wenn die soziale Umwelt bzw. die Situation fremdartig und ungewohnt ist (Buss, 1980, S. 187; Schwarzer, 2000, S. 134). In diesem Sinne erstellte Zimbardo (1977, S. 37) auf der Grundlage einer Befragung von Studierenden nach Auslösern von Schüchternheit eine Rangordnung bedrohlicher Sozialumwelten auf. In Tabelle 2 sind die wichtigsten Auslöser von Schüchternheit dargestellt.

Andere Menschen	Studierende, die sich als schüchtern bezeichnen
Fremde	70 %
Angehörige des anderen Geschlechts	64 %
Autoritätspersonen aufgrund ihres Wissens	55 %
Autoritätspersonen aufgrund ihrer Rolle	40 %
Verwandte	21 %
Situationen	
Wenn ich vor einer Gruppe im Mittelpunkt stehe	73 %
Große Gruppen	68 %
Wenn ich einen niedrigen Status einnehme	56 %
Soziale Situationen im Allgemeinen	55 %
Neue Situationen im Allgemeinen	55 %
Wenn ich mich selbst behaupten muss	54 %
Wenn ich bewertet werde	53 %
Wenn ich in kleinen Gruppen im Mittelpunkt stehe	52 %
Kleingruppen	48 %
Interaktion mit einem Angehörigen des anderen Geschlechts	48 %
Wenn ich Hilfe benötige und verwundbar bin	48 %

Tabelle 2: Beispiele für Auslösesituationen von Schüchternheit bei Studierenden
(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Zimbardo, 1977, S. 37)

Nach Schwarzer sind die Überschneidungen der vier Erscheinungsformen sozialer Ängstlichkeit derart groß, dass sie sich auf einer gemeinsamen Dimension abbilden lassen (Schwarzer, 2000, S. 127). Buss (1980, S. 210) klassifiziert die vier Ängste nach ihrer Ähnlichkeit in zwei Paare: Verlegenheit & Scham und Publikumsangst & Schüchternheit. Bei Verlegenheit und Scham spielen als Auslöser stärker die Enthüllung von Privatheit und als Reaktionsweise Selbstanschuldigung für Ungeschicklichkeiten oder vermeintliche Minderleistungen eine Rolle, während bei Publikumsangst und Schüchternheit als Auslöser der Aspekt der Hervorgehobenheit und auf der physiologischen Ebene das sympathische Nervensystem dominieren (Buss, 1980, S. 210 – 211; Schwarzer, 2000, S. 136).

2.1.4.2 Soziale Ängstlichkeit und Selbstkonzept

Eine gemeinsame Grundlage für die Auslösung der vier sozialen Ängste ist nach Schwarzer (2000, S. 118) das allgemeine und insbesondere das soziale Selbstkonzept. Nach dem hierarchischen Strukturmodell nach Shavelson, Hubner & Stanton (Shavelson et al., 1976, zitiert nach Hannover & Greve, 2012, S. 549 – 550) bildet das soziale Selbstkonzept gemeinsam mit dem

akademischen, dem emotionalen und dem physischen Selbstkonzept das „general self“. Bei dem sozialen Selbstkonzept geht es um Eigenschaften, Fähigkeiten, Vorlieben etc., die sich eine Person in Bezug auf Situationen der sozialen Interaktion zuschreibt (z.B.: „Ich kann mich gut in sozialen Gemeinschaften bewegen.“ „In der Regel komme ich gut bei anderen Menschen an.“). In diesem Sinne neigen Menschen mit einem negativen sozialen Selbstkonzept eher dazu, soziale Situationen als bedrohlich einzuschätzen (Schwarzer, 2000, S. 118).

2.1.4.3 Soziale Ängstlichkeit und öffentliche Selbstaufmerksamkeit

Als wesentliche Voraussetzung für die Auslösung sozialer Ängste gilt nach Buss (1980, S. 205) und Schwarzer (2000, S. 134) weiterhin die öffentliche Selbstaufmerksamkeit (ÖS), d. h. die Aufmerksamkeit, die eine Person auf die der Öffentlichkeit zugänglichen Aspekte des Selbst richtet. Dabei sieht sich die Person selbst als soziales Objekt und die während der sozialen Interaktion ablaufende Selbstbeobachtung führt bei Personen mit einer eher negativ ausgeprägten Tendenz zu öffentlicher Selbstaufmerksamkeit in sozialen Situationen dazu, dass die Situation als stärker bedrohlich wahrgenommen wird. Die Person gerät in einen Zustand unangenehmer Erregung, errötet, stottert oder bewegt sich unkontrolliert: Sie erlebt soziale Angst (Schwarzer, 2000, S. 118). Nach dieser Konzeptualisierung ist das Erleben sozialer Angst gewissermaßen Folge einer hohen Tendenz, darauf zu achten, wie andere einen sehen und wahrnehmen.

Nach Clark und Wells wird die Selbstaufmerksamkeit (1995, zitiert nach Stangier, Clark, Ginzburg & Ehlers, 2016, S. 15 – 16) noch verstärkt, wenn in der sozialen Situation problematische Überzeugungen, sogenannte negative kognitive Schemata über sich selbst oder die Umwelt aktiviert werden, die sich aufgrund früherer Erfahrungen gefestigt haben („Wenn Menschen mich kennenlernen, werden sie merken, wie ich dumm bin“) und wie ein Filter die Wahrnehmung von Informationen aus der sozialen Umwelt lenken.

Abbildung 1 zeigt den Zusammenhang zwischen öffentlicher Selbstaufmerksamkeit sowie den vier Erscheinungsformen sozialer Ängstlichkeit und veranschaulicht nochmals die wesentlichen Unterschiede und Gemeinsamkeiten der vier sozialen Ängste, die der Einteilung von Buss (1980) in die beiden Paare Publikumsangst & Schüchternheit und Scham & Verlegenheit zu Grunde liegen.

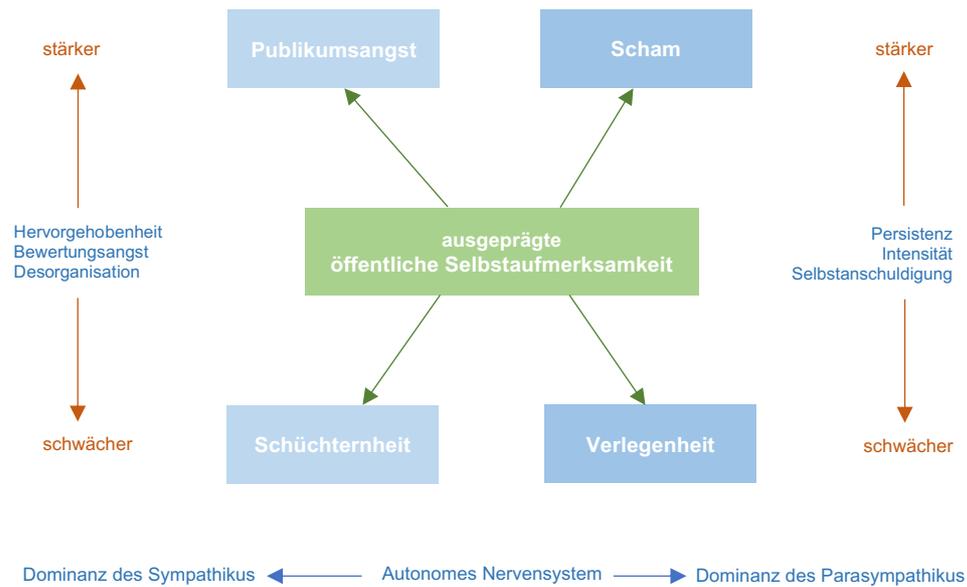


Abbildung 1: Schematische Darstellung der Erscheinungsformen sozialer Angst in Relation zu ÖS sowie des Zusammenhangs zwischen Publikumsangst & Schüchternheit und Scham & Verlegenheit
(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Buss, 1980, S. 212)

2.1.4.4 Konsequenzen sozialer Ängstlichkeit

Übersteigerte Angst vor sozialen Situationen bzw. in sozialen Situationen, deren Ausmaß aus objektiver Sicht nicht begründbar und die meist mit ausgeprägtem Vermeidungsverhalten einhergeht, kennzeichnet die Soziale Phobie. Ihre Abgrenzung von subklinischen sozialen Ängsten hängt im Wesentlichen vom Leidensdruck bzw. Ausmaß der Beeinträchtigung der Lebensführung ab. Viele Autoren gehen von einem Kontinuum aus, an dessen Anfang soziale Ängste wie etwa leichte Formen von Schüchternheit stehen, während am Ende schwere Ausprägungen wie die Generalisierte Sozialphobie und die Vermeidend-Selbstunsichere Persönlichkeitsstörung angesiedelt sind (Mitte, Heidenreich & Stangier, 2007, S. 10–11), auf deren Diagnosekriterien nach den internationalen Klassifikationssystemen ICD-10 und DSM-V an dieser Stelle nicht eingegangen wird. In diesem Sinne kann soziale Ängstlichkeit den Menschen im Sinne des Vulnerabilitäts-Stress-Modells bei Exposition mit Stressoren wie kritischen

Lebensereignissen¹ und/oder. alltäglichen Stressoren anfälliger für das Auftreten einer sozialen Angststörung machen (Mattejat & Quaschner, 2019, S.28). Durch Sicherheitsverhalten (z. B. Sätze vorbereiten, möglichst wenig sagen etc.) oder gar Vermeidung der angstausslösenden Situation können die unangenehmen Situationen gemildert bzw. umgangen werden. Lernpsychologisch ist die Reduktion bzw. das Ausbleiben der unangenehmen Angstreaktion im Sinne der operanten Konditionierung demnach ein negativer Verstärker des Sicherheits- bzw. Vermeidungsverhaltens. Die Vermeidung sozialer Situationen wiederum verhindert Habituation und korrigierende Löschungserfahrungen, sodass die Ängste aufrechterhalten bleiben (Stangier et al., 2016, S. 18, 21).

2.1.4.5 Soziale Ängstlichkeit über die Lebensspanne

In ihrer adaptiven Funktion gehört Angst neben Freude und Ärger zu den Emotionen, die Kinder als erste entwickeln. So zeigen Säuglinge bereits mit wenigen Wochen einfache Furchtreaktionen auf bestimmte Reize. Erste komplexere Angstreaktionen wie Fremdenangst, bei denen eine Bewertung der Situation stattfindet, setzen mit sechs bis acht Monaten ein. Für selbstbezogene Emotionen wie Verlegenheit, Stolz und Scham bedarf es eines Bewusstseins für sich selbst und dafür, wie andere auf die eigene Person reagieren. Das Erkennen des Selbst setzt mit ca. 15–22 Monaten ein (Elsner & Pauen, 2012, S. 178–180). Angstauslöser wie Tiere, Monster, Dunkelheit, Alleinsein etc. kennzeichnen die Jahre vor Schulbeginn, während in der Folge Bewertungs- sowie soziale Ängste und Ängste bzgl. der Gesundheit häufiger werden (Margraf & Schneider, 2003, S. 12).

Für die Herausbildung von Ängstlichkeit als zeitlich relativ stabilem Persönlichkeitsmerkmal wurden bereits eine Reihe von Faktoren ins Feld geführt: Gene, Sozialisation und weitere Lernerfahrungen sowie soziodemografische Faktoren. Gerade bei sozialer Ängstlichkeit liegt die Vermutung nahe, dass die Sozialisation und damit die Lernumwelt eine bedeutende Rolle spielt. Zu der Frage, ob die Tendenz, in sozialen Situationen verstärkt mit Angst zu reagieren, über die

¹ Unter kritischen Lebensereignissen sind subjektiv belastende Lebensumstände zu verstehen, die normativ (Verlassen des Elternhauses, Ausbildung, Renteneintritt, Wechseljahre etc.) oder nicht-normativ (Trennung, plötzlicher Verlust eines Angehörigen etc.) sein können (Bengel & Lysenko, 2012, S. 29).

Lebensspanne und mit den unterschiedlichen Entwicklungserfahrungen und den damit verbundenen Erfahrungen in der sozialen Interaktion steigt oder eher sinkt, konnten keine aussagekräftigen empirischen Daten gefunden werden. Für klinisch relevante soziale Ängste wird die Erstmanifestation der Sozialen Phobie in der Kindheit/frühen Jugend (10–13 Jahre) verortet. Zwischen dem 12. und 17. Lebensjahr ist ein Anstieg der Prävalenz zu verzeichnen, die sich ab dem 21. Lebensjahr stabil über die Lebensspanne verteilt, um im späteren Erwachsenenalter (ca. ab dem 50. Lebensjahr) abzusinken (Helbig & Petermann, 2008, S.214; Stangier et al., 2016, S.8).

2.1.4.6 Soziale Ängstlichkeit und soziodemographische Merkmale

Feingold (1994, S.439) stellt in einer Metaanalyse aus 13 Studien zu Geschlechtsunterschieden in Persönlichkeitsvariablen heraus, dass sich weibliche Probanden – Kinder, Jugendliche und Erwachsene – als allgemein ängstlicher einschätzen als männliche Versuchspersonen, und das mit einem durchschnittlichen Mittelwertsunterschied von nahezu einem Drittel Standardabweichung. Auch Studien zu sozialer Ängstlichkeit wurden in diesem Zusammenhang untersucht und ergaben keine geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Neigung zu sozialen Ängsten. Was die Prävalenz der Sozialen Phobie angeht, weisen einige epidemiologische Studien darauf hin, dass Frauen häufiger betroffen sind als Männer, und dass auch der Beziehungsstatus (Single) als ein Risikofaktor für die Entwicklung bzw. Aufrechterhaltung einer Sozialen Phobie gilt (Fehm, Pelissolo, Furmark & Wittchen, 2005, S.456). Bei einer Online-Umfrage des Bundesverbands der Selbsthilfe Soziale Phobie (VSSP, 2016, S.14–15) mit rund 600 Betroffenen gaben 45 % der befragten Männer an, zum Umfragezeitpunkt keine Partnerschaft zu haben, im Vergleich zu 27 % der Frauen. Eine weitere Befragung von 400 Betroffenen zwischen 18 und 49 Jahren ergab, dass fast die Hälfte der befragten Männer noch nie eine Beziehung hatte, während dies bei den Frauen nur für ca. ein Viertel der Teilnehmerinnen galt.

Daly und McCroskey (1975, S.310–311) beschäftigten sich in einer Studie mit einem spezifischen Aspekt von sozialer Ängstlichkeit, nämlich mit dem Angsterleben im interpersonellen Austausch, und untersuchten den Zusammenhang zwischen dieser „Kommunikationsangst“ und dem Berufswunsch von Studierenden im Grundstudium. Die Untersuchung ergab, dass Hoch-

Kommunikationsängstliche im Vergleich zu Niedrig-Kommunikationsängstlichen eher solche Berufe für wünschenswert hielten, die weniger Kommunikation erfordern (Programmierer, Radiologe, Landschaftsgärtner, Künstler, Buchhalter etc.). Phillips & Bruch (1988, S.163 – 164) haben ferner in einer Studie mit jungen Erwachsenen untersucht, ob sich schüchterne Personen hinsichtlich ihrer Jobpräferenzen und beruflichen Entschlossenheit von weniger schüchternen unterscheiden, und konnten aufzeigen, dass sich die Gruppe der Schüchternen eher für Berufsfelder mit möglichst wenig sozialer Interaktion interessiert und weniger entschlossen ist, was ihre Berufsentscheidungen angeht.

2.2 Einstellungen

Die Erforschung von Einstellungen ist ein zentraler Bereich der Sozialpsychologie. Kenntnisse über die Struktur, Funktion, Bildung und Veränderbarkeit von Einstellungen liefern die Basis für die Ergründung ihrer Wirkung auf die Art und Weise, wie Menschen die Welt wahrnehmen und sich verhalten (Haddock & Maio, 2014, S. 198).

Die Sozialpsychologinnen A. H. Eagly und S. Chaiken definieren Einstellung als

„[...] a psychological tendency that is expressed by evaluating a particular entity with some degree of favor or disfavor“ (1993, S. 1).

Eine psychologische Tendenz wird als ein innerer Zustand begriffen, der anders als relativ stabile Persönlichkeitsdispositionen variieren und von unterschiedlicher Dauer und Intensität sein kann. Wer z. B. als Kind Spinat verabscheut, kann diesen im Erwachsenenalter durchaus sehr gerne essen (Fischer, Jander & Krueger, 2018, S. 96).

Mit Entitäten sind sogenannte Einstellungsobjekte gemeint, d. h. jede Form von Stimulus der inneren und äußeren Welt des Menschen: konkrete Objekte, das eigene Selbst oder andere Menschen, aber auch Situationen, Verhaltensweisen oder Ideen (Fischer et al., 2018, S. 96; Haddock & Maio, 2014, S. 199).

Unter Bewertung sind bewertende Urteile gegenüber dem Einstellungsobjekt zu verstehen, die positiv, neutral oder negativ ausfallen können („Ich mag Spinat – ich mag keinen Spinat“) (Fischer et al., 2018, S. 96).

2.2.1 Formen und Funktionen von Einstellungen

Grundsätzlich gilt es, zwischen expliziten und impliziten Einstellungen zu unterscheiden (Wert & Mayer, 2008, S. 209).

Explizite Einstellungen sind dem Menschen bewusst. Sie können benannt und somit auch willentlich beeinflusst werden. Implizite Einstellungen hingegen stellen unwillkürliche, unkontrollierbare und zuweilen unbewusste Bewertungen dar, die in der Regel auf Erfahrungen aus der Vergangenheit beruhen (Aronson, Wilson & Akert, 2008, S. 198; Kessler & Fritsche, 2018, S. 55).

Einstellungen können als kognitive Schemata betrachtet werden, die wie Orientierungssysteme die Verarbeitung neuer Informationen erleichtern und die Wahrnehmung der Umwelt strukturieren, und haben in dieser Hinsicht eine kognitive Funktion. Sie erfüllen aber auch motivationale Funktionen, d. h., sie sind funktional bei der Verhaltenssteuerung. Auf diese Weise reguliert das Wissen um die Valenz eines Einstellungsobjektes (gut – schlecht) das Annäherungs- und Vermeidungsverhalten und steuert so die Interaktion mit der Umwelt (Werth & Mayer, 2008, S. 210-211; Wänke & Bohner, 2006, S. 405).

Katz (1967, S. 461) spricht von einer Funktion der Objektbewertung bezogen auf Einstellungen, die er von der Funktion der Selbstbewertung abgrenzt. Zur Objektbewertung gehört die Nützlichkeitsfunktion, bei der davon ausgegangen wird, dass Einstellungen gegenüber Stimuli, die einen Belohnungswert haben, positiv gefärbt sind, während solche Informationen, von denen eine Bestrafung oder Bedrohung ausgeht, eher negativ bewertet werden. Zur Selbstbewertungsfunktion gehören Einstellungen mit einer expressiven Funktion, die Wertvorstellungen zum Ausdruck bringen, und solche mit einer Ich-Verteidigungsfunktion, die dem Erhalt des Selbstwertes dienen – etwa, wenn ein Studierender bei einer schlechten Prüfungsleistung eine negative Einstellung gegenüber dem Professor entwickelt, um auf diese Weise den Selbstwert zu schützen (Fischer & Wiswede, 2009, S. 321; Haddock & Maio, 2014, S. 208).

2.2.2 Einstellungskomponenten: Kognition, Affekt und Verhalten

Zahlreiche Ansätze in der Einstellungsforschung gehen davon aus, dass Einstellungen „[...] Gesamtbewertungen eines Einstellungsobjektes sind, die sich aus

kognitiven, affektiven und verhaltensbezogenen Informationen ableiten“ (Haddock & Maio, 2014, S. 200).

In diesem Sinne postulieren Rosenberg und Hovland (1960, S. 3) in ihrem Drei-Komponenten-Modell der Einstellung, wie in Abbildung 2 veranschaulicht, eine kognitive, eine affektive und eine Verhaltenskomponente.

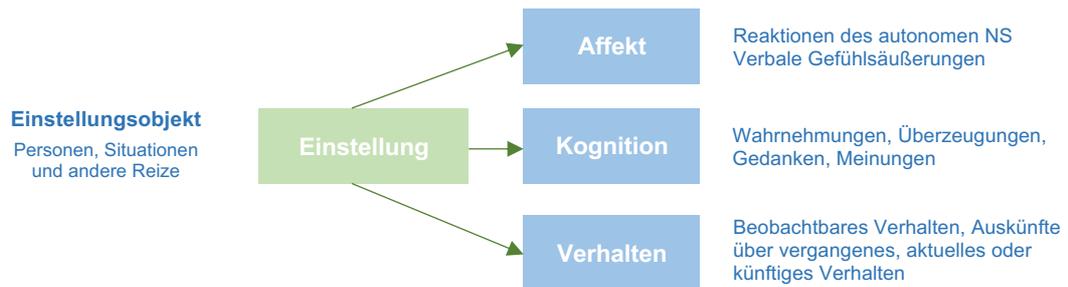


Abbildung 2: Schematische Darstellung der Struktur von Einstellungen
(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Rosenberg & Hovland, 1960, S. 3)

Kognition

Die kognitive Einstellungskomponente umfasst die Überzeugungen, Meinungen, Gedanken und Eigenschaften, die mit dem Einstellungsobjekt assoziiert werden (Haddock & Maio, 2014, S. 200; Rosenberg & Hovland, 1960, S. 4). Die kognitiv basierten Einstellungsanteile entstehen durch das bewusste Abwägen von Vor- und Nachteilen des Einstellungsgegenstandes bzw. dessen relevanten Merkmalen (Aronson et al., 2008, S. 194; Fischer et al., 2018, S. 105). Bei der Einführung einer neuen Arbeitsmethode wie der digitalen Besprechung via Videokonferenz wären dies z. B. Merkmale wie Effizienz mit Blick auf die Arbeitsergebnisse, technische Realisierbarkeit etc., die der Einstellungsbildung zu Grunde liegen würden.

Affekt

Die affektive Einstellungskomponente beinhaltet die emotionale Reaktion auf das Einstellungsobjekt, die abgeleitet werden kann aus physiologischen Maßen wie dem Blutdruck oder der Hautleitfähigkeit, der sogenannten elektrodermalen Aktivität (EDA) (Rosenberg & Hovland, 1960, S. 4).

Verhalten

Die Verhaltenskomponente von Einstellungen beschreibt das konkrete und sichtbare Verhalten gegenüber dem Einstellungsobjekt. Dabei handelt es sich um Verhaltensweisen, die früher aufgezeigt wurden, aktuell an den Tag gelegt oder in Zukunft manifestiert werden können (Fischer et al., 2018, S.96; Haddock & Maio, 2014, S.203).

Diese drei Einstellungskomponenten – Kognition, Affekt und Verhalten – bilden demnach gemeinsam die Bewertung des Einstellungsobjektes. Sie korrespondieren in mehr oder minder hohem Maße miteinander. Wenn sie nicht konsistent positiv oder negativ sind, handelt es sich um ambivalente Einstellungen. Löst das Einstellungsobjekt weder positive noch negative Reaktionen aus, liegen neutrale bzw. indifferente Einstellungen vor (Fischer & Wiswede, 2009, S.285; Wänke & Bohner, 2006, S.405).

Thurstone (1929, zitiert nach Rosenberg & Hovland, 1960, S.5) betrachtet die Komponente des Affekts als zentrales Bestimmungsstück der Einstellung und entwickelte Maße, die eine affektive Zu- oder Abneigung erfassen. Andere Autoren wie Katz und Stroebe (zitiert nach Wischer & Wiswede, 2009, S.286) postulieren zwei Dimensionen: Kognition und Affekt. Nach diesem Modell wird das Verhalten nicht als gleichwertiges Bestimmungsstück von Einstellungen, sondern vielmehr als abhängige Variable verstanden, die durch die affektiv-kognitive Einstellung erklärt werden soll (Kessler & Fritsche, 2018, S.54).

Die Frage, wie die drei Komponenten zusammenhängen bzw. welchen Anteil sie an der Gesamteinstellung bilden, ist nicht zuletzt von der Natur des Einstellungsobjektes selbst abhängig. Stärker affektiv basierte Einstellungen gründen mehr auf Emotionen und Wertvorstellungen als auf rationaler Betrachtung und logischen Abwägungen (Aronson et al., 2008, S.195; Haddock & Maio, 2014, S.200). So sind z. B. Einstellungen zu Themen wie Abtreibung, Todesstrafe, politische Parteien, Glauben etc., die das Wertesystem des Menschen ansprechen, in der Regel stärker affektbasiert, während für Einstellungen gegenüber Objekten (z. B. neues Auto) eher kognitive oder Verhaltensinformationen herangezogen werden (Haddock & Maio, 2014, S.206). Menschen, bei denen das Sprechen vor großen Gruppen Angst auslöst, haben mit größerer Wahrscheinlichkeit eine negative Einstellung gegenüber Vorträgen, Referaten etc. als solche, die keine Sprechangst aufweisen. Nach dem Paradigma der operanten Konditionierung

erfahren sie positive Bestrafung (unangenehme Erregung), wenn sie sich in die Vortragssituation begeben, bzw. antizipieren eine negative Gefühlsreaktion (Erwartungsangst), wenn sie an die Situation denken (Aronson et al., 2008, S. 196). Huskinson & Haddock (2004, S. 82) konnten weiterhin aufzeigen, dass die Gewichtung der Einstellungskomponenten nicht nur vom Einstellungsobjekt abhängig ist, sondern sich auch die Einstellungsträger darin unterscheiden, ob sie ihre Einstellungen stärker auf der Grundlage von Kognitionen oder von Gefühlen bilden.

2.2.3 Entstehungsbedingungen: Umwelt und Gene

In der sozialpsychologischen Forschung herrscht Einigkeit darüber, dass Menschen nicht mit angeborenen Einstellungen zur Welt kommen und dass Bewertungen der meisten Reize abgesehen von adaptiven Abneigungen gegenüber Schmerz, Kälte oder Vorlieben für süße Geschmäcker (Muttermilch) in großen Teilen durch soziale Erfahrungen und damit durch Lernprozesse geprägt werden (Olson, Vernon, Harris, Lang, 2001, S. 845). Neben der bereits genannten operanten Konditionierung spielt dabei gerade bei affektiven Informationen nicht zuletzt die evaluative Konditionierung eine Rolle, bei der z. B. ein negativ-valenter Reiz (Kritik des Chefs in einem Job-Meeting) mit einem neutralen Reiz (Job-Meetings in der Gruppe) assoziiert und der nunmehr konditionierte Reiz entsprechend negativ bewertet wird (Werth & Mayer, 2008, S. 215). Weiterhin können Einstellungen auf Basis von Beobachtung durch Modelllernen erworben werden, wobei insbesondere Personen des direkten Umfelds oder auch mediale Vorbilder einflussreiche Modelle bilden können (Werth & Mayer, 2008, S. 218 – 219). Schließlich kann nach dem sogenannten Mere-Exposure-Effekt die bloße, wiederholte Darbietung eines Reizes eine positivere Einstellung nach sich ziehen (Haddock & Maio, 2014, S. 206).

Olson et al. (2014, S. 845) haben sich über den Einfluss von Erfahrungen hinaus mit den biologischen Faktoren beschäftigt, die die Art und Weise beeinflussen, wie Personen ihre Umwelt wahrnehmen und bewerten. Dabei geht es nicht um spezifische Gene für bestimmte Einstellungen, sondern vielmehr um „genetisch bedingte allgemeine Prädispositionen oder natürliche Neigungen, welche die Umwelterfahrungen in einer Weise prägen, die die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass das Individuum bestimmte Eigenschaften und Einstellungen entwickelt“

(Olson et al., 2014, S. 846, Übers. v. Verf.). Sie konnten im Rahmen von Zwillingsstudien aufzeigen, dass die genetische Komponente von Persönlichkeitsmerkmalen wie Geselligkeit, Neurotizismus und Sensation seeking als Mediatoren die Einstellungen zu bestimmten Kategorien von Einstellungsobjekten beeinflusst (Olson et al., 2014, S. 845 – 859).

2.2.4 Einstellung und Verhalten

Ein wichtiger Schwerpunkt der Einstellungsforschung liegt in der Erforschung ihrer Vorhersagekraft von Verhalten, etwa wenn es um Wahlprognosen geht oder um Verhaltensänderungen mittels Antiraucherkampagnen, die auf Einstellungsänderungen abzielen. Die Tatsache, dass viele Raucher Tabakkonsum für gesundheitsschädlich halten und diese Einstellung nur wenige unmittelbar dazu veranlasst, damit aufzuhören, verdeutlicht, dass Einstellungen und Verhalten nicht immer konsistent sind (Aronson et al, 2008, S.214). Starke und leicht zugängliche Einstellungen gelten als bessere Verhaltensprädiktoren als schwächer ausgeprägte und solche, die der betreffenden Person nicht unmittelbar bewusst sind. Weiterhin lässt sich Verhalten aus Einstellungen gut vorhersagen, wenn diese auf persönlicher Erfahrung mit dem Einstellungsobjekt basieren (Werth & Mayer, 2008, S. 257).

2.2.5 Messung von Einstellungen

Für die Messung von Einstellungen kommen explizite oder implizite Maße zum Einsatz. Bei der impliziten Messung von Einstellungen, wie sie etwa mit dem Implicit Association Test (IAT) erfolgt, werden spontane, evaluative Assoziationen auf ein Objekt erfasst, wobei Reaktionszeitunterschiede als Indikator für Einstellungsunterschiede gelten. Auch physiologische Maße etwa mittels Elektromyographie zur Messung der Gesichtsmuskelaktivität und Verhaltensbeobachtung gehören zu den indirekten Verfahren der Einstellungsmessung (Haddock & Maio, 2014, S.213; Wänke & Bohner, 2006, S.408; Werth & Mayer, 2008, S. 267). In der Einstellungsforschung dominieren jedoch explizite Einstellungsmaße über Selbstberichtverfahren. Dazu gehört das sogenannte semantische Differenzial, das häufig zur Messung der affektiven Einstellungskomponente verwendet wird und bei dem Begriffspaare (gut – schlecht,

angenehm – unangenehm) auf einer bipolaren Skala zu beurteilen sind (Werth & Mayer, 2008, S. 265). Weiterhin findet sehr häufig die Likert-Skala Anwendung, bei der Aussagen zum Einstellungsobjekt auf einer Skala von z. B. „stimme überhaupt nicht zu“ bis „stimme vollkommen zu“ eingestuft werden, wobei die Summe der Items das Einstellungsmaß bildet (Haddock & Maio, 2014, S. 214).

2.3 Digitale Medien in der Arbeitswelt

Online-Kommunikation auf Basis internetbasierter Technologie dient dem Austausch von Informationen zwischen Individuen und Gruppen trotz räumlicher Distanz. Die Hauptakteure sind Sender und Empfänger von Nachrichten, während der elektronische Kommunikationskanal die Rolle des Übermittlers einnimmt. Er ist das Medium. Sogenannte Einwegmedien wie Newsletter vermitteln lediglich Informationen. Mehrwegmedien ermöglichen Interaktionen zwischen Sendern und Empfängern (Krämer, 2019, S. 27).

Die gängigen Mehrwegmedien der Online-Kommunikation sind in Tabelle 3 aufgelistet. Face-to-Face-Kommunikation und Faxmitteilungen gehören nicht dazu.

Digitale Medien
Internet- und Intranet-Portale
E-Mail
Blog
Webbasierte Projektmanagement- u. a. Tools
Instant-Messaging
Social Media
Videokonferenzen
Internet-Telefonie

Tabelle 3: Gängige Medien der Online-Kommunikation
(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Krämer, 2019, S. 27)

Hinter dem Schlagwort Arbeiten 4.0 verbirgt sich ein vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales auf den Weg gebrachter Dialogprozess zu Perspektiven und Gestaltungschancen heutiger und zukünftiger Arbeitsformen und Arbeitsverhältnisse im Zeitalter der Digitalisierung (BMAS, 2019). Das Arbeiten mit digitalen Medien bietet zahlreiche Chancen sowohl für Arbeitgeber als auch für Arbeitnehmer. So gaben bei der letzten Befragung zum D21-Digital-Index 48 % der befragten Erwerbstätigen an, zeitlich und räumlich flexibles Arbeiten trage zur

Steigerung ihrer Lebensqualität bei, und für 42 % der Befragten geht mit den mobilen Arbeitsformen eine Verbesserung der Work-Life-Balance einher (Initiative D21 e.V., 2021, S. 49).

Virtuelle Arbeitsumgebungen oder Präsenzarbeit mit zunehmender Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien stellen jedoch auch eine Reihe von Herausforderungen an die Betroffenen. Dazu gehört nicht zuletzt die Medienkompetenz (Krämer, 2019, S. 34). Die Generation Y² und insbesondere die junge Generation Z³ der Digital Natives ist weitaus stärker mit der Online-Kommunikation vertraut als es etwa die Babyboomer-Generation ist (Krämer, 2019, S. 38). Diesen Befund konnte der Digital-Index 2020/2021 erneut bestätigen, bei dem die junge Altersgruppe (14 – 29 Jahre) bei der Nutzungshäufigkeit von so gut wie allen digitalen Diensten (Instant-Messaging, Videogespräche, On-Demand- oder Streaming-Dienste etc.) weit über dem Bevölkerungsschnitt liegt (Initiative D21 e.V., 2021, S. 20). Weitere Chancen und Herausforderungen ergeben sich, wie in Tabelle 4 aufgeführt, in Bezug auf die Arbeitsgestaltung, Arbeitsprozesse und Arbeitszufriedenheit. So sind nach der Selbstbestimmungstheorie von Ryan und Deci (2000, zitiert nach Gerdenitsch & Korunka, 2019, S. 50 – 51) Autonomie, Kompetenzerleben und soziale Eingebundenheit Grundbedürfnisse, die das Ausmaß an Motivation beeinflussen. In diesem Sinne können digitale Medien die Voraussetzungen für zeitlich und räumlich flexibles Arbeiten und damit für das Erleben von Autonomie und Selbstbestimmung schaffen, aber ebenso auch das sogenannte Autonomy Paradoxon bedingen, d.h. Erwartungen hinsichtlich permanenter Erreichbarkeit und schneller Reaktionsfähigkeit erzeugen. Aus einer Studienübersicht der Hans-Böckler-Stiftung zu Homeoffice und mobiler Arbeit geht hervor, dass bei einer Beschäftigtenumfrage zu den Erfahrungen mit dem Homeoffice in Corona-Zeiten 77 % der Befragten angaben, die Heimarbeit erleichtere die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Weiteren Daten aus den Jahren vor der Pandemie ist zu entnehmen, dass sich bei einem Wechsel ins Homeoffice aber auch die Verteilung der Betreuungszeit zwischen Männern und Frauen verändert: Mütter kamen im Durchschnitt auf knapp zwei Stunden mehr Sorgearbeit pro Woche für die Kinder, während der zusätzliche

² Geburtsjahrgänge 1981 - 1995 (statista, 2020, S. 3)

³ Geburtsjahrgänge 1996 - 2009 (statista, 2020, S. 3)

Betreuungsaufwand bei den Männern nur eine gute halbe Stunde betrug (Hans-Böckler-Stiftung, 2021).

Ein wichtiges Bestimmungsstück des Kompetenzerlebens ist das Feedback von Kollegen und Vorgesetzten, das häufig auch im informellen Austausch erfolgt, welcher gerade in der schriftlichen Online-Kommunikation eher seltener ist (Gerdenitsch & Korunka, 2019, S. 30 – 32).

Eine weitere Herausforderung betrifft die Auswirkungen, die der mit den virtuellen Kommunikations- und Kooperationsformen einhergehende Rückgang persönlicher Kontakte auf das Gefühl der sozialen Eingebundenheit, den Zusammenhalt und auf die Identifikation mit den Aufgaben, dem Team oder der Organisation nach sich ziehen kann (Gerdenitsch & Korunka, 2019, S. 76).

Chancen	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> • Zeitlich und räumlich flexibles Arbeiten mit positiven Auswirkungen auf - Autonomie und Selbstbestimmung - Work-Life-Balance - Vereinbarkeit von Beruf und Familie • Stärkere Fokussierung durch Reduktion der Kommunikation auf aufgabenbezogene Informationen und damit sachlichere und effizientere Informations- und Abstimmungsprozesse • Zeit- und Kostenersparnis bei virtuellen Meetings 	<ul style="list-style-type: none"> • Trennung von Beruf und Privatleben - <i>Autonomy Paradoxon</i>: ständige Erreichbarkeit und Gefahr, nicht mehr „abschalten zu können“ • Das Fehlen non-verbaler Hinweisreize (Ton der Stimme, Sprechgeschwindigkeit, Mimik, Gestik) in der schriftlichen virtuellen Kommunikation (z.B. via E-Mails) kann die Einschätzung der Nachricht erschweren. • Weniger Feedback in der schriftlichen als in der mündlichen Kommunikation • Soziale Zugehörigkeit und Identifikation mit den Aufgaben, dem Team und dem Unternehmen bzw. der Organisation

Tabelle 4: Chancen und Herausforderungen digitaler Kommunikationsformen im Arbeitsleben
(Quelle: Gerdenitsch & Korunka, 2019, S. 30 – 32, 50 – 51; Krämer, 2019, S. 30 – 31)

Und nicht zuletzt ist das persönliche Wohlbefinden ein Indikator für die Arbeitszufriedenheit. Hierbei handelt es sich um intraindividuelle Aspekte, bei denen Persönlichkeit, physische und psychische Gesundheit oder Lebensumstände und Bedürfnisse eine Rolle spielen (Schaper, 2019, S. 591). In Bezug auf die Nutzung digitaler Medien zu Zwecken der beruflichen Kommunikation und Aufgabenerfüllung gehören auf dieser affektiven Ebene Bedürfnisse nach Sicherheit und Kontakt oder das Ausmaß an Anspannung und Erregung zu den Bestimmungsstücken des Wohlbefindens.

2.4 Forschungsstand soziale Ängste und digitale Medien

Studien, die den Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der Nutzung digitaler Medien untersuchen, liegen der Verfasserin nur in Bezug auf das Kommunikationsverhalten im Allgemeinen vor, nicht hinsichtlich des Berufskontextes. So konnten Lee, Tam & Chie (2013, S. 1217) in einer Studie zum Nutzungsverhalten von Mobiltelefonen (Anruf vs. Textnachricht) einen negativen Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der Häufigkeit, verbal zu kommunizieren, herausstellen. Rice & Markey (2009, S. 38) untersuchten bei Frauen den Einfluss von Extraversion und Neurotizismus auf das Angsterleben bei computervermittelter im Unterschied zu Face-to-Face-Kommunikation und konnten aufzeigen, dass neurotische und introvertierte Teilnehmerinnen auf die Face-to-Face-Kommunikation stärker mit Angst reagierten.

Eine weitere Studie beschäftigt sich nicht mit sozialer Ängstlichkeit, sondern mit klinisch relevanten sozialen Ängsten und den Folgen des pandemiebedingten sozialen Rückzugs für Menschen mit ausgeprägten sozialen Ängsten. In diesem Sinne nutzten Arad, Shamai-Leshem und Haim (2021) die Situation des Social Distancing während des COVID-19-Lockdowns als natürliches Experiment, um bei israelischen Studierenden mit klinisch relevanten sozialen Ängsten den Einfluss der Vermeidung sozialer Situationen auf ihre Symptomatik zu untersuchen. Dabei wurde zu zwei Messzeitpunkten – zu Beginn des Wintersemesters 2019/2020 bei regulärem Präsenzhochschulbetrieb und bei jenen 55 Studierenden mit hohen Messwerten nochmals zu Beginn des Sommersemesters 2020, nach einem 2-monatigen COVID-19-Lockdown, während dessen ausschließlich virtuelle Lehrveranstaltungen stattfanden und die Studierenden nur für Arztbesuche und Einkäufe das Haus verlassen durften – mittels der Liebowitz Social Anxiety Scale zur Erfassung Sozialer Phobien die Veränderung der Symptomatik gemessen und mit entsprechenden Daten (ebenfalls zu Beginn des Winter- und zu Beginn des Sommersemesters desselben akademischen Jahres) aus den Vorjahren verglichen. Entsprechend der Annahme, dass Exposition zur Reduktion der Symptomatik führt, ergab die Messwiederholung in der Gruppe ohne Social Distancing einen signifikanten Rückgang der Symptomatik, während solche Unterschiede in den Gruppenmittelwerten bei den Studierenden mit Social Distancing nicht zu verzeichnen waren, sodass davon auszugehen ist, dass die

„Vermeidung“ sozialer Interaktionen zu einer Aufrechterhaltung der Symptomatik führt (Arad et al., 2021, S. 709 – 712).

2.5 Zusammenfassung und Präzisierung der Zielsetzung

2.5.1 Zusammenfassung der Theorie

Ängstlichkeit ist als ein zeitlich relativ stabiles *Trait* zu begreifen, als ein emotionsbezogenes Persönlichkeitsmerkmal, das es abzugrenzen gilt von Angst als einem *State*, einem zeitlich begrenzten, momentanen Emotionsgeschehen, einem Zustand. Kognitiv orientierte Konzeptualisierungen von Ängstlichkeit nehmen Unterschiede in der Art und Weise an, wie kognitive Faktoren in der Beziehung zwischen Situation, Person und Verhalten vermitteln. Dazu gehören Faktoren wie Bewertung, Kognitionen (Besorgnis), subjektives Emotionserleben (Anspannung, Aufgeregtheit etc.), Selbstkonzept und Selbstaufmerksamkeit. Hier wird anders als bei faktorenanalytisch entwickelten Trait-Konzepten der Situationsbezug deutlich. Soziale Ängstlichkeit beschreibt die Neigung zu Angst in sozialen Situationen. Nach einer Konzeptualisierung von Buss (1980) lässt sich soziale Angst in vier Erscheinungsformen und nach deren Ähnlichkeit in zwei Paare aufgliedern: Scham und Verlegenheit auf der einen und Publikumsangst und Schüchternheit auf der anderen Seite. Wer verlegen ist, kommt sich albern und unbeholfen vor. Scham ist moralbezogen, intensiver und länger anhaltend als Verlegenheit und geht stärker mit Selbstverachtung und -anschuldigung einher. Bei Schüchternheit ist das Sozialverhalten stärker beeinträchtigt, während bei Publikumsangst die Aspekte Hervorgehobenheit und Angst vor Bewertung im Vordergrund stehen.

Erbfaktoren und frühe Lernerfahrungen etwa durch Bindungs- und Beziehungserfahrungen ergeben die zeitlich stabile Grundlage für die Herausbildung des Persönlichkeitsmerkmals soziale Ängstlichkeit.

Der Übergang zwischen subklinischen und klinisch relevanten sozialen Ängsten ist fließend, sodass hohe Ausprägungen in sozialer Ängstlichkeit als ein Vulnerabilitätsfaktor für die Entwicklung einer sozialen Angststörung betrachtet werden können.

Einstellungen sind Bewertungen gegenüber einem Einstellungsobjekt, die eine kognitive, eine affektive und eine verhaltensbezogene Komponente umfassen. In ihrer motivationalen Funktion regulieren sie das Annäherungs- und Vermeidungsverhalten.

Einstellungen entstehen und verändern sich durch Erfahrungen in der Lernumwelt, wobei insbesondere die evaluative und operante Konditionierung, das Modelllernen und die wiederholte Darbietung (Mere-Exposure-Effekt) des Einstellungsobjektes eine Rolle. Darüber hinaus kann eine genetische Komponente angenommen werden, bei der Persönlichkeitsmerkmale als Mediatoren für Tendenzen fungieren, gegenüber bestimmten Kategorien von Einstellungsobjekten eher positiv oder negativ eingestellt zu sein.

Die Nutzung digitaler Medien zu Kommunikations- und Kooperationszwecken ist ein zentrales Bestimmungsstück moderner Arbeitswelten. Herausforderungen und Chancen im Umgang mit digitalen Medien ergeben sich in Bezug auf die Arbeitsgestaltung, Arbeitsprozesse und Arbeitszufriedenheit, mit Faktoren wie Flexibilität, Autonomie, Kompetenzerleben, soziale Eingebundenheit, Identifikation mit den Aufgaben, dem Team oder dem Unternehmen bzw. der Organisation und persönlichem Wohlbefinden.

2.5.2 Zielsetzung und Forschungshypothesen

Zielgruppe dieser Untersuchung ist die Population der Erwerbstätigen mit Wohnsitz in Deutschland. Im Fokus der Studie stehen die Merkmale soziale Ängstlichkeit und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben, welche an einer Stichprobe dieser Grundgesamtheit gemessen werden. Dabei wird, wie nachstehend präzisiert, mehreren Fragestellungen nachgegangen:

Während für ein Absinken oder Ansteigen der Tendenz zum Erleben sozialer Ängste über die Lebensspanne keine belastbaren Daten vorliegen und Studien zu Geschlechterunterschieden hinsichtlich des Merkmals soziale Ängstlichkeit keine signifikanten Effekte zeigen (Feingold, 1994), führen für klinisch relevante soziale Ängste zahlreiche epidemiologische Studien höhere Prävalenzen bei Frauen als bei Männern und ein Absinken der Häufigkeit im späteren Erwachsenenalter an. Weiterhin gilt der Beziehungsstatus (Single) als ein Risikofaktor für die Entwicklung einer Sozialen Phobie, wobei Männer größere Schwierigkeiten

haben, sich zu binden (Fehm et al., 2005; Helbig & Petermann, 2008; VSSP, 2016). Und schließlich existieren Befunde, die aufzeigen, dass Schüchterne und Hoch-Kommunikationsängstliche im Vergleich zu weniger Schüchternen bzw. Niedrig-Kommunikationsängstlichen Berufe präferieren, die weniger soziale Interaktion und Kommunikation erfordern (Daly & McCroskey, 1975; Phillips & Bruch, 1988).

Kann diesen Befunden entsprechend für die Zielpopulation der Berufstätigen in Deutschland angenommen werden, dass sich erwerbstätige Singles hinsichtlich ihrer SÄ von jenen Erwerbstätigen unterscheiden, die in einer Beziehung leben? Unterscheiden sich erwerbstätige Single-Männer bezogen auf die SÄ signifikant von erwerbstätigen Frauen, die in einer Beziehung leben? Und wie hängt der Berufsstatus mit der sozialen Ängstlichkeit zusammen?

Wenn neben genetischen Faktoren auch die Lernumwelt einen Einfluss auf die Herausbildung von sozialer Ängstlichkeit hat, wird angenommen, dass diese zeitlich relativ stabile Disposition mit den wachsenden Erfahrungen in der sozialen Interaktion über die Lebensspanne eine Abschwächung erfährt.

In Bezug auf die drei Einstellungskomponenten stellt sich zunächst die Frage, wie diese zusammenhängen. Gehen mit positiven Gedanken zum Einstellungsobjekt auch positive Gefühle und Handlungen einher und umgekehrt?

Wenn sozial ängstliche Personen es vorziehen, Textnachrichten zu schreiben, anstatt zu telefonieren (Lee et al., 2013), liegt die Annahme nahe, dass Berufstätige, die stärker als andere dazu neigen, in der sozialen Interaktion mit Angst zu reagieren, positiver eingestellt sind gegenüber der Nutzung von digitalen Kommunikationsformen wie E-Mail, Chat, Telefon- oder Videoaustausch, die keine Face-to-Face-Interaktionen erfordern. Und wenn sich Menschen mit ihrer individuellen Persönlichkeitsstruktur darin unterscheiden, ob sie ihre Einstellungen stärker auf Kognitionen, Emotionen oder verhaltensbezogene Informationen stützen, ergibt sich die Frage, ob SÄ höher mit der affektiven als etwa mit der kognitiven Einstellungskomponente korreliert.

Wenn Erfahrungen mit dem Einstellungsobjekt zur Einstellungsbildung beitragen und empirische Befunde den Digital Natives die höchsten Nutzungshäufigkeiten bescheinigen (Initiative D21 e.V., 2021), ist weiterhin anzunehmen, dass auch die Merkmale Alter und Erfahrungen mit digitalen Medien einen Einfluss auf die Einstellungen Erwerbstätiger zur beruflichen Nutzung digitaler Medien ausüben.

Mit Blick auf die Befragungen der Hans-Böckler-Stiftung (2021) zu Homeoffice und mobiler Arbeit, nach denen die Heimarbeit eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglicht, aber auch Mütter stärker in die Pflicht nimmt als Väter, stellt sich darüber hinaus die Frage, ob ebenso das Geschlecht zur Vorhersage der Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Berufsleben beitragen kann.

Aus diesen theorie- und empiriegestützten Annahmen lassen sich zusammenfassend folgende Forschungsfragen und dazugehörige Hypothesen ableiten:

1. Welchen Einfluss haben das Geschlecht und der Beziehungsstatus auf die soziale Ängstlichkeit von Erwerbstätigen?
Haupteffekt Geschlecht
H_{1(a)}: Es bestehen signifikante Unterschiede zwischen erwerbstätigen Frauen und Männern hinsichtlich ihrer sozialen Ängstlichkeit.
Haupteffekt Beziehungsstatus
H_{1(b)}: Es bestehen signifikante Unterschiede hinsichtlich der sozialen Ängstlichkeit zwischen erwerbstätigen Singles und Erwerbstätigen, die in einer Beziehung leben (Ehe, Partnerschaft etc.).
Interaktionseffekt
H_{1(c)}: Erwerbstätige Single-Frauen unterscheiden sich signifikant von erwerbstätigen Frauen, die in einer Beziehung leben, hinsichtlich ihrer sozialen Ängstlichkeit.
H_{1(d)}: Erwerbstätige Single-Frauen unterscheiden sich signifikant von erwerbstätigen Männern, die in einer Beziehung leben, hinsichtlich ihrer sozialen Ängstlichkeit.
H_{1(e)}: Erwerbstätige Single-Frauen unterscheiden sich signifikant von erwerbstätigen Single-Männern hinsichtlich ihrer sozialen Ängstlichkeit.
H_{1(f)}: Erwerbstätige Single-Männer unterscheiden sich signifikant von erwerbstätigen Männern, die in einer Beziehung leben, hinsichtlich ihrer sozialen Ängstlichkeit.
H_{1(g)}: Erwerbstätige Single-Männer unterscheiden sich signifikant von erwerbstätigen Frauen, die in einer Beziehung leben, hinsichtlich ihrer sozialen Ängstlichkeit.
H_{1(h)}: Erwerbstätige Männer, die in einer Beziehung leben, unterscheiden sich signifikant von erwerbstätigen Frauen, die in einer Beziehung leben, hinsichtlich ihrer sozialen Ängstlichkeit.
2. Hat der Berufsstatus – Führungskraft oder nicht – einen Einfluss auf die soziale Ängstlichkeit bei Erwerbstätigen?
H₂: Führungskräfte unterscheiden sich signifikant von Erwerbstätigen ohne Führungsfunktionen hinsichtlich ihrer sozialen Ängstlichkeit.

3. Hat das Alter einen Einfluss auf die soziale Ängstlichkeit bei Erwerbstätigen?

H₃: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Alter und der sozialen Ängstlichkeit unter Erwerbstätigen.

4. Wie hängen die kognitive, die affektive und die verhaltensbezogene Einstellungskomponente miteinander zusammen?

H_{4a}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der kognitiven und der verhaltensbezogenen Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben.

H_{4b}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der kognitiven und der affektiven Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben.

H_{4c}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der affektiven und der verhaltensbezogenen Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben.

5. Hat soziale Ängstlichkeit bei Erwerbstätigen einen Einfluss auf ihre Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben?

H_{5a}): Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der kognitiven Einstellung zur beruflichen Nutzung digitalen Medien unter Erwerbstätigen.

H_{5(b)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der affektiven Einstellung zur beruflichen Nutzung digitaler Medien unter Erwerbstätigen.

H_{5(c)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der verhaltensbezogenen Einstellung zur beruflichen Nutzung digitaler Medien unter Erwerbstätigen.

H_{5(d)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der globalen Einstellung zur beruflichen Nutzung digitaler Medien unter Erwerbstätigen.

6. Haben die Merkmale soziale Ängstlichkeit, Alter, Geschlecht, Bürotätigkeit und Erfahrung mit digitalen Medien bei Erwerbstätigen Einfluss auf ihre globale Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben?

H₆: Unter den Merkmalen soziale Ängstlichkeit, Alter, Geschlecht, Bürotätigkeit und Medienerfahrung bei Erwerbstätigen gibt es signifikante Prädiktoren für die Vorhersage ihrer globalen Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben.

3 Methode

3.1 Begründung der Methodenwahl

Zur Beantwortung der o. g. Fragestellung wurde ein quantitatives Forschungsdesign gewählt. Für die Erhebung der Daten kam die Methode der schriftlichen Befragung mittels des standardisierten Fragebogens zum Einsatz, die im Vergleich zu mündlichen Befragungsformen wie dem Interview den Vorteil bietet, dass in relativ kurzer Zeit von einer relativ großen Menge an Befragungspersonen Daten erhoben werden können (Döring & Bortz, 2016, S. 398).

Die Befragung wurde elektronisch via Online-Fragebogen durchgeführt. Für die Online-Umfrage kam die Befragungssoftware Unipark (Tivian) zum Einsatz. Der Fragebogen kann in Anlage 1 eingesehen werden. Die Beantwortung konnte ortsunabhängig von jedem PC oder mobilen Endgerät erfolgen und ermöglichte eine sichere und zuverlässige Datenverwaltung über den Web-Server und anschließende Übertragung in das Statistikprogramm SPSS. Um die Abbruchquote gering zu halten, wurde auf eine möglichst kurze Bearbeitungsdauer geachtet, die gerade bei Online-Fragebögen nicht länger als zehn Minuten sein sollte (Döring & Bortz, 2016, S. 415; Theobald, 2017, S. 78). Mit einer mittleren Bearbeitungszeit von knapp sieben Minuten konnte diese Vorgabe eingehalten werden.

3.2 Zielgruppe und Stichprobenbildung

Grundgesamtheit ist die Population der Erwerbstätigen in Deutschland. Laut Statistischem Bundesamt waren im April 2021 saison- und kalenderbereinigt nach dem Inländerkonzept rund 44,49 Mio. Erwerbstätige mit festem Wohnsitz in Deutschland registriert (Destatis, 2021b). Dazu gehören Personen im Alter von 15 Jahren und älter, die als Selbständige oder Arbeitnehmer mindestens eine Stunde pro Woche gegen Entgelt einer beruflichen Tätigkeit nachgehen oder als im Betrieb eines Familienmitglieds mithelfende Familienangehörige keinen Lohn beziehen. Ferner gelten als erwerbstätig Soldaten und Personen in Freiwilligendiensten sowie solche, die vorübergehend nicht arbeiten, aber formell mit ihrem Arbeitsplatz verbunden sind (Destatis, 2021a). Der Anteil der Erwerbstätigen an allen Personen im Alter von 15 bis 74 Jahren belief sich im April 2021 auf 68,0 % (Destatis, 2021b). Was die Geschlechterverteilung angeht, so waren Frauen im

Jahr 2019 im Vergleich zu ihrem Anteil an der Gesamtbevölkerung (50,8 %) mit 46,6 % im Berufsleben unterrepräsentiert (gegenüber 53,4 % Männern) (Destatis, 2021c).

Aus forschungsökonomischen Gründen wurde eine Teilerhebung durchgeführt. Da die E-Mail-Adressen der Untersuchungspersonen der definierten Grundgesamtheit nicht bekannt sind, konnte die Stichprobenauswahl nicht nach dem Zufallsprinzip erfolgen (Döring & Bortz, 2016, S. 294). Die Online-Befragung wurde mit passiver Rekrutierung durchgeführt, d. h., der Umfragelink wurde über diverse Online-Kanäle veröffentlicht, sodass es sich um eine Selbstselektionsstichprobe handelt, bei der davon ausgegangen werden kann, dass intensive Nutzer der entsprechenden Kanäle und solche, die an dem Befragungsthema interessiert sind, mit größerer Wahrscheinlichkeit an der Befragung teilnehmen (Döring & Bortz, 2016, S. 415).

Der Mindeststichprobenumfang richtet sich nach dem eingesetzten Signifikanztest, der den vergleichsweise größten Stichprobenumfang benötigt, um über ausreichend Teststärke zu verfügen. In diesem Sinne wurde computergestützt mittels G*Power im Rahmen einer A-priori-Teststärke-Analyse eine für die zweifaktorielle Varianzanalyse optimale Stichprobengröße in Höhe $N = 128$ ermittelt. Dabei wurde von einer Teststärke von $1 - \beta = .80$, von einem Signifikanzniveau von $\alpha = 0,05$ sowie von einem mittleren Effekt von $f = 0,25$ ausgegangen und als Zählerfreiheitsgrad der Wert $df = 1$ ermittelt. Insgesamt gilt: Je größer die Stichprobe, desto größer die Wahrscheinlichkeit, auch kleinere Populationseffekte zu erfassen (Döring & Bortz, 2016, S. 841). Die genauen Schritte der Stichprobenplanung können in Anlage 2 nachvollzogen werden.

Mit einer endgültigen Stichprobengröße von $N = 379$ konnte der Mindeststichprobenumfang erreicht werden und ist entsprechend einer Stichprobengrößenermittlung gemessen an der Grundgesamtheit mit einem festgelegten Konfidenzniveau bei 95%, welche einen optimalen Stichprobenumfang von 385 TN ergibt, nahezu repräsentativ für die Zielpopulation von 44,49 Mio. Erwerbstätigen in Deutschland (vgl. Anlage 2). Der Frauenanteil liegt mit 55,7 % über den 2019 verzeichneten 46,6 % weiblichen Erwerbstätigen. Die Altersspanne reicht von 21 bis 66 Jahren.

3.3 Operationalisierung

Im Folgenden werden die Schritte erläutert, die auf Basis der theoretischen Grundlagen (vgl. Kapitel 2) unternommen wurden, um die für die Fragestellung relevanten Merkmale messbar zu machen. Den latenten Variablen wurden dabei über Indikatoren beobachtbare Sachverhalte zugeordnet (Stein, 2019, S. 128). Weiterhin wurde für alle Variablen das Messniveau festgelegt. Bei den verwendeten Antwortskalen wurde eine gängige Lehrmeinung berücksichtigt, nach der Abstufungen von mehr als sieben Kategorien das Differenzierungsvermögen der Versuchspersonen überfordern könnten (Franzen, 2019, S. 847; Raab-Steiner & Benesch, 2015, S. 60). Nach Franzen (2019, S. 849) zeigen empirische Studien außerdem, dass verbalisierte Antwortkategorien zu einer besseren Reliabilität führen als numerische oder endpunktbenannte Skalen. In diesem Sinne wurden für die Erfassung der Merkmale Erfahrung mit und Einstellungen zu digitalen Medien fünfstufige Antwortskalen und für das Merkmal soziale Ängstlichkeit eine vierstufige Antwortskala mit semantischen Kennzeichnungen eingesetzt. Die Skalenrichtung wurde einheitlich, wie das Lesen und Schreiben in angloamerikanischen und europäischen Kulturen erfolgt, von links nach rechts dargeboten, sodass die Höhe der Merkmalsausprägung von links nach rechts steigt (Porst, 2013, S. 88).

3.3.1 Berufsbezogene und soziodemographische Variablen

Die für die Beantwortung der Fragestellung sowie für Aussagen zur Repräsentativität der Stichprobe relevanten berufsbezogenen und soziodemographischen Merkmale sind: Führungsposition, Bürotätigkeit, Erfahrung mit digitalen Medien, Alter, Geschlecht und Beziehungsstatus der Erwerbstätigen.

Führungsposition

Das Merkmal Führungsposition wurde als nominalskalierte, dichotome Variable mit den Ausprägungen „Ja“ und „Nein“ erhoben. Der Begriff Führungsposition umfasst dabei, wie in Tabelle 5 beispielhaft aufgeführt, Positionen auf allen drei möglichen Führungsebenen eines Unternehmens. Die Organisationshierarchie anderer Strukturen ist damit ausdrücklich mitgemeint, daher werden als Auffüllanweisung einige Beispiele für Leitungspositionen genannt und mit „etc.“ versehen, sodass die Antwortkategorie „Ja“ als erschöpfend begriffen werden kann

(Porst, 2014, S. 113). Inhaltlich wird davon ausgegangen, dass es sich um Positionen handelt, in denen die Erwerbstätigen stärker exponiert sind und mehr Interaktionen haben als Personen, die nicht in leitenden Funktionen tätig sind.

Top Management
Geschäftsführung, Vorstand
Middle Management
Bereichsleitung, Hauptabteilungsleitung, Abteilungsleitung, Ressortleitung
Lower Management
Gruppenleitung, Teamleitung, Büroleitung

Tabelle 5: Führungsebenen eines Unternehmens und Beispiele für leitende Positionen (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Wirtschaftslexikon24.com)

Bürotätigkeit

Nach der Beratungsgesellschaft für Arbeits- und Gesundheitsschutz (BfGA) ist Büroarbeit in erster Linie durch Planungs-, Entwicklungs-, Projekt-, Beratungs-, Leitungs-, Verwaltungs- oder Kommunikationstätigkeiten gekennzeichnet. Und der Büroarbeitsplatz gilt als die „Werkbank des Kopfarbeiters“, wobei zentrale Arbeitsmittel Arbeitstisch, Stuhl, Dokumente, Schreibgerät, Bildschirm, Tastatur und Maus sind (BfGA, 2021). Da diese Tätigkeiten in den unterschiedlichsten Wirtschaftszweigen ausgeübt werden, wurde nicht die Branche erhoben, in der die Befragungspersonen tätig sind, sondern vielmehr erfasst, in welchem Ausmaß sie einer Bürotätigkeit nachgehen. Als Indikatoren wurden dafür, wie in Abbildung 3 dargestellt, die Nutzungshäufigkeiten zweier zentraler Arbeitsmittel – Schreibtisch und Bildschirm – definiert, für welche die Befragungspersonen angeben mussten, welchen Anteil ihrer Tätigkeit in Prozent sie an einem Schreibtisch oder an einem Bildschirm erledigen.

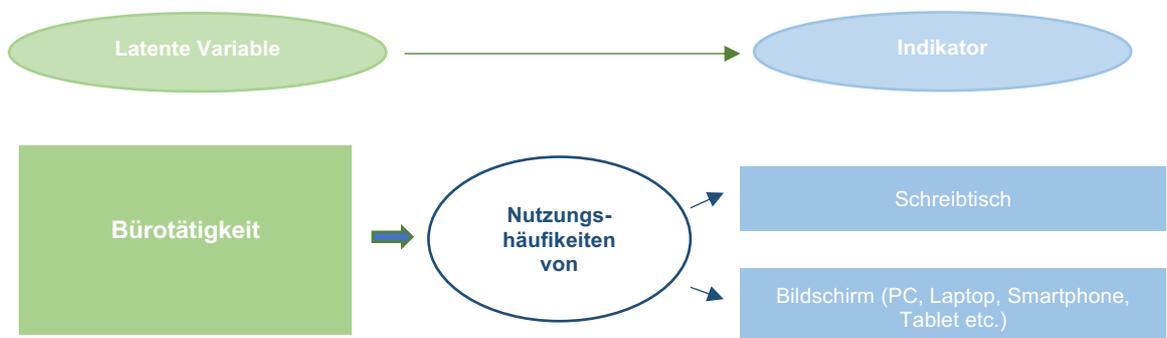


Abbildung 3: Strukturbaum zum Konstrukt Bürotätigkeit (Quelle: Eigene Darstellung)

Angesichts des Umstandes, dass die Pandemie in sehr vielen Berufen einen beträchtlichen Anstieg der Schreibtisch- und Bildschirmtätigkeit bedingt hat und einige Berufsgruppen wie z. B. Ärzte oder Lehrer, die normalerweise keine klassischen Bürojobs ausüben, zeitweise deutlich mehr Schreibtisch- und Bildschirmarbeit getätigt haben, wurde bei den beiden Items zur Erfassung der manifesten Variablen Nutzungshäufigkeit von Schreibtisch und Bildschirm der Zusatz „unabhängig von Corona“ gegeben, und jene Versuchspersonen, die in der Pandemie ihre berufliche Tätigkeit begonnen haben, wurden gebeten, eine ungefähre Schätzung eines Arbeitsalltags ohne Corona anzugeben. Durch die Angaben in Prozent (z.B. 0 % = keine Schreibtischtätigkeit, 100 % = ausschließlich Schreibtischtätigkeit) ist das Messniveau der beiden Variablen intervallskaliert. Beide Variablen können jeweils Ausprägungen zwischen 0 und 100 annehmen. Die Summe beider Variablenausprägungen ergibt die für jeden Probanden spezifische Ausprägung in dem Merkmal Bürotätigkeit mit Werten, die von 0 bis 200 reichen können. Probanden, die mehr als 50 % der erreichbaren Punktzahl, d.h. mehr als 100 Punkte erreichen, werden in die Gruppe „Bürojob“ eingeteilt. Die verbleibenden Probanden mit Werten ≤ 100 werden der Gruppe „eher kein Bürojob“ zugeordnet. Bei dem Merkmal Bürojob (Ja/Nein) handelt es sich demnach um eine künstlich dichotomisierte Variable mit nominalem Skalenniveau.

Erfahrung mit digitalen Medien im Berufsalltag

Ob Mere-Exposure-Effekt, operante oder evaluative Konditionierung: Erfahrungen mit dem Einstellungsobjekt haben einen Einfluss auf die Einstellungsbildung (vgl. Kapitel 2.2.3). Für die Erfassung des Merkmals Erfahrung mit digitalen Medien im Berufsalltag wurde eine Skala aus vier Items entwickelt, die wie in Abbildung 4 an den Indikatoren ersichtlich, die gängigsten digitalen Medien bzw. Kommunikationsarten repräsentieren, für welche die TN auf einer fünfstufigen Antwortskala mit den Abstufungen „nie“, „selten“, „manchmal“, „häufig“ und „sehr häufig“ angeben sollten, wie häufig sie sie bei ihrer beruflichen Tätigkeit im Austausch mit Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Kunden oder weiteren Gesprächspartnern nutzen. Für möglichst einheitliche Interpretationen der Häufigkeitsabstufungen wurde die Antwortkategorie „sehr häufig“ am extremen oberen Ende der Antwortskala mit dem Zusatz „täglich“ versehen. Eine exakte Quantifizierung der mittleren Abstufungen wurde nicht gegeben, um zu vermeiden, dass

Befragungspersonen, die nicht zu 100 % berufstätig sind, Angaben wie 1x pro Woche missinterpretierten (Porst, 2014, S. 119 – 122).

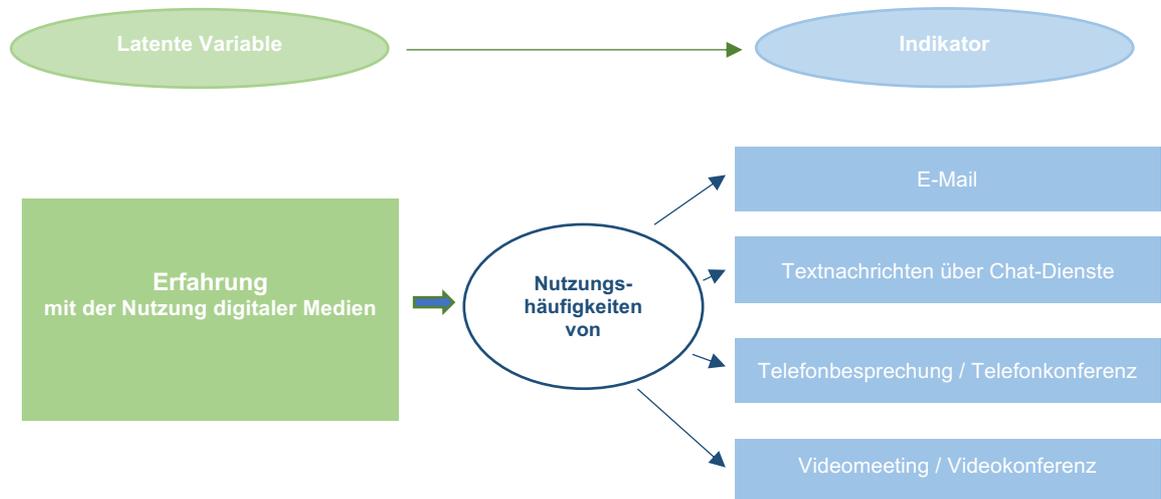


Abbildung 4: Strukturbaum zum Konstrukt Erfahrung mit der Nutzung digitaler Medien im Berufsalltag
(Quelle: Eigene Darstellung)

Das Messniveau der vier Variablen ist streng genommen ordinal, wobei die Häufigkeitsabstufungen von „nie“ bis „sehr häufig“ je nach Lehrmeinung auch als äquidistant betrachtet werden können und damit von Quasi-Metrie ausgegangen werden kann (Franzen, 2019, S. 849; Raab-Steiner & Benesch, 2015, S. 61). Zu einem Mittelwertindex zusammengefasst, messen sie auf Intervallskalenniveau das Merkmal Erfahrung mit digitalen Medien im Berufsalltag, wobei der Mittelwertscore zwischen 1 (keine Erfahrung) und 5 (sehr viel Erfahrung) liegen kann.

Alter

Das Alter wurde, um über maximalen Informationsgehalt zu verfügen, zahlenmäßig als metrische Variable erfasst (Raab-Steiner & Benesch, 2015, S. 30).

Geschlecht

Das Geschlecht wurde als dreistufige, nominalskalierte Variable mit den Ausprägungen „männlich“, „weiblich“ und „divers“ erhoben.

Beziehungsstatus

Der Beziehungsstatus soll Auskunft darüber geben, ob die TN zum Zeitpunkt der Befragung Single sind und damit weniger sozialen Austausch haben. Das Merkmal wird als dichotome Variable mit den Ausprägungen „Single“ und „in einer

Beziehung“ erhoben. Die Frage wurde bewusst an das Ende des Fragebogens gesetzt, um Abbrüche zu vermeiden, weil Singles, die nicht gewollt alleinstehend sind, die Frage als stigmatisierend wahrnehmen könnten (Porst, 2014, S. 133). Aus diesem Grund wurde auch nicht gefragt, ob die Personen Single sind oder nicht, sondern ob sie in einer Beziehung (offen, fest, poly, verheiratet etc.) leben.

3.3.2 Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien in der Arbeitswelt

Die Operationalisierung des Konstrukts Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben erfolgte auf der Grundlage des Drei-Komponenten-Modells von Rosenberg und Hovland (1960), sodass drei Dimensionen unterschieden werden: eine kognitive, eine affektive und eine verhaltensmäßige Einstellungskomponente.

Die kognitive Einstellungskomponente mit Meinungen und Überzeugungen wird, wie in Tabelle 6 dargestellt, weiterhin differenziert in die Kategorien: Einstellung zu Besprechungsformaten mit den Indikatoren kurzes, langes Besprechungsformat sowie digitale Besprechungsformate vs. persönlicher Austausch; Einfluss digitaler Medien auf die Arbeitsgestaltung mit den Indikatoren Flexibilität, Autonomie und Selbstbestimmung sowie Work-Life-Balance; und Auswirkungen der Online-Kommunikation auf soziale und motivationale Prozesse mit Indikatoren wie Zusammenhalt, Beziehung zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern sowie Mitarbeitermotivation (vgl. Kapitel 2.3).

Die affektive Einstellungskomponente umfasst das persönliche Befinden im Umgang mit digitalen Medien. Dazu gehören die Kategorien Zufriedenheit, messbar über die Identifikation mit der Tätigkeit sowie das wahrgenommene Feedback und das Wohlbefinden beim Erleben bzw. Imaginieren unterschiedlicher Kommunikationssituationen (vgl. Kapitel 2.3). Zum Wohlbefinden gehören autonome Reaktionen, wie sie auch schon bei der Emotion Angst beschrieben wurden (Krohne, 2010, S. 24). Die TN werden demnach gebeten, ihr Erregungsniveau angesichts der Situationen direkter Kontakt vs. virtuelle Begegnung sowie ihr Spannungsniveau bei den Situationen Video- oder Telefonbesprechung vs. Face-to-Face-Meeting einzuschätzen. Als weitere Indikatoren für das Wohlbefinden werden Sicherheitsgefühl und Kontaktbedürfnis definiert.

Die Dimension Verhaltensbezogene Einstellung wird über die Kategorie Einfluss digitaler Medien auf das Kommunikationsverhalten mit den Indikatoren virtuelle

Besprechungsformate vs. Face-to-Face-Kontakt sowie Mail/Chat vs. Telefon definiert. Dabei geht es entsprechend der verhaltensbezogenen Einstellungskomponente (vgl. Abbildung 2) um eine Selbsteinschätzung des aktuellen Verhaltens. Da viele Erwerbstätige nicht in allen Kommunikationssituationen frei entscheiden können, welches Medium sie im Austausch mit Vorgesetzten, Kollegen etc. verwenden, werden die TN hier um Angabe ihrer Verhaltenspräferenzen („Wenn ich die Möglichkeit habe ...“) gebeten. Damit können die Auskünfte zur verhaltensbezogenen Einstellung indirekt auch als eine Prognose für zukünftiges Verhalten bei freier Wahl des Mediums interpretiert werden.

Konstrukt	Dimension	Kategorie	Indikator	Item
Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben	Kognitive Einstellung zu digitalen Medien im Arbeitsleben	Besprechungsformat	Kurze Besprechung	- Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen. (4)
			Längeres Meeting	- Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen. (5).
			Digitale Besprechungsformate vs. persönlicher Austausch	- Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen. (6)
		Einfluss digitaler Medien auf die Arbeitsgestaltung	Flexibilität	Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für - zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen (1)
			Autonomie und Selbstbestimmung	- selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten (2)
			Work-Life-Balance	- für eine gesunde Work-Life-Balance (3)
		Auswirkungen der Online-Kommunikation auf soziale und motivationale Prozesse	Zusammenhalt	Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat meiner Meinung nach keine negativen Auswirkungen auf - den Zusammenhalt untereinander (8)
			Beziehung zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern	- das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern (9)
			Mitarbeitermotivation	- die Motivation der Mitarbeiter (10)

	Affektive Einstellung zu digitalen Medien im Arbeitsleben	Zufriedenheit mit der Nutzung digitaler Medien	Identifikation mit der Tätigkeit	- Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze (-). (11)
			Wahrgenommenes Feedback	- Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback (-). (13)
		Wohlbefinden bei der Nutzung digitaler Medien	Erregungsniveau direkter Kontakt vs. virtuelle Begegnung	- Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung. (14)
			Anspannungsniveau Video- oder Telefonbesprechung vs. FtF-Meeting	- In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei FtF-Meetings. (15)
			Sicherheitsgefühl	- Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der FtF-Interaktion. (16)
			Kontaktbedürfnis	- In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt (-). (17)
	Verhaltensbezogene Einstellung zu digitalen Medien im Arbeitsleben	Einfluss digitaler Medien auf das Kommunikationsverhalten	Virtuelle Besprechungsformate vs. FtF-Kontakt	- Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor. (12)
			Mail/Chat vs. Telefon	- Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor (-). (7)

Anmerkungen: Die Zahlen in Klammern hinter den Items geben ihre Reihenfolge im Fragebogen an. (-) = negativ gepolt.

Tabelle 6: Dimensionale Analyse des Konstrukts Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien: Dimensionen, Kategorien, Indikatoren und entsprechende Items (Quelle: Eigene Darstellung)

Item-Wording

Die insgesamt 17 Items, welche die globale Einstellung zur Nutzung digitaler Medien messen, wurden, wie in Tabelle 6 dargestellt, in Form von Statements

formuliert. Alle drei Dimensionen werden durch eine Reihe von Aussagen abgebildet, in denen Aspekte der Nutzung digitaler Medien und Aspekte „kontaktintensiverer“ Formen der Interaktion einander direkt gegenübergestellt werden: „Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.“ „Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.“ „Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor“ etc. Dabei wird gestützt auf die empirischen Befunde (Lee et al., 2013; Rice & Markey, 2009) davon ausgegangen, dass E-Mail und Textnachrichten via Chat kontaktärmer sind als Telefonkontakt und dass virtuelle Besprechungsformate insgesamt kontaktärmer sind als der persönliche, physische Kontakt. Andere Items sind nicht explizit in Form eines Vergleichs formuliert, sondern beziehen sich ausschließlich auf die Nutzung digitaler Medien: „Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat meiner Meinung nach keine negativen Auswirkungen auf die Motivation der Mitarbeiter.“ „Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback.“ „In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt.“

Die Einstellungsrichtung – positiv oder negativ – kommt über die verwendeten Verbkonstruktionen (fehlen, schwerfallen, vorziehen, ersetzen können, sich sicher fühlen, sich nervös fühlen, locker sein) zum Ausdruck. Die meisten Aussagen drücken eine positive Einstellung zum Einstellungsobjekt aus. Um verzerrten Antworten durch Aquieszenz, Satisficing oder gedankenlose Reproduktion vorzubeugen, wurde bei vier Items die Fragerichtung dahingehend geändert, dass sie eher eine negative Einstellung zum Einstellungsobjekt zum Ausdruck bringen (Hussy, Schreier & Echterhoff, 2013, S. 79 – 80; Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 79): „Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze.“ „Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback.“ „In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt.“ „Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor.“

Antwortskala

Als Antwortskala wurde eine verbalisierte fünfstufige Ratingskala mit den Antwortkategorien „stimme nicht zu“, „stimme eher nicht zu“, „neutral“, „stimme eher zu“ und „stimme zu“ eingesetzt. Auch hier wird Quasi-Metrie unterstellt und von Intervallskalierung ausgegangen. Was die Frage „gerade oder ungerade Skala“ angeht, werden in der Literatur immer wieder Vor- und Nachteile diskutiert. Während gerade Skalen die Befragten zu einer eher zustimmenden oder ablehnenden Entscheidung zwingen (Forced Choice), enthalten ungerade Skalen eine mittlere Kategorie wie „teilweise“, „weder noch“ „unentschieden“ oder „neutral“. Diese kann im Sinne des Satisficing zum Ausdruck von Desinteresse, Ermüdung, mangelnder Motivation oder aufgrund von Meinungslosigkeit gewählt werden (Menold & Bogner, 2015, S. 5; Porst, 2014, S. 83 – 84). Einige experimentelle Studien kommen zu dem Ergebnis, dass die Vorgabe einer mittleren Kategorie die Tendenz zur Mitte verstärken kann (Menold & Bogner, 2015, S. 5). Auf der anderen Seite wird den Befragten durch die Forced Choice die Möglichkeit genommen, sich gezielt in die mittlere Position einzuordnen, wenn sie sich ihr zugehörig fühlen, was zu item-nonresponses und im schlimmsten Fall zum Abbruch der Befragung führen kann (Porst, 2014, S. 84). Einige empirische Ergebnisse sprechen eher für ungerade Skalen (Franzen, 2019, S. 848). So konnten O’Muircheartaigh, Krosnick & Helic (2000, S. 20) im Rahmen einer Befragung zweier Stichproben zu ihren Einstellungen zu Themen rund um Wissenschaft, Technologie und Umwelt zeigen, dass das Weglassen einer mittleren Kategorie entgegen der Satisficing-Theorie nicht zu Antworten führte, die sonst nicht gewählt worden wären, sondern dass sich unter Hinzunahme einer mittleren Antwortkategorie vielmehr die Menge an zufälliger Fehlervarianz in den Antworten reduzierte und damit die Reliabilität stieg.

Vor diesem Hintergrund wurde eine ungerade Skala mit einer mittleren Kategorie „neutral“ ausgewählt, um Befragten, die zu einem Item weder positiv noch negativ eingestellt sind, eine Antwortmöglichkeit zu bieten. Es wurden nicht mehr als fünf Abstufungen angeboten, um den Befragten insgesamt möglichst einheitliche, einfach handhabbare Antwortskalen darzubieten (Franzen, 2019, S. 850). Die Skalenmittelwerte können zwischen 1 und 5 liegen. Je höher die Ausprägung, desto positiver die Einstellung, wobei Werte über dem Skalenmittelpunkt 3.0 als tendenziell positive Einstellung interpretiert werden können.

3.3.3 Soziale Ängstlichkeit

Eine Reihe bestehender Skalen zur Erfassung sozialer Ängste wurde an klinischen Stichproben entwickelt und dienen insbesondere der Diagnostik Sozialer Phobien bzw. der Therapieevaluation. Dazu gehören etwa die Soziale Interaktionsskala (Stangier, Heidenreich, Berardi, Golbs & Hoyer, 1999), die Soziale Phobie-Skala (Stangier et al., 1999) und die Liebowitz-Soziale-Angst-Skala (LSAS) (Stangier & Heidenreich, 2003, zitiert nach Hoyer & Magraf, 2003, S. 272).

In der vorliegenden Arbeit geht es jedoch vielmehr um die Erfassung dispositioneller Angst in sozialen Situationen. In diesem Sinne wird das Konstrukt soziale Ängstlichkeit auf der Grundlage der Konzeptualisierung von Buss (1980) operationalisiert, der die vier Facetten Scham, Verlegenheit, Publikumsangst und Schüchternheit nach ihrer Ähnlichkeit in zwei Paare klassifiziert: Scham und Verlegenheit auf der einen und Schüchternheit und Publikumsangst auf der anderen Seite (vgl. Abbildung. 1).

In der Annahme, dass Publikumsangst und Schüchternheit ebenso als situationsbedingte Zustände wie als relativ zeitstabile, situationsübergreifende Disposition begriffen werden können, entwickelte Buss (1980, S. 178 – 179) eine Skala mit fünf Items zur Erfassung von Publikumsängstlichkeit bei Studierenden.

Publikumsängstlichkeit

1. I feel very relaxed before speaking in front of a group.
2. I feel anxious when I speak in front of a group.
3. I am very nervous while performing in front of people.
4. My voice never shakes when I recite in class.
5. Sometimes my body trembles when I speak up in class.

Tabelle 7: Skala zur Erfassung von Publikumsängstlichkeit
(Quelle: Buss, 1980, S.178-179)

Cheek und Buss (1981, S. 331) entwickelten in Abgrenzung zu dem Konstrukt Geselligkeit mit der Shyness Scale eine Skala zur Messung von dispositionaler Schüchternheit, die, wie in Tabelle 8 aufgelistet, neun Items umfasst, welche durch allgemeine wie situationsspezifische Statements hinsichtlich sozialer Interaktionen das Ausmaß an Anspannung und Besorgnis (affektive Komponente) sowie den Grad messen, in dem unbeholfenes, gehemmtes Sozialverhalten und Blickabwendung (Verhaltenskomponente) erfolgen.

Schüchternheit

1. I am socially somewhat awkward.
2. I don't find it hard to talk to strangers.
3. Ich feel tense when I'm with people I don't know well.
4. When conversing i worry about saying something dumb.
5. I feel nervous when speaking to someone in authority.
6. I am often uncomfortable at parties and other social functions.
7. I feel inhibited in social situations.
8. I have trouble looking someone right in the eye.
9. I am more shy with members of the opposite sex.

Tabelle 8: Shyness Scale zur Erfassung von Schüchternheit
(Quelle: Cheek & Buss, 1981, S. 332)

Und auf Fenigstein, Scheier und Buss (1975 zitiert nach Buss, 1980, S. 213) geht eine Skala zur sozialen Angst zurück, welche die Facetten Verlegenheit, Schüchternheit und Publikumsangst misst. Es handelt sich dabei um eine Subskala der Self-Concioussness Scale (SCS), mit der Fenigstein et al. (1975, S. 522 – 524) ein Instrument zur Messung einer Tendenz zu vermehrter Selbstaufmerksamkeit entwickelten. Die beiden weiteren Konstrukte sind: private Selbstaufmerksamkeit (verdeckte Aspekte der eigenen Person wie Gedanken, Gefühle und Motive) und öffentliche Selbstaufmerksamkeit (sichtbares Verhalten und Aussehen). Abbildung 5 zeigt die drei Subskalen mit den Faktorladungen. Die Skala zur sozialen Angst mit sechs Items wird dabei als Folge insbesondere von öffentlicher Selbstaufmerksamkeit gedeutet (Buss, 1980, S. 43 – 44; Hoyer & Margraf, 2003, S. 241).

Private self-consciousness		
1	I'm always trying to figure myself out. (1)	.65
3	Generally, I'm not very aware of myself. (3) ^b	-.48
5	I reflect about myself a lot. (5)	.73
7	I'm often the subject of my own fantasies. (7)	.45
9	I never scrutinize myself. (9) ^b	-.51
13	I'm generally attentive to my inner feelings. (13)	.66
15	I'm constantly examining my motives. (15)	.62
18	I sometimes have the feeling that I'm off somewhere watching myself. (18)	.43
20	I'm alert to changes in my mood. (20)	.55
22	I'm aware of the way my mind works when I work through a problem. (22)	.46
Public self-consciousness		
2	I'm concerned about my style of doing things. (2)	.47
6	I'm concerned about the way I present myself. (6)	.65
11	I'm self-conscious about the way I look. (11)	.61
14	I usually worry about making a good impression. (14)	.72
17	One of the last things I do before I leave my house is look in the mirror. (17)	.51
19	I'm concerned about what other people think of me. (19)	.73
21	I'm usually aware of my appearance. (21)	.60
Social anxiety		
4	It takes me time to overcome my shyness in new situations. (4)	.76
8	I have trouble working when someone is watching me. (8)	.26
10	I get embarrassed very easily. (10)	.70
12	I don't find it hard to talk to strangers. (12) ^b	-.66
16	I feel anxious when I speak in front of a group. (16)	.21
23	Large groups make me nervous. (23)	.69

Note. The numbers in parentheses indicate the sequence of items on the scale.
^a Only factor loadings greater than .20 are listed.
^b Item was reversed for scoring.

Abbildung 5: Die Self-Consciousness Scale (SCS) mit drei Subskalen (Quelle: Fenigstein et al., 1975)

Bei der vorliegenden Operationalisierung wird das Merkmal soziale Ängstlichkeit durch die beiden Facetten Publikumsangst und Schüchternheit abgebildet. Aufgrund der inhaltlichen Überschneidungen sollen sie jedoch nicht auf zwei, sondern auf einer einzigen Dimension abgebildet werden (Schwarzer, 2000, S. 127). Entsprechend der Bereichs- und Situationsspezifität des Merkmals werden Dimensionen und Kategorien von Situationen unterschieden, in denen hinsichtlich einer emotionalen Komponente (Aufgeregtheit), einer kognitiven Komponente (Besorgnis) (Krohne, 2010, S. 24 – 25) sowie einer verhaltens-expressiven Komponente (gehemmtes/unbeholfenes Verhalten) (Cheek & Buss, 1981, S. 331) Unterschiede im selbstberichteten subjektiven Angsterleben auftreten können. Dabei werden, wie in Tabelle 9 dargestellt, drei Dimensionen – Aufgeregtheit/unangenehme Erregung, Besorgnis und/oder Hemmung in sozialen Interaktionen, in großen Gruppen und im Visier anderer – und entsprechende Kategorien bzw. messbare Indikatoren unterschieden. Die Kategorien – soziale Interaktionen in alltäglichen Situationen, mit Fremden, mit Autoritätspersonen, große Gruppen im Allgemeinen, Sprechen vor Gruppen, im Visier anderer im Alltag sowie beim Arbeiten – stützen sich nicht zuletzt auf die Rangordnung bedrohlicher

Sozialumwelten, wie sie von Zimbardo (1977) im Rahmen einer Befragung von Studierenden nach Auslösesituationen für Schüchternheit ermittelt wurde (vgl. Tabelle 2). Dabei spielt immer auch der Aspekt der Hervorgehobenheit eine Rolle, die aufgrund des individuellen Maßes an öffentlicher Selbstaufmerksamkeit mehr oder weniger stark verspürt wird.

Konstrukt	Dimension	Kategorie	Indikator	Item
Soziale Ängstlichkeit	Aufgeregtheit/unangenehme Erregung, Besorgnis u./o. Hemmung			
	in sozialen Interaktionen	im Allgemeinen	unbeholfenes Verhalten	1. Im Umgang mit anderen Menschen bin ich oft etwas unbeholfen. (2)
			Blickkontakt	2. Es bereitet mir keine Schwierigkeiten, jemandem direkt in die Augen zu blicken (-). (5)
		mit Fremden	Hemmung bei Kontaktaufnahme	3. Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen (-). (1)
			Furcht vor Blamage im Gespräch	4. Bei Unterhaltungen mit Menschen, die ich nicht so gut kenne, befürchte ich oft, dass ich etwas Dummes sagen könnte. (3)
		mit Autoritätspersonen	Hemmung und Nervosität beim Sprechen	5. Wenn ich mit einer Autoritätsperson (Chef, Arzt etc.) sprechen muss, bin ich oft gehemmt und nervös. (7)
	in großen Gruppen	im Allgemeinen	Nervosität in Gruppen	6. Größere Gruppen von Menschen machen mich nervös. (4)
			Unwohlsein bei geselligen Anlässen	7. Bei geselligen Anlässen in größeren Runden fühle ich mich oft unwohl. (8)
		beim Sprechen vor großen Gruppen	Unbehagen beim Sprechen vor großen Gruppen	8. Wenn ich vor einer Gruppe sprechen muss, ist mir sehr unbehaglich zumute. (9)
	im Visier anderer	im Alltag	Unwohlsein auf der Straße oder im Geschäft unter Beobachtung	9. Wenn mich andere auf der Straße oder im Geschäft beobachten, ist mir das unangenehm. (6)
am Arbeitsplatz		Aufgeregtheit beim Arbeiten unter Beobachtung	10. Es fällt mir schwer, zu arbeiten (auf Tastatur tippen, telefonieren etc.), wenn mir jemand dabei zusieht. (10)	

Anmerkungen: Die Zahlen in Klammern hinter den Items geben ihre Reihenfolge im Fragebogen an. (-) = negativ gepolt.

Tabelle 9: Dimensionale Analyse des Konstrukts soziale Ängstlichkeit (Quelle: Eigene Darstellung)

Item-Wording

Die Skala soziale Ängstlichkeit umfasst zehn Items, die ausgehend von den Indikatoren als Statements formuliert wurden. In Kapitel 2.1.4.1 wurde bereits über die uneinheitlichen begrifflichen Verwendungen und heterogenen Definitionen von sozialer Ängstlichkeit und deren Facetten berichtet. So wurde davon

ausgegangen, dass es auch in der Zielpopulation unterschiedliche Auffassungen von Ängstlichkeit oder Schüchternheit gibt, sodass die Attribute ängstlich und schüchtern anders als in den besprochenen Skalen zur Publikumsängstlichkeit, Schüchternheit und Sozialen Angst bewusst explizit vermieden wurden. Stattdessen wurden konkrete, auf das physiologische und affektive Erleben bezogene Adjektive bzw. Verbkonstruktionen wie unbeholfen, gehemmt, unangenehm, nervös sein, sich unwohl fühlen, unbehaglich zumute sein verwendet. Die Items 1, 2, 3, 4, 5 und 7 sind an die Items 1, 8, 2, 4, 5 und 6 der Schüchternheitsskala von Cheek & Buss (1981) angelehnt (vgl. Tabelle. 8). Das achte Item ist der Skala zur Publikumsängstlichkeit von Buss (1980) entnommen, wobei explizit nicht das Adjektiv „ängstlich“ verwendet wurde: „Wenn ich vor einer Gruppe sprechen muss, ist mir sehr unbehaglich zumute.“ Das sechste und zehnte Item ist der Soziale Angst-Skala von Fenigstein et al. (1975) entnommen und das neunte Item – „Wenn mich andere auf der Straße oder im Geschäft beobachten, ist mir das unangenehm.“ – wurde frei formuliert. Da es sich um die Erfassung von dispositionaler Ängstlichkeit in sozialen Situationen handelt, wurden die Statements so formuliert, dass sie als „immer wenn ich ...“ zu interpretieren sind. Bei drei Items – „Im Umgang mit anderen Menschen bin ich oft etwas unbeholfen.“ „Wenn ich mit einer Autoritätsperson (Chef, Arzt etc.) sprechen muss, bin ich oft gehemmt und nervös.“ „Bei geselligen Anlässen in größeren Runden fühle ich mich oft unwohl.“ – wurde diese Regelmäßigkeit durch den Zusatz des Adverbs „oft“ etwas relativiert, weil davon ausgegangen wird, dass die besagten Situationen bzw. Menschen selbst bei Hoch-Ängstlichen nicht immer Angst auslösen. Zwei weitere Items – „Es bereitet mir keine Schwierigkeiten, jemandem direkt in die Augen zu blicken.“ „Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen.“ – wurden invers gerichtet formuliert, sodass nicht die Bejahung, sondern die Verneinung für eine hohe Merkmalsausprägung steht.

Antwortskala

Die Self-Consciousness Scale inklusive Subskala Social Anxiety (Fenigstein et al., 1975) und auch die Shyness Scale (Cheek & Buss, 1981) werden in der ursprünglichen Version auf einer fünfstufigen Likert-Skala mit den Polen „extremely uncharacteristic“ und „extremely characteristic“ beantwortet. In einer Überarbeitung von Scheier & Carver (1985) für die Anwendung in der breiten Bevölkerung (und nicht mehr nur für Studierende) wird für die Self-Consciousness Scale nur noch

eine vierfach abgestufte Antwortskala angeboten: „not at all like me“, „little like me“, „somewhat like me“, „a lot like me“.

Entsprechend wurde anders als bei den Einstellungen und entgegen einiger Lehrmeinungen, die aufgrund von Einbußen bei der Reliabilität und dem Differenzierungsgrad von Skalen mit weniger als fünf Antwortkategorien abraten (Franzen, 2019, S.847; Menold & Bogner, 2015, S.2), eine vierstufige Likert-Skala mit den verbalen Labels „trifft nicht zu“, „trifft eher nicht zu“, „trifft eher zu“ und „trifft zu“ gewählt. Im Vordergrund steht bei dieser geraden Forced-Choice-Skala die Annahme, dass beim Thema soziale Ängste stärker als bei den Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien sozial erwünschte Antworttendenzen eine Rolle spielen können und eine mittlere Kategorie für Befragte, die sich nicht klar positionieren wollen, als Ausweichkategorie gewählt werden könnte (Porst, 2014, S.84), denn je stärker die Abweichung einer erfragten Meinung von der sozialen Erwünschtheit, als desto unangenehmer wird eine solche Frage von der Zielperson empfunden (Häder, 2015, S.212). Sozial erwünschtes Antwortverhalten äußert sich in der Wahl von Antwortkategorien, von denen geglaubt wird, dass sie mit den sozialen Normen und gesellschaftlichen Werten übereinstimmen. Dieser Effekt ist bei schriftlichen Befragungen aufgrund der Anonymität der Befragungssituation weniger stark ausgeprägt als bei mündlichen Interviews, wo stärker der Aspekt der Fremdtäuschung (*Impression management*) zum Tragen kommt. Bei schriftlichen Umfragen ist jedoch mit dem zweiten Aspekt sozial erwünschten Verhaltens zu rechnen: mit der Selbsttäuschung, d. h. sich mit der eher unbewussten Tendenz dem eigenen Ich-Ideal entsprechend einzuschätzen (Moosbrugger & Kelava, 2020, S.82). Beim Thema Angst wären hier Überzeugungen wie „Ich bin kein ängstlicher Mensch“ oder „Männer sind nicht ängstlich“ denkbar. In diesem Sinne wurde auf eine mittlere Antwortkategorie verzichtet. Der individuelle Skalenmittelwert liegt zwischen 1 und 4. Höhere Werte entsprechen höheren Ausprägungen in sozialer Ängstlichkeit.

3.4 Aufbau des Fragebogens

Wer den Einladungslink klickt, gelangt zunächst auf die Willkommenseite (vgl. Anlage 1). Hier werden kurze Informationen zu Untersuchungsrahmen, Thema, Zielgruppe, Bearbeitungszeit, Freiwilligkeit, Anonymität und Vertraulichkeit gegeben sowie um vollständiges, wahrheitsgemäßes und möglichst

spontanes Beantworten der Fragen gebeten. Um den Rücklauf zu erhöhen, wird darüber hinaus ein Anreiz geboten. Nicht materieller Art, sondern die Interessenten werden wie folgt darüber informiert, dass sie mit ihrer Teilnahme zwei Angsthilfe-Organisationen unterstützen: „Für jeden ausgefüllten Fragebogen spende ich 0,25 € an die Deutsche Angst-Hilfe e.V. und 0,25 € an den Verband Selbsthilfe Soziale Phobie (VSSP), die Selbsthilfeaktive und Betroffene in ganz Deutschland unterstützen.“ Abschließend folgt ein Dank für die Bearbeitung sowie die Angabe einer Kontaktadresse für Fragen und Anmerkungen zur Umfrage (Häder, 2015, S. 248; Raab-Steiner & Benesch, 2015, S. 54). Die Besucher der Willkommenseite haben dann die Möglichkeit, durch Einwilligung in die Verarbeitung der personenbezogenen Daten gemäß EU-DSGVO direkt zur Umfrage zu gelangen.

Da davon ausgegangen wurde, dass viele Probanden den Fragebogen auf einem mobilen Endgerät bearbeiten, wurde insgesamt darauf geachtet, sämtliche Informationen zur Umfrage und Bearbeitung des Fragebogens, auch im weiteren Verlauf der Befragung, auf das Nötigste zu beschränken, um Abbrüche wegen zu viel Text und häufigen Scrollens zu vermeiden (Kuckartz, Ebert, Rädiker & Stefer, 2009, S. 37; Theobald, 2017, S. 79). So wurde, um möglichst viele Personen für die Teilnahme zu motivieren, nicht auf theoretische Zielsetzungen eingegangen (Porst, 2014, S. 37).

Da die TN in der Einladung zur Umfrage gebeten wurden, den Einladungslink gerne auch an Freunde, Bekannte und Kollegen weiterzuleiten, wurde die Zielgruppe im Fragebogen gesiezt (Raab-Steiner & Benesch, 2015, S. 55).

Was die Arten von Fragen angeht, wurden bei allen Merkmalen mit Ausnahme des Alters, das als Zahl anzugeben war, geschlossene Fragen mit Einfachnennung eingesetzt (Porst, 2014, S. 53).

Da durch die passive Rekrutierung der TN keine Kontrolle darüber besteht, wer den Umfragelink erhält (Döring & Bortz, 2016, S. 415), wurde trotz Präzisierung der Zielpopulation sowohl in der Umfrageeinladung als auch auf der Willkommenseite zunächst noch einmal gefragt, ob es sich bei den TN um Erwerbstätige mit Wohnsitz in Deutschland handelt. Dafür wurden entsprechend der Definition der Grundgesamtheit (vgl. Kapitel 3.2) zwei Filterfragen eingesetzt: „Sind Sie erwerbstätig?“ und „Haben Sie Ihren Hauptwohnsitz in Deutschland?“. Um die Abbrüche an dieser Stelle möglichst gering zu halten, wurde bei der Frage zur

Erwerbstätigkeit als Ausfüllanweisung die Präzisierung „d.h. in einem Beschäftigungsverhältnis, selbständig, im Freiwilligendienst oder vorübergehend nicht arbeitend (beurlaubt, Elternzeit, Krankheit etc.)“ gegeben. Für alle TN, die nicht berufstätig oder in Deutschland wohnhaft sind, ist die Teilnahme an dieser Stelle beendet, indem ihnen für ihr Interesse gedankt wird.

Zum Einstieg in das Thema Arbeitsleben werden zunächst die Merkmale Führungsposition und Bürotätigkeit erhoben, um dann über die Nutzungshäufigkeiten zum Thema digitale Medien überzuleiten. Dabei handelt es sich um unverfängliche Fragen, die alle persönlich betreffen, aber noch keine allzu persönliche Stellungnahme erfordern (Porst, 2014, S. 143). Damit die Befragten den Ablauf nachvollziehen können und gedanklich auf die einzelnen Themen vorbereitet werden, werden die Fragen bzw. Fragenblöcke mit einer möglichst kurzen, persönlichen Überschrift – „Ihre berufliche Tätigkeit“, „Ihre Nutzungsgewohnheiten digitaler Medien“, „Ihre Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Berufsalltag“, „Ihre individuelle Wahrnehmung sozialer Situationen“ etc. – eingeleitet (Döring & Bortz, 2016, S. 406; Porst, 2014, S. 147).

Im Anschluss werden die Einstellungen abgefragt. Was die Fragensukzession bei der Erfassung des Konstruktes angeht, wird nicht eine Einstellungskomponente nach der anderen erhoben, sondern zur Verringerung von Konsistenz- oder Kontrasteffekten eine gewisse Dramaturgie verfolgt (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 85). Zum Einstieg werden drei allgemeine Statements („Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen“ etc.) gepostet, durch die sich die Befragungspersonen noch nicht unmittelbar persönlich angesprochen fühlen müssen. Die folgenden Statements sind dann so formuliert, dass in der Formulierung selbst bereits ein Werturteil „[...] halte ich für...“, „Aus meiner Sicht [...]“ enthalten ist. Die TN müssen beurteilen, wie sie zur Nutzung digitaler Medien im Vergleich zu Formen des persönlicheren Austauschs stehen. Dabei wird einleitend zunächst auf die Charakteristika von Besprechungen („kurze Meetings und Absprachen“, „längere Besprechungen“) eingegangen, um dann allgemein die Einstellung zu digitalen Besprechungsformaten im Vergleich zum persönlichen Austausch zu erfassen. Um Antworttendenzen in Richtung Akquieszenz oder Satisficing Vorschub zu leisten (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 84), folgt ein invertiertes Item: „Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per

Mail oder Chat vor.“ Das zweite Item der Skala Verhaltensbezogene Einstellung wurde unter die affektbezogenen Items gemischt, die bewusst ganz an das Ende dieses Fragenblockes platziert wurden, weil sie persönlicher sind und weil sie eine gute Überleitung zur Angstskala bilden (Fietz & Friedrichs, 2019, S.816-817). Der Fragenblock zur sozialen Ängstlichkeit wurde mit einem negativ gepolten Item eingeleitet („Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen.“), um einen möglichst „sanften“ Einstieg in das Thema Angsterleben zu ermöglichen. Bei der weiteren Anordnung der Angst-Items wurde, um Konsistenzeffekte zu vermeiden, darauf geachtet, dass die Items der einzelnen Dimensionen nicht alle nacheinander platziert sind (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 85).

Abschließend werden die soziodemographischen Angaben Alter, Geschlecht und Beziehungsstatus abgefragt, wobei der Beziehungsstatus ganz zum Schluss erhoben wird (Porst, 2014, S. 147). Abschließend wird den Befragten nochmals für ihre Teilnahme gedankt und erneut eine Kontaktadresse für Fragen und Anmerkungen zur Umfrage angegeben.

3.5 Pretest und Durchführung der Online-Befragung

Nach der Konstruktion des Fragebogens wurde dieser zunächst im Rahmen eines Pretests von acht Mitgliedern der Zielgruppe testweise ausgefüllt. Sie erhielten den Link und konnten über die Kommentarfunktion anmerken, was in Bezug auf Verständlichkeit, erschöpfende Antwortmöglichkeiten, Bearbeitungsdauer usw. aufgefallen war (Kuckartz et al., 2009, S. 49).

Insgesamt wurden zwei Rechtschreibfehler angemerkt, und bei dem Einstellungsitem „Hinter dem Bildschirm fühle ich mich einfach sicherer“ wurde auf Empfehlung eines Pretesters das „einfach“ gestrichen. Eine weitere Pretesterin empfand ein paar Einstellungsitems als recht ähnlich, was aber beabsichtigt war und daher nicht geändert wurde. Die durchschnittliche Bearbeitungszeit einschließlich Kommentaren lag bei zehn Minuten, sodass von einer tatsächlichen Bearbeitungszeit von nicht mehr als acht Minuten auszugehen war.

Nach einer letzten Fragebogenrevision und Zurücksetzung der Umfrage wurde die Befragung am 5. Juli 2021 gestartet, indem der Umfragelink mit einem kurzen Einladungstext zu Thema, Zielgruppe, Dauer und Anreiz über das Schwarze Brett der SRH Fernhochschule, mehrere WhatsApp-Gruppen, über Facebook mit Bitte um Teilen sowie an Kollegen, Freunde und Verwandte mit Bitte um

Weiterleitung veröffentlicht wurde. Um ein möglichst breites Spektrum an Ausprägungen in sozialer Ängstlichkeit zu erhalten, wurde weiterhin erwirkt, dass die Umfrageeinladung auf der Homepage der Deutschen Angsthilfe e.V. in der Rubrik News sowie im Austauschforum sozcaf  des VSSP veröffentlicht wurde (vgl. Anlage 3).

Als Gesamtbearbeitungszeitraum wurden zunächst zwei Wochen angesetzt. Nach einem recht zähen Rücklauf zu Beginn der Umfrage wurde die Umfrageeinladung außerdem auf dem Internetportal des Nachbarschaftsnetzwerks nebenan.de gepostet. Nach zwei Wochen, am 19. Juli 2021, war der Mindeststichprobenumfang mit knapp über 300 TN erreicht (vgl. Kapitel 3.2), wies mit einem Männeranteil von nur 30 % jedoch eine relativ unausgewogene Geschlechterverteilung auf, sodass die Umfrage nochmals um fünf Tage verlängert und über Facebook sowie über einige WhatsApp-Kontakte ein Reminder mit Dank an alle, die schon teilgenommen haben, und expliziter Bitte um männliche Teilnahmen gepostet wurde (Theobald, 2017, S.99). Nach insgesamt 18 Tagen, am 24. Juli 2021, wurde die Umfrage dann mit 396 beendeten Fragebögen abgeschlossen, nachdem in den vorhergehenden 72 Stunden keine Teilnahmen mehr zu verzeichnen waren und der Männeranteil um 14 % erhöht werden konnte.

3.6 Auswertung

3.6.1 Datenbereinigung

Nach Beendigung der Umfrage wurden die Daten aus dem Umfragetool in die Statistiksoftware IBM SPSS Statistics, kurz SPSS, Version 26, übertragen und für die Auswertung aufbereitet.

Für einen ersten Überblick über den Datensatz wurde nach Festlegung der Messniveaus zunächst für jede der 39 Variablen eine Häufigkeitstabelle ausgegeben, um fehlende Werte, unplausible Antworten oder auffällige Antwortmuster wie z. B. durchgängig gleiche Antwortkategorien zu identifizieren (Budischewski & Günther, 2020, S. 41). 13 der 396 TN gaben an, nicht erwerbstätig zu sein, und zwei TN, dass sie ihren Hauptwohnsitz nicht in Deutschland haben. Diese 15 Fälle, die nicht zur Zielgruppe gehören, wurden über die beiden Filter direkt zu Beginn von der Umfrage ausgeschlossen und entsprechend aus dem

Datensatz gelöscht. Zwei weitere TN haben ihr Geschlecht nicht angegeben. Diese Fälle wurden aufgrund der Relevanz des Merkmals für die Fragestellung ebenfalls aus dem Datensatz entfernt. Es verbleiben demnach 379 Probanden, die sämtliche Fragen vollständig beantwortet haben, sodass somit keine fehlenden Werte vorliegen.

Bei Betrachtung der Variablen Schreibtischzeit und Bildschirmzeit fiel außerdem auf, dass 14 Personen angegeben haben, unabhängig von Corona überhaupt nicht am Schreibtisch zu arbeiten. Davon führten sieben Personen außerdem an, keine Bildschirmtätigkeit (Computer/Laptop/Smartphone/Tablet etc.) auszuüben. Da die Fragen nicht als Pflichtfragen definiert werden konnten bzw. der Wert „0“ ein zulässiger Wert ist, ist schwer zu beurteilen, ob die betreffenden TN die Fragen tatsächlich bearbeitet oder ausgelassen haben. Und auch ein Plausibilitätscheck, etwa unter Betrachtung der Angaben zu den Nutzungshäufigkeiten digitaler Medien, ermöglicht keine verlässliche Aussage zu der Frage, ob die Items übersprungen oder gewissenhaft beantwortet wurden, denn es sind durchaus Berufe vorstellbar, die nicht an einem Schreibtisch oder an einem Bildschirm ausgeübt werden (Einzelhandel, Pflege, Gastronomie etc.), in denen in der Pandemie aber Erfahrungen mit digitalen Medien gesammelt wurden. Bei Betrachtung der Nutzungshäufigkeiten über eine Ausreißer-Analyse konnten die Fälle mit den lfdn-Nummern 319 und 438 als Extremwerte identifiziert werden, die bei den Nutzungshäufigkeiten digitaler Medien bei allen vier Variablen E-Mail, Chat, Telefon und Video die Ausprägung „nie = 1“ gewählt haben (vgl. Anlage 4). Sie wurden dennoch nicht von der Untersuchung ausgeschlossen, weil sie beide angaben, unabhängig von Corona zu einem Anteil von 20 und 10 % mit einem Bildschirm zu arbeiten, sodass vorstellbar ist, dass die betreffenden Personen zum Zeitpunkt der Befragung keine digitalen Medien nutzten, aber möglicherweise vor der Pandemie Erfahrungen damit sammeln konnten.

3.6.2 Teststatistische Analysen

Für alle weiteren Analysen wurden zunächst die invertierten Variablen – affE_1, affE_2, affE_6, verhE_2, Angst_3 und Angst_2 – umgepolt.

Itemschwierigkeit

Für die Items, die zu Skalen zusammengefasst werden sollen, wurde zunächst die Schwierigkeit berechnet, die angibt, wie viele Personen ein Item symptomatisch für das zu erfassende Konstrukt, d. h. in Richtung hoher Ausprägungen, beantworten. Nach Bühner (2006, S. 140) sind Schwierigkeiten mit Werten von $P_{it} > 80$ als hoch und $P_{it} < 20$ als niedrig zu bewerten. In diesem Sinne fällt es den TN bei dem kognitionsbezogene Einstellungsitem „Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen“ mit $P_{it} = 87$ im Durchschnitt sehr leicht, eine zustimmende Antwort zu geben. Die restlichen Items liegen, wie in Anlage 5 aufgeführt, im mittleren Schwierigkeitsbereich.

Exploratorische Faktorenanalyse und Reliabilitätsanalysen

Bevor die Items zu Skalen zusammengefasst wurden, wurde zunächst mittels exploratorischer Faktorenanalyse (EFA) überprüft, ob die Items, die theoriegestützt zu Skalen bzw. Subskalen zusammengefasst werden sollen, deutlich eine Dimension messen, d. h. ob die Zusammenhänge zwischen den Items auf die latenten Variablen zurückgeführt werden können. Dafür wurde mit SPSS eine Hauptkomponentenanalyse durchgeführt, die strenggenommen nicht zu den faktorenanalytischen Methoden gehört, sondern lediglich der Datenreduktion und Beschreibung der Items durch Komponenten dient (Bühner, 2006, S. 181; Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 577). Mit $N = 379$ ist die Stichprobe ausreichend groß. Bei den einstellungsbezogenen Items kann mit einem Kaiser-Meyer-Olkin-Koeffizienten von .842 weiterhin von einer ausreichenden Interkorrelation der Items ausgegangen werden. Ein quasi-metrisches Skalenniveau ist gegeben, und auch die Kommunalität der Items, die beschreibt, wie viel der ursprünglichen Information nach Extraktion der Faktoren noch erhalten bleibt, ist bei allen Items $> 15\%$, sodass die Voraussetzungen für die Komponentenanalyse, welche mit der orthogonalen Rotationsmethode Varimax durchgeführt wurde, erfüllt sind (Budischewski & Günther, 2020; Bühner, 2006, S. 192 – 193). Eigenwertverlauf und Screeplot sprechen für eine 2-4-Faktorenlösung, wobei sich bei Betrachtung der Faktorladungen in der rotierten Komponentenmatrix keine dieser Faktorenlösungen als eindeutig erweist (vgl. Anlage 6). Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die weitestgehend zufriedenstellende interne Konsistenz der Skalen wurde die dreifaktorielle Lösung, wie theoriegestützt konzipiert, beibehalten. So konnte für die globale Einstellungsskala mit 17 Items ein Cronbachs Alpha-Wert von .85

ermittelt werden, der sich durch Eliminierung des zweiten verhaltensbezogenen Items nur minimal erhöht hätte (vgl. Anlage 7), sodass das Item nicht aus der Skala entfernt wurde. Auch die affektbezogene Skala wurde, wie ursprünglich konzipiert, beibehalten, weil das Item „Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback“, dessen Weglassung zwar zu einer Erhöhung von α von .76 auf .77 führen würde, mit einer Trennschärfe von $r_{itc} = .30$ aber noch akzeptabel ist (Bühner, 2006, S. 140). Mit nur zwei Items liegt die interne Konsistenz der verhaltensbezogenen Skala mit $\alpha = .57$ in einem sehr niedrigen Bereich. Alle drei Faktorenlösungen (zwei, drei und vier Komponenten) zeigen jedoch, dass beide Items mit ähnlicher Höhe jeweils auf dem gleichen Faktor laden (vgl. Anlage 6), sodass davon ausgegangen werden kann, dass beide Items das gleiche Konstrukt messen.

Die Ergebnisse der Reliabilitätsanalysen, die außerdem auch für die Skala Erfahrung mit digitalen Medien sowie für die Skala Soziale Ängstlichkeit durchgeführt wurden, sind in Tabelle 10 aufgelistet. Sämtliche Reliabilitätsanalysen können in Anlage 7 eingesehen werden.

Skala	Cronbachs α
Globale Einstellung (17 Items)	.85
Kognitive Einstellung (9 Items)	.82
Affektive Einstellung (6 Items)	.76
Verhaltensbezogene Einstellung (2 Items)	.57
Soziale Ängstlichkeit (9 Items)	.91
Bürotätigkeit (2 Items)	.89
Erfahrung mit digitalen Medien (4 Items)	.66

Tabelle 10: Interne Konsistenz der Skalen mit Cronbachs Alpha
(Quelle: Eigene Darstellung)

Bei den vier Items zur Medienerfahrung wurde das Item „Textnachrichten über Chat-Dienste“, das bei Weglassung zu einem minimal höheren Cronbachs Alpha-Wert (.68) führen würde, nicht aus der Skala entfernt, weil die Trennschärfe mit $r_{itc} = .34$ noch akzeptabel ist.

Bei den zehn Items, die zur Skala Soziale Ängstlichkeit zusammengefasst werden sollen, zeigt die Hauptkomponentenanalyse eindeutig eine eindimensionale Struktur, die noch 53 % der Gesamtvarianz erklärt (vgl. Anlage 6), wobei das zweite Item („Es bereitet mir keine Schwierigkeiten, jemandem direkt in die

Augen zu blicken.“), dessen Informationsgehalt durch diese Ein-Faktorenstruktur nur noch zu 10 % repräsentiert ist, als kritisch zu bewerten ist (Bühner, 2006, S. 140). Auch die Reliabilitätsanalyse ergab unter Weglassung dieses Items mit einer Trennschärfe $r_{itc} = .26 < .30$ eine Steigerung der internen Konsistenz auf $\alpha = .91$, sodass dieses Item aus der Skala entfernt wurde.

3.6.3 Bildung neuer Variablen und Indexbildung

Für den Erhalt der interessierenden Merkmale Bürotätigkeit und Bürojob wurden neue Variablen berechnet: die metrische Variable Bürotätigkeit durch Addition der beiden Variablen Schreibtischzeit und Bildschirmzeit sowie die dichotome Variable Bürojob mit den Ausprägungen „kein klassischer Bürojob“ (≤ 100) – „Bürojob“ (> 100). Außerdem wurde eine Altersgruppierung vorgenommen, indem eine ordinalskalierte Variable mit fünf Altersstufen (10er-Schritte) gebildet wurde, wobei die kleinste Altersstufe entsprechend der Erwerbstätigenstatistik der Grundgesamtheit bei 15 Jahren beginnt (vgl. Kapitel 3.2).

Für die Erfassung der Konstrukte Erfahrung mit digitalen Medien, kognitions- und affektbezogene Einstellungen und soziale Ängstlichkeit wurden jeweils zwei neue Variablen berechnet: ein Summen- und ein Mittelwertindex. Der Mittelwertindex für die globale Einstellungsskala wurde durch Addition der Mittelwertindizes der drei Subskalen, dividiert durch drei, errechnet. Für die statistischen Testverfahren wurde jeweils der Mittelwertindex verwendet. Darüber hinaus wurde ausgehend von dem SÄ-Summenindex eine ordinalskalierte Gruppenvariable mit den Stufen „niedrig“ (kleinster Wert bis $1 \text{ SD} < M$), „mittel“ ($1 \text{ SD} < M$ bis $1 \text{ SD} > M$) und „hoch“ ($> 1 \text{ SD}$ bis größter Wert) gebildet.

3.6.4 Verwendete statistische Verfahren

Die in Kapitel 2.5.2 aufgeführten Forschungshypothesen sind die Alternativhypothesen, zu denen es jeweils eine Nullhypothese H_0 gibt, welche den postulierten Effekt negiert. Statistisch getestet wird die Nullhypothese. Kann diese bei einem festgelegten Signifikanzniveau von $\alpha = 0,05$ und damit bei einer maximalen Fehlerwahrscheinlichkeit von $p < 0,05$ (Fehler erster Art) falsifiziert werden, so kann die Alternativhypothese vorläufig angenommen werden (Leonhart, 2008,

S. 64 – 65; Cleff, 2019, S. 139). Die Nullhypothesen werden im Forschungsbericht nicht explizit aufgeführt (Döring & Bortz, 2016, S. 147).

3.6.4.1 Unterschiedshypothesen H_1 und H_2

Für die Testung der Unterschiedshypothese H_1 kommt das parametrische Testverfahren der Varianzanalyse (ANOVA) zur Anwendung, wobei für die metrische Variable (AV) soziale Ängstlichkeit (angst_mean) nach Überprüfung der im folgenden Abschnitt ausgeführten und in Tabelle 11 zusammengefassten Testvoraussetzungen eine zweifaktorielle, univariate Varianzanalyse mit dem Geschlecht und dem Beziehungsstatus der Erwerbstätigen als gruppenbildender Variablen (UVs) gerechnet wird (Schäfer, 2016, S. 219 – 223).

Testvoraussetzungen für die mehrfaktorielle ANOVA

Die AV ist metrisch und annähernd normalverteilt.

Die UV ist kategorial und mehrstufig bzw. die UVs sind kategorial und zwei- oder mehrstufig.

Mindestens 30 Elemente pro Stichprobe, damit von Normalverteilung ausgegangen werden kann.

Die Gruppengröße variiert nicht zu stark.

Zwischen den Gruppen ist Varianzhomogenität gegeben sein.

Tabelle 11: Voraussetzungen für mehrfaktorielle Varianzanalysen
(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Leonhart, 2008, S. 114)

Bei der AV soziale Ängstlichkeit (Mittelwertindex) handelt es sich um eine metrische und bei den Gruppenfaktoren Geschlecht und Beziehungsstatus um zweistufige kategoriale Variablen. Der in Tabelle 12 veranschaulichte Versuchsplan zeigt unterschiedliche Gruppengrößen, wobei insbesondere die Gruppen der weiblichen und männlichen Singles mit $n=47$ und $n=52$ deutlich kleiner sind als die anderen beiden Gruppen. Alle Gruppen sind jedoch mit mehr als 30 Fällen belegt.

Bei großen Stichproben von $N > 300$ ist eine Prüfung auf Normalverteilung mit dem Kolmogorov-Smirnow-Test häufig zu sensitiv und produziert signifikante Ergebnisse, nach denen die Alternativhypothese „Es liegt keine Normalverteilung vor“ angenommen werden müsste, sodass an dieser Stelle mit Gruppengrößen von $n > 30$ der zentrale Grenzwertsatz zur Anwendung kommt und von hinreichender Normalverteilung der Merkmale ausgegangen wird (Döring & Bortz, 2016, S. 641; Leonhart, 2017, S. 257).

Die Voraussetzung Varianzhomogenität, die mit dem Levene-Test auf Gleichheit der Fehlervarianzen überprüft wurde, kann ebenfalls als gegeben betrachtet werden, da der Test mit $p = .340 > .05$ nicht signifikant ist, sodass die Nullhypothese „Die Varianzen der verschiedenen Gruppen sind gleich“ angenommen werden muss und von homogenen Varianzen auszugehen ist (Budischewski & Günther, 2020, S. 131).

Damit sind alle Voraussetzungen für die zweifaktorielle ANOVA erfüllt. Es liegt ein 2x2-Versuchsplan mit vier Gruppen (Zellen) vor, die sich aus der Kombination der Faktorstufen ergeben (vgl. Tabelle 12).

Faktoren Geschlecht (A) / Beziehungsstatus (B)	Faktorstufe B1 liiert	Faktorstufe B2 Single
Faktorstufe A1 männlich	liierte Männer (n = 116)	Single-Männer (n = 52)
Faktorstufe A2 weiblich	liierte Frauen (n = 164)	Single-Frauen (n = 47)

Tabelle 12: Varianzanalyse: Zellen (Gruppen) des Versuchsplans
(Quelle: Eigene Darstellung)

Insgesamt werden jeweils drei Effektarten untersucht: der Haupteffekt des Geschlechts ($H_{1(a)}$), der Haupteffekt des Beziehungsstatus ($H_{1(b)}$) und die Interaktionseffekte zwischen diesen beiden Faktoren (Leonhart, 2017, S. 444 – 445).

Für die Testung der Unterschiedshypothese H_2 mit dem Merkmal Berufsstatus als UV wird ein T-Test für unabhängige Stichproben gerechnet, der auf den Vergleich von zwei Gruppen bzw. die Ermittlung statistisch signifikanter Mittelwertsunterschiede zwischen den beiden Stichproben beschränkt ist (Cleff, 2019, S. 172). Die gruppenbildende UV muss demnach zweistufig sein. Alle weiteren Voraussetzungen entsprechen denen der Varianzanalyse (vgl. Tabelle 11).

Testvoraussetzungen für den T-Test

Die unabhängigen Stichproben haben mit $n = 199$ und $n = 260$ jeweils einen Umfang von $n > 30$. Der Levene-Test auf Varianzhomogenität ergab mit $F = 10.60$ und $p = .001 < .05$ ein signifikantes Ergebnis, sodass von Varianzheterogenität ausgegangen und die korrigierten Ergebnisse des Welch-Testes interpretiert werden müssen.

3.6.4.2 Zusammenhangshypothesen H₃, H₄, H₅ und H₆

Für die Testung der Zusammenhangshypothese H₃, H₄, H₅ und H₆ wird eine Korrelationsanalyse durchgeführt. Werden zwei metrische Variablen untersucht, die in einem linearen Zusammenhang stehen und normalverteilt sind, so ist der Korrelationskoeffizient r nach Pearson das geeignete Maß (Leonhart, 2017, S. 268).

Testvoraussetzungen für die Analyse der bivariaten Korrelationen

Sämtliche Variablen – angst_mean, Alter, kogE_mean, affE_mean, verhE_mean und globE_mean –, die in die Korrelationsanalysen einbezogen werden sollen, sind metrisch. Die Voraussetzung bivariate Normalverteilung, d. h., dass für jeden Wert der einen Variablen die Werte der anderen Variablen normalverteilt sind, wird mangels praktischer Überprüfbarkeit mit SPSS vernachlässigt, und stattdessen wird mit $N = 379 > 30$ der zentrale Grenzwertsatz herangezogen und eine hinreichende Normalverteilung unterstellt (Döring & Bortz, 2016, S. 641; Kuckartz, Rädiker, Ebert & Schehl, 2013, S. 216).

Die Überprüfung der Linearität des Zusammenhangs zwischen den Variablen Alter und angst_mean mittels Streudiagramm ergibt eine Punktwolke, über die eine sinkende Gerade gelegt werden könnte, was auf einen negativen linearen Zusammenhang hindeutet. Die Diagramme zu den Korrelationen zwischen den Einstellungskomponenten bilden dem Augenschein nach positive lineare Zusammenhänge ab. Bei den einstellungsbezogenen Variablen und dem Merkmal soziale Ängstlichkeit zeigt das Streudiagramm bei der kognitiven Einstellung eine Struktur, die nicht eindeutig als linear interpretierbar, jedoch auch nicht U-förmig ist. Durch die Punktwolken der restlichen Diagramme ließen sich steigende Geraden ziehen, was jeweils auf einen positiven linearen Zusammenhang hindeutet (Schäfer, 2016, S. 92). Sämtliche Streudiagramme sind in Anlage 13 abgebildet. Damit sind alle Voraussetzungen für die Berechnung der Pearson-Korrelation, auch Produkt-Moment-Korrelation genannt, erfüllt.

Für die Testung der Hypothese H₆ und damit für die Beantwortung der Frage, wie gut die globale Einstellung zur Nutzung digitaler Medien durch die Merkmale soziale Ängstlichkeit, Alter, Geschlecht, Medienerfahrung und Bürotätigkeit vorhergesagt werden kann, kommt nach Überprüfung der im nachstehenden Abschnitt ausgeführten und in Tabelle 13 aufgelisteten Testvoraussetzungen die multiple lineare Regression zur Anwendung, bei der durch Ermittlung des

Bestimmtheitsmaßes R^2 untersucht wird, wie viel der Streuung der AV (Kriteriumsvarianz) durch die UVs (Prädiktoren) erklärt werden kann (Leonhart, 2017, S. 339 – 340).

Testvoraussetzungen für die Multiple lineare Regressionsanalyse

Das Kriterium (AV) ist metrisch.

Die Prädiktoren (UVs) sind metrisch und/oder nominalskaliert (dichotom bzw. dichotomisiert).

Die UVs stehen in einem linearen Zusammenhang zur AV.

Varianzhomogenität der Residuen (Homoskedastizität) ist gegeben.

Die Residuen (Vorhersagefehler) sind normalverteilt.

Es liegt keine hohe Multikollinearität vor.

Die Stichprobe ist ausreichend groß (mindestens das 10-Fache der Variablen).

Tabelle 13: Voraussetzungen für die multiple lineare Regression
(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Leonhart, 2017, S.339; Diaze-Bone, 2019, S.202 – 203)

Das Kriterium, d. h. die Variable `globE_mean`, ist intervallskaliert. Die Prädiktorvariablen `angst_mean`, `Alter`, `Erfahrung mit digitalen Medien` und `Bürotätigkeit` sind ebenfalls metrisch, und die fünfte Prädiktorvariable `Geschlecht` wurde zu einer 0/1-Dummy-Variablen umkodiert (Faik, 2018, S. 360).

Die Variablen `globE_mean` und `angst_mean` wurden bereits auf Linearität überprüft. Die Streudiagramme zu den Zusammenhängen zwischen den weiteren UVs und der AV `globE_mean` deuten ebenfalls auf einen linearen Zusammenhang hin. Weiterhin wurde mittels Streudiagramm eine Prüfung auf Varianzhomogenität der Residuen sowie eine Prüfung auf Normalverteilung der Residuen, d. h. der Unterschiede zwischen der modellierten Regressionsgeraden (vorhergesagte Werte) und den tatsächlichen Werten, durchgeführt (Eckstein, 2019, S. 406). Das Streudiagramm für die standardisierten Residuen sollte eine Punktwolke zeigen, die sich wie ein horizontal verlaufendes Band einheitlicher Breite formt, was weitestgehend der Fall ist, sodass von Homoskedastizität ausgegangen wird (Diaz-Bone, 2019, S. 208). Weiterhin deuten das Histogramm und das P-P-Diagramm auf eine annähernde Normalverteilung der Residuen hin (Faik, 2018, S. 388).

Die Voraussetzung, keine zu hohe Multikollinearität zwischen den Prädiktoren, zu haben, kann ebenfalls als erfüllt betrachtet werden, da es sich bei der höchsten Korrelation mit $r = .47$ um eine mittlere Korrelation zwischen den Merkmalen `Bürotätigkeit` und `Erfahrung mit digitalen Medien` handelt. Und bei $N = 379$ und insgesamt sechs Variablen, d. h. $N > 60$, kann auch die letzte

Testvoraussetzungen als gegeben betrachtet werden. Sämtliche Diagramme und weiteren SPSS-Ausgaben zur Überprüfung der Testvoraussetzungen können in Anlage 15 nachvollzogen werden.

4 Ergebnisse

4.1 Deskriptive Statistik

4.1.1 Persönliche und berufsbezogene Daten

Die Stichprobe umfasst 379 Erwerbstätige, darunter 168 männliche und 211 weibliche TN. Die Ausprägung „divers“ wurde von niemandem angegeben. Damit besteht die Stichprobe zu 55,7 % aus weiblichen und zu 44,3% aus männlichen Erwerbstätigen. Das Alter liegt zwischen 21 und 66 Jahren. Das Durchschnittsalter beträgt 39 Jahre ($M=39.19$; $SD=9.63$) und liegt, wie in Tabelle 14 aufgeführt, bei den männlichen Erwerbstätigen mit durchschnittlich 40 Jahren etwas höher als bei den Frauen mit einem Durchschnittsalter von 37 Jahren. Das Histogramm zeigt eine unimodale Verteilung des Alters (vgl. Anlage 8), wobei die 41-Jährigen mit einem Anteil von 10,8 % am häufigsten vertreten sind (Modus). Abbildung 6 veranschaulicht, dass sich die meisten Erwerbstätigen (47 %) auf die Altersgruppe der 37- bis 47-Jährigen verteilen. Die Geschlechterverteilung in dieser Altersgruppe ist nahezu ausgewogen, während unter den 26-36-Jährigen fast doppelt so viele weibliche TN zu finden sind (vgl. Tabelle 14), was auch am Wert der Schiefe (.459) zu erkennen ist. Das heißt, die Verteilung des Alters auf die weiblichen Erwerbstätigen ist stärker linkssteil im Vergleich zur Altersverteilung auf die männlichen Erwerbstätigen (Leonhart, 2008, S. 45).

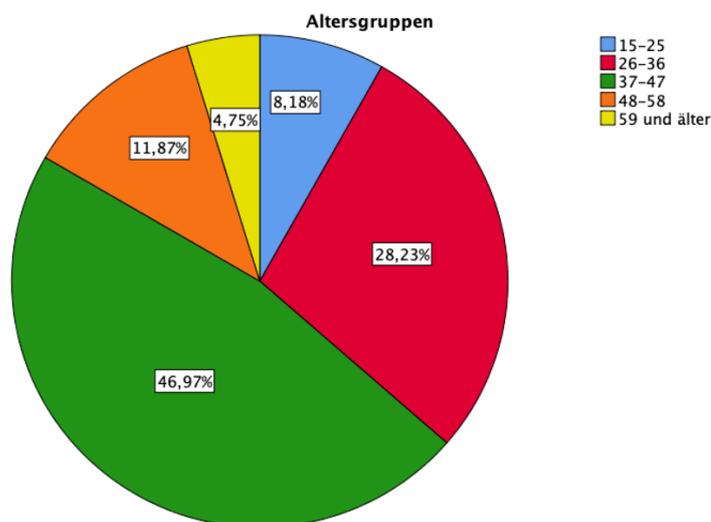


Abbildung 6: Altersverteilung der Stichprobe nach Gruppen
(Quelle: Eigene Darstellung)

	männlich			weiblich			gesamt			
	H	M	SD	H	M	SD	H	%	M	SD
Geschlecht	168			211			379	100 %		
Alter		40.95	8.74		37.79	10.09			39.19	9.63
15-25	8			23			31	8.2 %		
26-36	37			70			107	28.2 %		
37-47	90			88			178	47.0 %		
48-58	27			18			45	11.9 %		
≥ 59	6			12			18	4.7 %		
liiert	116			164			280	73.9 %		
Single	52			47			99	26.1 %		
Ja	72			47			119	31.4 %		
Nein	96			164			260	68.6 %		
Schreibtischzeit		71.01	29.23		63.34	32.59			69.53	31.13
Bildschirmzeit		69.05	29.07		66.45	29.68			67.61	29.40
Bürotätigkeit		140.07	55.62		134.80	58.75			137.13	57.37
Ja	128			150			278	73.4 %		
Nein	40			61			101	26.6 %		
Mail		4.52	0.92		4.25	1.11			4.37	1.04
Chat		3.51	1.40		3.51	1.40			3.33	1.45
Telefon		3.64	1.34		3.42	1.34			3.51	1.34
Video		3.34	1.40		2.98	1.38			3.14	1.41
Medienerfahrung		3.75	0.90		3.46	0.93			3.59	0.93

Anmerkungen: H= Häufigkeit; M=Arithmetisches Mittel; SD=Standardabweichung

Tabelle 14: Häufigkeitsverteilung der persönlichen und berufsbezogenen Merkmale sowie gruppiert nach Geschlecht
(Quelle: Eigene Darstellung)

In Bezug auf den Beziehungsstatus haben 99 TN (26.1 %) angegeben, Single zu sein, während 280 TN (73.9 %) in einer Beziehung leben. Insgesamt ist der Anteil der liierten Frauen, wie in Abbildung 7 veranschaulicht, mit 43.3 % (n = 164) deutlich höher als der Anteil der liierten Männer mit 30.6 % (n = 116).

Im Durchschnitt beläuft sich die Schreibtischarbeitszeit auf 69.53 % und die Bildschirmzeit auf 67.61 %. Der aus der Bürotätigkeit ermittelte Anteil derer, die einen Bürojob haben, liegt bei 73.4 %. Unter den insgesamt 101 Erwerbstätigen (26.6 %), die keinen klassischen Bürojob haben, sind mit 60.4 % (n = 61) deutlich mehr Frauen als Männer (39.6 %) zu verzeichnen.

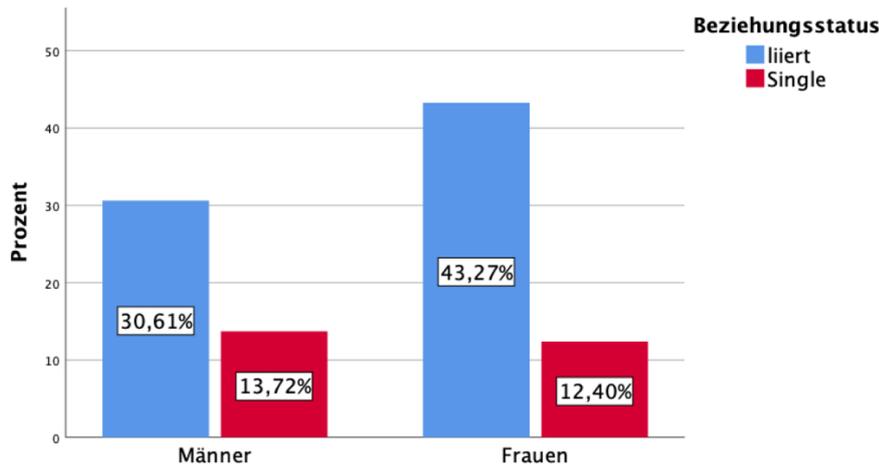


Abbildung 7: Prozentuale Verteilung der Gruppen liierte Männer, Single-Männer, liierte Frauen und Single-Frauen in der Gesamtstichprobe (Quelle: Eigene Darstellung)

Der Anteil der TN in einer Führungsposition liegt bei 31.4 % (n = 119) und beträgt unter den Frauen nur 22.3 % (n=47), während es bei den Männern 42.9 % (n=72) sind.

Bei den Nutzungshäufigkeiten digitaler Medien gaben 65.2 % (n=247) der TN an, zum Zeitpunkt der Befragung „sehr häufig (täglich)“ das Medium E-Mail zu nutzen. 17.4 % (n=66) der TN gaben an, in ihrem Berufsalltag keine Videomeetings oder -konferenzen haben, und 15.85 % (n=60), dass sie nie über Chat-Nachrichten kommunizieren. Nach Zusammenfassung der Daten aus den Antwortkategorien „häufig“ und „sehr häufig“ zu einer Kategorie „häufige Nutzung digitaler Medien“, ergeben sich für diese Ausprägung prozentuale Häufigkeitsverteilungen, wie sie in Abbildung 8 veranschaulicht sind.

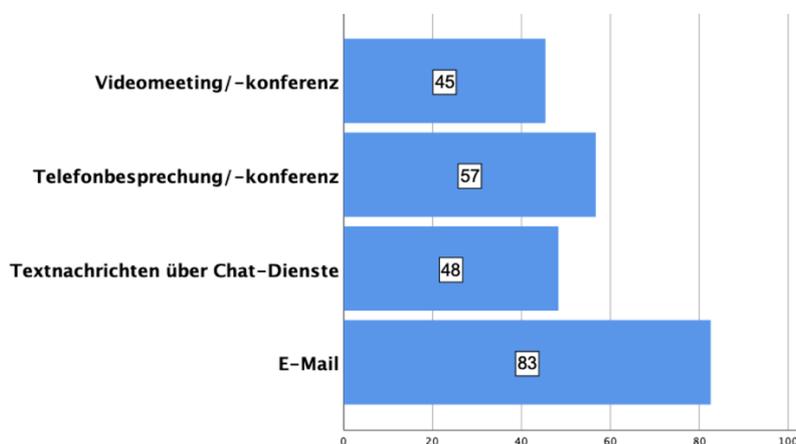


Abbildung 8: Häufige Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben in Prozent (Quelle: Eigene Darstellung)

Beim Merkmal Erfahrung mit digitalen Medien ist ein durchschnittlicher Mittelwert von $M=3.59$ ($SD=.93$) zu verzeichnen. Das Maximum liegt beim vollen Mittelwertscore von 5, der insgesamt von 39 TN angegeben wurde, d. h. 10,3 % der Stichprobe verfügt über sehr viel Erfahrung mit digitalen Medien. Das Histogramm (vgl. Anlage 8) zeigt eine rechtssteile Verteilung (Schiefe = $-.309$), d. h. es liegen mehr Probanden im höheren Wertebereich (Leonhart, 2008, S. 45). Dabei haben die männlichen Erwerbstätigen durchschnittlich mehr Erfahrung ($M=3.75$, $SD=.90$) als die weiblichen ($M=3.46$, $SD=.93$). Die beiden Ausreißer mit einem Testwert von 1 wurden in Kapitel 3.6.1 bereits erörtert.

Alle relevanten Lage-, Streuungs- und Verteilungsmaße zu den personen- und berufsbezogenen Merkmalen können in Anlage 8 nachvollzogen werden.

4.1.2 Einstellungen zu digitalen Medien im Arbeitsleben

Die durchschnittlichen Mittelwerte für die globale Einstellung und für die Einstellungskomponenten können zwischen 1 und 5 liegen. Je höher der Testwert, desto positiver die Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben. Bei der affektiven Einstellungskomponente haben vier Probanden den höchstmöglichen Mittelwert von 5 erreicht, bei der verhaltensbezogenen Einstellungskomponente haben 13 TN den vollen Mittelwertscore erreicht. Tabelle 15 zeigt die durchschnittlichen Mittelwerte der Einstellungskomponenten, die mit Ausnahme der kognitiven Einstellungskomponente unter dem Skalenmittelpunkt von 3.0 (Kategorie „neutral“) liegen. Die kognitive Einstellung weist demnach mit $M=3.23$ ($SD=.69$) den höchsten durchschnittlichen Mittelwert auf, wobei bei den männlichen TN höhere Mittelwerte zu beobachten sind als bei den weiblichen Probanden.

Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien	männlich		weiblich		gesamt	
	M	SD	M	SD	M	SD
Kognitive Einstellung	3.28	.68	3.19	.70	3.23	.69
Affektive Einstellung	2.71	.82	2.66	.84	2.68	.84
Verhaltensbezogene Einstellung	2.46	1.05	2.51	1.10	2.48	1.06
Globale Einstellung	2.81	.66	2.80	.67	2.80	.67

Anmerkungen: M=Arithmetisches Mittel; SD=Standardabweichung

Tabelle 15: Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben: durchschnittliche Mittelwerte gesamt und nach Geschlecht (Quelle: Eigene Darstellung)

Die positiven Schiefe-Werte der Subskalen zu Affekt (.39) und Verhalten (.51) und die entsprechenden Histogramme kennzeichnen linkssteile Verteilungen, die insbesondere bei der verhaltensbezogenen Subskala auf Abweichungen von der Normalverteilung hindeuten, d. h. mehr TN haben Ausprägungen im niedrigen Wertebereich. Die Lage-, Streuungs- und Verteilungsmaße der durchschnittlichen Skalensummen- und Mittelwerte sowie die deskriptive Statistik der einzelnen Items können in Anlage 9 eingesehen werden.

4.1.3 Soziale Ängstlichkeit

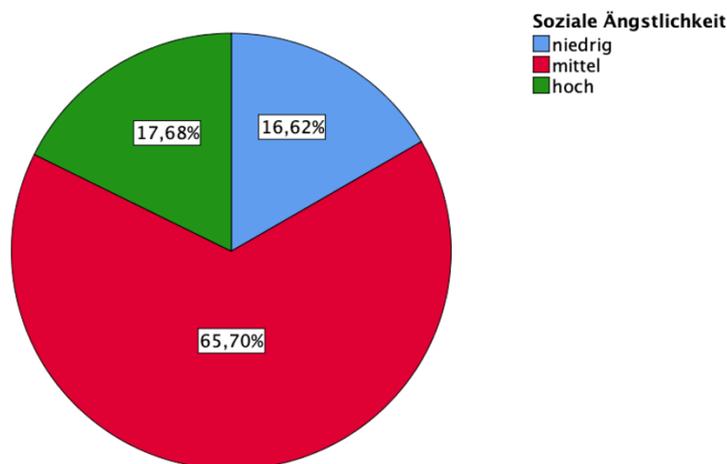
Der individuelle Testwert bei der Skala Soziale Ängstlichkeit kann Werte zwischen 9 und 36 annehmen. In der Stichprobe sind sowohl die niedrigste als auch die höchste Ausprägung mit 14 Fällen (Minimum) und 4 Fällen (Maximum) repräsentiert. Der durchschnittliche Summenscore liegt bei 20.21 (SD = 6.65), der Median bei 19 und der durchschnittliche Mittelwertscore bei 2.21 (SD = 6.65), wobei, wie in Tabelle 16 dargestellt, weibliche TN im Durchschnitt etwas höhere Ausprägungen aufweisen. Mit einer positiven Schiefe von .35 ist die Verteilung des Merkmals auf die Stichprobe leicht linkssteil, d.h. etwas mehr TN liegen im niedrigen Ausprägungsbereich.

Soziale Ängstlichkeit						
	männlich		weiblich		gesamt	
	M	SD	M	SD	M	SD
Summenscore	19.65	6.71	20.66	6.59	20.21	6.65
Mittelwertscore	2.18	.75	2.30	.73	2.25	.74

Anmerkungen: M=Arithmetisches Mittel; SD=Standardabweichung

Tabelle 16: Soziale Ängstlichkeit: durchschnittliche Summen- und Mittelwerte gesamt und nach Geschlecht
(Quelle: Eigene Darstellung)

Eine Verteilung der Stichprobe auf drei Gruppen – Niedrig-, Mittel- und Hoch-Sozialängstliche – auf der Grundlage des mittleren Summenscores und der Standardabweichung (vgl. Kapitel 3.6.3) zeigt, wie in Abbildung 9 veranschaulicht, dass mit 65,7 % (n = 249) der Großteil der TN mittlere Ausprägungen (14-26 Testpunkte) aufweist, während 17,7 % (n = 67) hohe Summenwerte zwischen 27 und 36 erreicht haben.



Anmerkungen: *Niedrig* = 9-13; *mittel* = 14-26; *hoch* = 27-36

Abbildung 9: Soziale Ängstlichkeit nach Gruppen
(Quelle: Eigene Darstellung)

Bei Betrachtung der Verteilung der globalen Einstellungswerte auf diese Gruppen, wie in Tabelle 17 dargestellt, fällt auf, dass in der Gruppe der Hoch-Sozial-Ängstlichen mit $M = 3.29$ ($SD = .70$) im Durchschnitt die positivste globale Einstellung gegenüber der Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben zu verzeichnen ist.

Globale Einstellung zur Nutzung digitaler Medien		
	M	SD
Niedrig-Sozial-Ängstliche	2.46	.57
Mittel-Sozial-Ängstliche	2.75	.61
Hoch-Sozial-Ängstliche	3.29	.70

Anmerkungen: *M*=Arithmetisches Mittel; *SD*=Standardabweichung

Tabelle 17: Durchschnittliche globale Einstellung in den Gruppen Niedrig-, Mittel- und Hoch-Sozialängstliche
(Quelle: Eigene Darstellung)

Die deskriptiven Statistiken zu den einzelnen Items der SÄ-Skala – Häufigkeiten der einzelnen Antwortkategorien, Mittelwert, Modus, Minimum, Maximum – sowie Verteilungsparameter des Mittelwert- und Summenindex können in Anlage 10 eingesehen werden.

4.2 Inferenzstatistik: Ergebnisse der Hypothesenprüfung

In den nachfolgenden Kapiteln werden die Ergebnisse der statistischen Tests zur Überprüfung der Hypothesen H_1 bis H_6 bzw. ihrer Nullhypothesen dokumentiert.

4.2.1 Die Unterschiedshypothesen H₁ und H₂

H_{1(a)}: Es bestehen signifikante Unterschiede in den Mittelwerten der sozialen Ängstlichkeit zwischen erwerbstätigen Frauen und Männern.

H_{1(b)}: Es bestehen signifikante Unterschiede in den Mittelwerten der sozialen Ängstlichkeit zwischen erwerbstätigen Singles und Erwerbstätigen, die in einer Beziehung leben.

H_{1(c-h)}: Es bestehen signifikante Unterschiede in den Mittelwerten der sozialen Ängstlichkeit zwischen den Faktorstufenkombinationen (Gruppen) der UVs Geschlecht und Beziehungsstatus.

Testergebnisse der zweifaktoriellen Varianzanalyse:

Geschlecht	Beziehungsstatus	M	SD	N
<i>AV Soziale Ängstlichkeit</i>				
männlich		2.18	.75	168
weiblich		2.30	.73	211
	liiert	2.14	.70	280
	Single	2.54	.76	99
männlich	liiert	2.03	.66	116
	Single	2.52	.81	52
weiblich	liiert	2.22	.72	164
	Single	2.57	.71	47

Anmerkungen: M = Gruppenmittelwert; SD = Standardabweichung

Tabelle 18: Varianzanalyse: Belegung der Gruppen und ihre AV-Mittelwerte
(Quelle: Eigene Darstellung)

Die univariate Varianzanalyse ergab, wie in Tabelle 19 ersichtlich, bei Vorliegen von Varianzhomogenität ($p = .340 > .05$) mit dem Prüfwert $F = 24.83$ und $p = .000 < .05$ einen signifikanten Haupteffekt für den Faktor Beziehungsstatus, nicht jedoch für das Geschlecht. Auch konnten keine signifikante Interaktionseffekte ermittelt werden. Damit kann lediglich die Alternativhypothese H_{1(b)} „Es bestehen signifikante Unterschiede hinsichtlich der sozialen Ängstlichkeit zwischen erwerbstätigen Singles und Erwerbstätigen, die in einer Beziehung leben.“ vorläufig angenommen werden. Die in der Gruppe der Singles zu beobachtenden, durchschnittlich höheren Ausprägungen in sozialer Ängstlichkeit ($M = 2.54$, $SD = .76$ vs. $M = 2.14$, $SD = .70$) (vgl. Tabelle 18) sind demnach mit einer Fehlerwahrscheinlichkeit von 5% nicht mehr zufällig und können auf die Grundgesamtheit übertragen werden.

Variablen		F	Sig.
AV	<i>Soziale Ängstlichkeit</i>		
UV (Faktor A)	Geschlecht	2.004	.158
UV (Faktor B)	Beziehungsstatus	24.833	.000
UV (Faktor A x B)	Geschlecht * Beziehungsstatus	.581	.447

Tabelle 19: Ergebnisse der Varianzanalyse für die Merkmale soziale Ängstlichkeit, Geschlecht und Beziehungsstatus
(Quelle: Eigene Darstellung)

Sämtliche SPSS-Ausgaben zur Varianzanalyse können in Anlage 11 nachvollzogen werden.

H₂: Es bestehen signifikante Unterschiede in den Mittelwerten der sozialen Ängstlichkeit zwischen erwerbstätigen Führungskräften und Erwerbstätigen, die keine Führungsposition innehaben.

Ergebnisse des T-Tests:

	M	SD	N
<i>AV Soziale Ängstlichkeit</i>			
Führungskraft	1.90	.47	119
Keine Führungskraft	2.40	.53	260

Tabelle 20: T-Test: Belegung der beiden Gruppen „Führungskräfte“ & „Keine Führungskräfte“ und ihre AV-Mittelwerte
(Quelle: Eigene Darstellung)

Bei Vorliegen von Varianzheterogenität ($F = 10,60$; $p = .001$) ergibt der Welch-Test für ungleiche Varianzen mit $T = -7.11$ und $p = .000 < .05$ einen signifikanten Mittelwertsunterschied zwischen den Gruppen, sodass die Alternativhypothese H_2 vorläufig angenommen werden kann. Die in der Gruppe der Erwerbstätigen ohne leitende Funktion beobachteten durchschnittlich höheren Ausprägungen in SÄ (vgl. Tabelle 20) sind demnach mit einer Fehlerwahrscheinlichkeit von 5 % nicht mehr zufällig und können auf die Population der deutschen Erwerbstätigen übertragen werden.

Sämtliche SPSS-Ausgaben zum T-Test können in Anlage 12 nachvollzogen werden.

4.2.2 Die Zusammenhangshypothesen H_3 , H_4 , H_5 und H_6

H₃: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und dem Alter.

Testergebnisse der bivariaten Korrelation nach Pearson:

Die Berechnung der Produkt-Moment-Korrelation ergab mit $p=.00$ ein hochsignifikantes Ergebnis (auf dem Niveau $p<0,01$) für den Zusammenhang zwischen den Merkmalen Alter und soziale Ängstlichkeit, sodass die Hypothese H_3 vorläufig angenommen werden kann. Mit einem Korrelationskoeffizienten von $-.28$ liegt eine negative Korrelation vor, die mit $r<.30$ nach Cohen (1988, zitiert nach Schäfer, 2016, S. 101) als niedrig gilt. Demnach sinkt mit wachsendem Alter das Ausmaß an sozialer Ängstlichkeit.

H_{4(a)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der kognitiven und der verhaltensbezogenen Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben.

H_{4(b)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der kognitiven und der affektiven Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben.

H_{4(c)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der affektiven und der verhaltensbezogenen Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben.

Testergebnisse der bivariaten Korrelationen nach Pearson:

Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben		
Korrelation nach Pearson	Korrelationskoeffizient r	Signifikanz p
Kognitive Einstellung	Affektive Einstellung	
	.50	.00
Affektive Einstellung	Verhaltensbezogene Einstellung	
	.24	.00
Verhaltensbezogene Einstellung	Affektive Einstellung	
	.45	.00

Tabelle 21: Ergebnisse der Pearson-Korrelation für die Zusammenhänge zwischen den Einstellungskomponenten
(Quelle: Eigene Darstellung)

Die Korrelationsanalysen ergeben, wie in Tabelle 21 aufgeführt, einen signifikanten positiven Zusammenhang mittlerer Stärke ($r>.30$; $p<.01$) (Cohen, 1988, zitiert nach Schäfer, 2016, S. 101) zwischen der kognitiven und der affektiven Einstellung ($r=.50$; $p=.00$) sowie zwischen der affektiven und der verhaltensbezogenen Einstellung ($r=.45$; $p=.00$), und einen geringen positiven Zusammenhang zwischen der kognitiven und der verhaltensbezogenen Einstellung ($r=.24$; $p=.00$). Demnach können die Alternativhypothesen H_{4a-c} vorläufig angenommen werden. Dies bedeutet: Bei der Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben handelt es sich um ein Einstellungsobjekt, bei dem hohe Ausprägungen bei einer

Einstellungskomponente mit hohen Werten bei den anderen beiden Einstellungskomponenten einhergehen und umgekehrt.

H_{5(a)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der kognitiven Einstellung zur beruflichen Nutzung digitalen Medien unter Erwerbstätigen.

H_{5(b)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der affektiven Einstellung zur beruflichen Nutzung digitalen Medien unter Erwerbstätigen.

H_{5(c)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der verhaltensbezogenen Einstellung zur beruflichen Nutzung digitaler Medien unter Erwerbstätigen.

H_{5(d)}: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und der globalen Einstellung zur beruflichen Nutzung digitaler Medien unter Erwerbstätigen.

Testergebnisse der bivariaten Korrelationen nach Pearson:

Korrelation nach Pearson	Soziale Ängstlichkeit	
	Korrelationskoeffizient r	Signifikanz p
Kognitive Einstellung zur Nutzung digitaler Medien	.06	.224
Affektive Einstellung zur Nutzung digitaler Medien	.43	.000
Verhaltensbezogene Einstellung zur Nutzung digitaler Medien	.39	.000
Globale Einstellung zur Nutzung digitaler Medien	.41	.000

Tabelle 22: Soziale Ängstlichkeit und Einstellungen gegenüber der Nutzung digitaler Medien: Ergebnisse der Pearson-Korrelation (Quelle: Eigene Darstellung)

Die Berechnung der Produkt-Moment-Korrelation ergibt, wie in Tabelle 22 dargestellt, hochsignifikante Ergebnisse ($p = .00 < 0,01$) für alle untersuchten Zusammenhänge mit Ausnahme der Korrelation zwischen der kognitiven Einstellung und dem Merkmal soziale Ängstlichkeit. Demnach muss die Alternativhypothese H_{4a} verworfen, und die Alternativhypothesen $H_{4(b-d)}$ können vorläufig angenommen werden. Es liegen drei signifikante positive Korrelationen vor, die mit $r > .30$ nach Cohen als mittelstark bewertet werden können. Dies bedeutet: Je größer die Ausprägung in sozialer Ängstlichkeit, desto positiver die affektive, die verhaltensbezogene und die globale Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben und umgekehrt.

Sämtliche SPSS-Ausgaben zu den Korrelationsanalysen können in Anlage 14 eingesehen werden.

H₅: Unter den Merkmalen soziale Ängstlichkeit, Alter, Geschlecht, Bürotätigkeit und Erfahrung mit digitalen Medien bei Erwerbstätigen gibt es signifikante Prädiktoren für die Vorhersage ihrer globalen Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben.

Testergebnisse der multiplen linearen Regression:

Bei der Regressionsanalyse mit der Rückwärts-Methode wird nach einer ersten Analyse mit allen Prädiktoren *a-posteriori* Schritt für Schritt jeweils jene Variable ausgeschlossen, welche den geringsten bzw. keinen signifikanten Einfluss hat. Und zwar so lange, bis nur noch solche Prädiktorvariablen im Modell verbleiben, die einen signifikanten Beitrag zur Vorhersage des Kriteriums leisten können (Leonhart, 2008, S. 105). In diesem Fall hat SPSS drei Modelle gerechnet, deren F-Werte nach Berechnung der ANOVA alle drei signifikant wurden (vgl. Anlage 16). Zuerst wurde die Variable Erfahrung mit digitalen Medien und dann das Geschlecht von der Berechnung ausgeschlossen, wobei sich das Bestimmungsmaß R^2 nur marginal von .212 auf .208 reduzierte. Das letzte Modell mit den signifikanten Prädiktoren soziale Ängstlichkeit, Alter und Bürotätigkeit ergibt damit einen R^2 -Wert von .208 ($F = 32.873$; $p = .00$). Demnach können die UVs Erfahrung mit digitalen Medien und Geschlecht die Vorhersage der AV nicht signifikant verbessern.

Insgesamt 20,8 % der Varianz (Streuung) der globalen Einstellung kann folglich durch das dritte Modell, d. h. durch drei UVs soziale Ängstlichkeit, Alter und Bürotätigkeit erklärt werden. Anhand der Regressionskoeffizienten (vgl. Tabelle 23) ließen sich für alle berücksichtigten Fälle 379 Regressionsgleichungen ($AV = 2.132 + 0.322 \times UV1 - 0.008 \times UV2 + 0.002 \times UV3$) für die geschätzten Werte des Kriteriums erstellen. Ferner lässt sich an den nicht-standardisierten Koeffizienten der absolute Einfluss der UVs auf die AV ablesen, sodass mit jeder steigenden Einheit in SÄ die globale Einstellung um 0.322 Einheiten steigt und mit jeder steigenden Alterseinheit um -0.008 Einheiten sinkt etc. An den standardisierten Beta-Koeffizienten über die relative Bedeutung der drei signifikanten Prädiktoren für die Vorhersage des Kriteriums lässt sich erkennen, dass das emotionsbezogene Persönlichkeitsmerkmal den größten Anteil hat (.36), während die Bürotätigkeit und das Alter mit Beta-Werten von .17 und -.12 zusätzlich vergleichsweise geringer zur Vorhersage der globalen Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben beitragen (Budischewski, 2020, S.115 – 116).

Die Hypothese H₅ kann damit vorläufig angenommen werden.

Prädiktoren	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
	Regressionskoeffizient B	SE	Beta		
<i>Konstante</i>	2.189	.198		10.793	.00
Soziale Ängstlichkeit	.322	.043	.36	7.420	.00
Alter	-.008	.003	-.12	-2.547	.01
Bürotätigkeit	.002	.001	.17	3.746	.00

Anmerkung: SE = Standardfehler

Tabelle 23: Multiple lineare Regressionsanalyse Methode Rückwärts – 3. Modell: Koeffizienten
(Quelle: Eigene Darstellung)

Sämtliche SPSS-Ausgaben zur multiplen linearen Regression können in Anlage 16 eingesehen werden.

5 Diskussion

Nachstehend folgt zunächst eine Interpretation und Diskussion der Ergebnisse zu den aufgestellten Hypothesen unter Bezugnahme auf die theoretischen und empirischen Grundlagen, bevor das methodische Vorgehen mit Blick auf die Gütekriterien Objektivität, Reliabilität und Validität einer kritischen Reflexion unterzogen wird.

5.1 Ergebnisse

Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben

Da die Skalen zur Messung der Einstellungen gegenüber dem Einstellungsobjekt „Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben“ von der Autorin im Rahmen dieser Arbeit entwickelt wurden, kann eine Interpretation der Valenz der globalen Einstellung sowie der Einstellungskomponenten lediglich deskriptiv auf der Grundlage der Messwerte in der Stichprobe erfolgen und weder auf die Grundgesamtheit übertragen noch zu Referenzwerten in Relation gesetzt werden.

Ausgehend von dem Skalenmittelpunkt (3.0 Punkte) als neutraler Einstellung löst das Einstellungsobjekt Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben in der Stichprobe mit durchschnittlichen Mittelwerten < 3 tendenziell eine eher negative globale, affektive und verhaltensbezogene Einstellung aus. Allein die kognitive Einstellung ist mit $M=3.23$ ($SD=.69$) > 3 als positiv zu bewerten. In diesem Sinne können die in der Stichprobe beobachteten Einstellungen gegenüber der Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben als ambivalent interpretiert werden (vgl. Kapitel 2.2.2). In der Gruppe der Hoch-Sozialängstlichen ist mit $M=3.29$ ($SD=.70$) eine positive globale Einstellung gegenüber der beruflichen Nutzung digitaler Medien zu beobachten.

In Bezug auf die interne Konsistenz der Einstellungskomponenten kann hinsichtlich des Einstellungsobjektes eine Aussage für die Grundgesamtheit getroffen werden, denn mit signifikanten positiven Zusammenhängen geringer bis mittlerer Effektstärke gilt: Je positiver die Überzeugungen und Meinungen der deutschen Erwerbstätigen gegenüber der Nutzung digitaler Medien, desto positiver ihre Gefühlsreaktion (Gefühl der Sicherheit, weniger Anspannung, Nervosität, kein Kontaktmangel etc.) und desto eher bewerten sie ihr Kommunikationsverhalten hin zu einer Präferenz digitaler Medien. Und umgekehrt gehen mit weniger positiven

Gefühlen weniger positive Überzeugungen und stärker zurückhaltende Einschätzungen des eigenen Nutzungsverhaltens digitaler Medien einher. Dabei ist der Zusammenhang zwischen Kognition und Affekt mit $r = .50$ ($p = .00$) am stärksten. Diese Befunde erlauben jedoch weder Aussagen über kausale Zusammenhänge noch drüber, in welchem zeitlichen Zusammenhang Kognition, Affekt und Verhalten stehen. Ob z. B. die affektive Reaktion auf das Einstellungsobjekt eine Folge der kognitiven Einstellung ist oder umgekehrt, lässt sich auf der Grundlage dieser Ergebnisse demnach nicht erklären.

Soziale Ängstlichkeit

Das Merkmal soziale Ängstlichkeit wurde als bereichsspezifische Disposition erhoben, sodass alle deutschen Erwerbstätigen zu einem bestimmten Ausmaß dazu neigen, in Situationen der sozialen Interaktion mit Angst zu reagieren.

Auch hier liegen, weil es sich nicht um ein validiertes Messinstrument handelt, keine psychometrischen Kennwerte vor, die für den in der Stichprobe beobachteten, durchschnittlichen Mittelwertscore von $M = 2.25$ ($SD = .75$) allgemeingültige Aussagen für die Population der deutschen Erwerbstätigen zulassen. Es lässt sich lediglich beobachten, dass die Skalenmittelwerte im Durchschnitt unter dem Skalenmittelpunkt von 2.5 liegen und dass mehr TN im niedrigen Ausprägungsbereich liegen (Schiefe = .35).

Die Annahme, dass sich erwerbstätige Männer von erwerbstätigen Frauen hinsichtlich ihrer sozialen Ängstlichkeit unterscheiden, konnte im Rahmen dieser Studie nicht bestätigt werden. Dieser Befund entspricht damit nicht den berichteten empirischen Befunden zu Geschlechterunterschieden bei klinisch relevanten sozialen Ängsten mit höheren Prävalenzraten bei Frauen als bei Männern (Fehm et al., 2005). Erbfaktoren oder Erziehungs- und weitere Lerneinflüsse scheinen demnach bei der Herausbildung des emotionsbezogenen Persönlichkeitsmerkmals SÄ nicht zu signifikanten Geschlechterunterschieden zu führen.

Hinsichtlich des Beziehungsstatus decken sich die Befunde zur Sozialen Phobie (Fehm et al., 2005; VSSP, 2016) mit den ermittelten Unterschieden hinsichtlich der mittleren Ausprägung in sozialer Ängstlichkeit zwischen erwerbstätigen Singles und Erwerbstätigen, die in einer Beziehung leben. In Deutschland lebende und arbeitende Singles neigen stärker zum Erleben von Ängsten in sozialen Situationen als liierte Berufstätige ($F = 24.83$; $p = .00$). Ein Interaktionseffekt zwischen Geschlecht und Beziehungsstatus mit höheren Ausprägungen in SÄ für

die Gruppe der Single-Männer, wie die Studie des VSSP (2016) vermuten lässt, konnte jedoch nicht bestätigt werden. Während das Single-Dasein bei der Sozialen Phobie sowohl als ein Risikofaktor für die Entwicklung und Aufrechterhaltung der Störung als auch als eine Folge der Störung betrachtet werden kann, ist bei SÄ als einem relativ stabilen emotionsbezogenen Persönlichkeitsmerkmal stärker von letzterem Wirkungszusammenhang auszugehen, nach dem sozial ängstlichere Erwerbstätige sich schwerer tun, Bindungen einzugehen und damit häufiger alleinstehend sind als Erwerbstätige, die weniger hohe Ausprägungen in SÄ haben. Ein solcher Zusammenhang mit SÄ als UV wurde jedoch nicht untersucht, sondern lediglich der Frage nachgegangen, ob Singles signifikant höhere Ausprägungen in SÄ haben. Gleiches gilt für das Merkmal Berufsstatus. Hier wurden gestützt auf die empirischen Befunde zu Schüchternen bzw. Hochkommunikationsängstlichen und ihren Präferenzen für Berufe mit weniger sozialer Interaktion und Kommunikation (Phillips & Bruch, 1988; Daly & McCroskey, 1975) signifikante Gruppenmittelpuntswerteunterschiede zwischen Führungskräften und Erwerbstätigen ohne Führungsfunktionen ermittelt ($T = -7.11$; $p = .00$). Dabei lassen die höheren Ausprägungen in SÄ in der Gruppe der Erwerbstätigen ohne leitende Position nur die Vermutung zu, dass sozial ängstlichere Menschen weniger oft Führungspositionen anstreben oder dafür ausgewählt werden.

Der signifikante negative Zusammenhang zwischen Alter und SÄ entspricht der theoretischen Annahme über eine Abschwächung der Disposition zu sozialen Ängsten mit den wachsenden Erfahrungen über die Lebensspanne hinweg, für die jedoch keine aussagekräftige Studie gefunden werden konnte (vgl. Kapitel 2.1.4.5). Die geringe Effektstärke ($r = -.28$; $p = .00$) ist insofern nicht überraschend, als es sich bei SÄ um ein Persönlichkeitsmerkmal handelt, das als relativ zeitstabil gilt. Wenngleich das Alter in der Population der deutschen Erwerbstätigen einen Einfluss auf die Ausprägungen in SÄ hat, so lässt dieser Befund keine Rückschlüsse auf einen Kausalzusammenhang zu (Schäfer, 2016, S. 101).

Soziale Ängstlichkeit und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien

Die Annahme, dass Erwerbstätige, die stärker als andere dazu neigen, in Situationen der sozialen Interaktion mit Angst zu reagieren, positiver eingestellt sind gegenüber der Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben, konnte im Rahmen dieser Studie bestätigt werden. Die Korrelationsanalyse ergab einen signifikanten positiven Zusammenhang mittlerer Effektstärke zwischen SÄ und der globalen

Einstellung ($r = .41$; $p = .00$). Daraus lässt sich für die Population der deutschen Erwerbstätigen schließen: Je höher ihre Ausprägung in SÄ, desto positiver ihre globale Einstellung gegenüber der Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben. Inhaltlich entsprechen die positiveren Einstellungen sozial ängstlicher Erwerbstätigen der theoretischen Annahme von Katz (1967) über die Nützlichkeitsfunktion von Einstellungen, nach der solche Einstellungsobjekte, die einen Belohnungswert haben, eher positiv gefärbt sind (vgl. Kapitel 2.2.1). Die Belohnung wäre in diesem Fall nach dem Lernparadigma der operanten Konditionierung eine negative Verstärkung, d. h. die Reduktion des Angsterlebens mit Blick auf die kontaktärmere, virtuelle Interaktion. In ihrer motivationalen, verhaltenssteuernden Funktion könnten die mit steigender SÄ zunehmend positiven globalen Einstellungen als mögliche Prädiktoren für ein einstellungskonformes Verhalten gedeutet werden. Die positive mittlere Korrelation ($r = .39$; $p = .00$) zwischen SÄ und der verhaltensbezogenen Einstellungskomponenten ist in diesem Sinne ein Indiz dafür, dass Erwerbstätige mit hohen Ausprägungen in sozialer Ängstlichkeit, ihr Arbeitsleben in Zukunft nach Möglichkeit eher kontaktarm gestalten.

Die Korrelationsanalysen zwischen SÄ und den drei Einstellungskomponenten ergaben lediglich für die kognitive Einstellung ein nicht-signifikantes Ergebnis. Demnach gehen in der Population der deutschen Erwerbstätigen mit steigenden Ausprägungen in sozialer Ängstlichkeit nicht zwangsläufig positivere Gedanken, Überzeugungen und Meinungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben einher, wohl aber positivere emotionale und verhaltensbezogene Reaktionen auf das Einstellungsobjekt (vgl. Kapitel 2.2.2), wobei der erwartungsgemäß höchste Zusammenhang zwischen der SÄ und der affektiven Einstellungskomponente ($r = .43$; $p = .00$) besteht. Je größer das Maß an SÄ, desto positiver bewerten Erwerbstätige ihre Gefühlsreaktion (Gefühle der Sicherheit, geringere Anspannung, weniger Nervosität etc.) auf das Einstellungsobjekt. Über mögliche Ursachen für die nicht-signifikante Korrelation zwischen SÄ und der kognitiven Einstellung können nur Vermutungen angestellt werden. Sind Kognitionen „resistenter“ gegenüber dem Einfluss von SÄ bzw. sind sie grundsätzlich weniger stark beeinflussbar durch Persönlichkeitsmerkmale oder weitere Einflussfaktoren? Oder ist dieser Befund ein Indiz dafür, dass es sich bei der Nutzung digitaler Medien um ein Einstellungsobjekt handelt, bei dem für die Einstellungsbildung eher affektive und/oder verhaltensbezogene als kognitive Informationen herangezogen

werden, wie schon die deskriptive Statistik vermuten ließ, nach der Verhalten und Affekt einen größeren Anteil an der eher negativen globalen Einstellung der Versuchspersonen haben? In diesem Zusammenhang wäre es interessant, weitere Merkmale mit den Einstellungskomponenten zu korrelieren und an weiteren Stichproben die Valenz der Einstellungen zu messen.

Das Persönlichkeitsmerkmal soziale Ängstlichkeit kann demnach als ein Einflussfaktor auf die globale Einstellung deutscher Erwerbstätiger gegenüber der Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben betrachtet werden. Die Untersuchung der Frage nach der Gewichtung dieses Einflusses neben anderen möglichen Einflussfaktoren ergab, dass neben SÄ nur zwei weitere der fünf angenommenen Prädiktoren signifikant zur Vorhersage der globalen Einstellung beitragen können: die Merkmale Alter und Bürotätigkeit, wobei SÄ den größten und das Alter den kleinsten Beitrag zur Erklärung der Varianz des Kriteriums leistet. Entsprechend der theoretischen Annahmen steigt das globale Einstellungsmaß bei Erwerbstätigen mit zunehmendem Anteil an Bürotätigkeit, und gemäß den empirischen Befunden zu den höheren Nutzungshäufigkeiten bei Digital Natives (Initiative D21 e.V., 2021) geht mit zunehmendem Alter eine negativere globale Einstellung einher. Die Korrelationen sind mit $r = .21$ ($p = .00$) und $r = -.23$ ($p = .00$) als niedrig zu bewerten (vgl. Anlage 15).

Mit 20,8 % erklärter Streuung haben die Merkmale SÄ, Bürotätigkeit und Alter einen recht geringen Anteil an der Vorhersage der globalen Einstellung deutscher Erwerbstätiger zur Nutzung digitaler Medien. Das Geschlecht und die Erfahrung mit digitalen Medien haben anders als angenommen keinen signifikanten Einfluss auf die globale Einstellung zur Nutzung digitaler Medien. Letzter Befund überrascht insofern, als er den theoretischen Annahmen zu Erfahrungen mit dem Einstellungsobjekt als Einflussfaktor widerspricht, während das Merkmal Bürotätigkeit, aus dem indirekt ebenfalls auf die Erfahrung geschlossen werden kann, mit einem standardisierten $\beta = .17$ zwar recht gering, aber dennoch signifikant zur Vorhersage der globalen Einstellung beitragen kann. Insgesamt werfen die Ergebnisse der multiplen linearen Regression die Frage auf, welche Merkmale neben der SÄ zur Vorhersage der globalen Einstellungen beitragen und ob es sich dabei ebenfalls um Persönlichkeitsmerkmale handelt oder ob nicht vielleicht auch situative Faktoren wie die aktuelle Lebenssituation (Kinderbetreuung, Corona-Müdigkeit etc.) oder die Art der Tätigkeit eine Rolle spielen könnten.

5.2 Methodik

Die wichtigsten Gütekriterien in der quantitativen Forschung sind Objektivität, Reliabilität und Validität. Diese können sich sowohl auf das Messinstrument als auch auf den gesamten Forschungsprozess beziehen. Nachstehend werden einige ausgewählte Aspekte zur Studie und zum Messinstrument im Hinblick auf diese Kriterien diskutiert (Häder, 2015, S. 103; Krebs & Menold, 2019, S. 489).

5.2.1 Objektivität

Die Durchführungsobjektivität kann durch die Standardisierung des Fragebogens weitestgehend als gewährleistet betrachtet werden. Einschränkungen sind insofern gegeben, als die Befragungssituation nicht kontrolliert werden konnte (Krebs & Menold, 2019, S. 491). Dass die TN bei der Beantwortung des Fragebogens die vorgegebene Fragenreihenfolge einhalten, konnte durch Ausblenden des „Rückwärts“-Buttons gewährleistet werden. Es bestand jedoch keine Kontrolle darüber, unter welchen Bedingungen – allein, mit Unterbrechungen – die TN den Fragebogen ausgefüllt haben.

Sämtliche Schritte des Forschungsprozesses – von der Problemstellung über die Datenerhebung bis hin zur Interpretation der Ergebnisse – wurden transparent und intersubjektiv nachvollziehbar dokumentiert. Insbesondere die Operationalisierung und die Datenaufbereitung für die deskriptive Statistik und die statistischen Analysen wurden sorgfältig festgehalten und auf diese Weise zur Gewährleistung der Auswertungsobjektivität beigetragen (Krebs & Menold, 2019, S. 491). Eine Interpretation der Testwerte anhand von Referenzwerten ist nicht möglich, da keine validierten Skalen, sondern ein von der Autorin entwickeltes Messinstrument eingesetzt wurde. Die Erläuterungen zur Deutung der numerischen Messwerte sind jedoch ein Beitrag zur Gewährleistung der Interpretationsobjektivität (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 21).

5.2.2 Reliabilität

Für die Überprüfung der Genauigkeit des Messinstruments wurde in der vorliegenden Arbeit für die Items, welche die latenten Konstrukte messen, die interne Konsistenz bestimmt, indem der Reliabilitätskoeffizient Cronbachs Alpha

berechnet wurde, der angibt, in welchem Maße die Items positiv untereinander korrelieren. Damit wurde nicht zuletzt ermittelt, ob die Skalen dasselbe Konstrukt messen und zu einem Index verrechnet werden können (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 29).

Einstellungen

Die globale Einstellungsskala zeigt mit einem Cronbachs α von .85 eine gute interne Konsistenz (Bühner, 2006, S. 140). Gleiches gilt mit $\alpha = .82$ für die Skala zur kognitiven Einstellung. Die affektive Einstellungsskala mit sechs Items und einem Alpha von .76 ist ebenfalls als noch zufriedenstellend zu bewerten. Die interne Konsistenz der Skala zur verhaltensbezogenen Einstellung ist mit $\alpha = .57$ niedrig, was mit nur zwei Items nicht zuletzt auf die Kürze der Skala zurückzuführen ist. Hier hätte eine längere Skala möglicherweise zu einer Steigerung der internen Konsistenz führen können. Zum Beispiel hätte das Item „Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.“ getrennt für die Medien „per Mail oder Chat“ und „per Telefon- oder Videobesprechung“ erfasst werden können, was darüber hinaus zu einer größeren Differenzierbarkeit und damit auch zu inhaltlich valideren Antworten führen könnte.

Bei Betrachtung der Häufigkeitsverteilungen auf die mittlere neutrale Antwortkategorie haben bei den einzelnen einstellungsbezogenen Items nur bei zwei Statements über 30 % der TN die neutrale Kategorie gewählt, und zwar bei dem kognitionsbezogenen Item „Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für eine gesunde Work-Life-Balance.“ (33 %) und bei dem Item „Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat aus meiner Sicht keine negativen Auswirkungen auf den Zusammenhalt untereinander.“ (30.9 %). Dieser Befund spricht nicht für eine Tendenz zur Mitte (vgl. Kapitel 3.3.2).

Erfahrung mit digitalen Medien und Bürotätigkeit

Die Skala Erfahrung mit digitalen Medien weist mit $\alpha = .66$ ebenfalls eine niedrige interne Konsistenz auf, während die Skala zur Bürotätigkeit mit nur zwei Items mit .89 einen sehr hohen Cronbachs Alpha-Wert aufweist. Die Medienerfahrung wurde über die Nutzungshäufigkeiten von E-Mail, Chat, Telefon- und Videomeeting operationalisiert. Dabei wurde lediglich für die Antwortkategorie „sehr häufig“ mit „täglich“ eine absolute Häufigkeit angegeben. Möglicherweise sind die

Quantifizierungen „manchmal“ und „häufig“ zu vage und erhöhen das Risiko für Messfehler (Post, 2014, S. 119 – 120).

Soziale Ängstlichkeit

Während für die Subskala „Soziale Angst“ (sechs Items) der Self-Consciousness Scale (SCS) von Fenigstein et al. (1975) mit fünfstufiger Antwortskala ein Cronbachs α von .74 berichtet wurde (Hoyer & Margraf, 2003, S. 242), und die Shyness-Scale (neun Items) von Cheeck & Buss (1981, S. 331) in der Konstruktionsstichprobe mit ebenfalls fünf Antwortkategorien über einen Alpha-Wert von .79, verfügt, ist die interne Konsistenz der Skala Soziale Ängstlichkeit (neun Items) mit $\alpha = .91$ als sehr hoch zu bewerten. Ob die gerade Antwortskala mit nur vier Abstufungen, wie sie auch in der überarbeiteten Schüchternheitsskala von Schrier & Carver (1985) Anwendung fand (vgl. Kapitel 3.3.3), zu Einbußen bei der Reliabilität führt, müsste durch Überprüfung der Test-Retest-Reliabilität im Rahmen von Messwiederholungen ermittelt werden (Franzen, 2019, S. 844).

5.2.3 Validität

5.2.3.1 Validität des Untersuchungsdesigns

In Bezug auf die Qualität des Forschungsdesigns können interne und externe Validität unterschieden werden. Die interne Validität gibt an, in welchem Maße die untersuchten Zusammenhänge zwischen Merkmalen kausal interpretiert werden können. Da es sich in der vorliegenden Querschnittsstudie nicht um ein experimentelles Design handelt und auch keine Messwiederholungen durchgeführt wurden, sind keine Rückschlüsse auf Kausalzusammenhänge möglich, sodass interne Validität nicht angestrebt werden konnte (Döring & Bortz, 2016, S. 94 – 95).

Extern valide sind die Ergebnisse, wenn sie sich auf andere Bedingungen und Personen übertragen lassen. Repräsentative Stichproben steigern die externe Validität (Döring & Bortz, 2016, S. 95). In Kapitel 3.2 wurde bereits angemerkt, dass es sich um eine passive Rekrutierung der Probanden handelte, die nicht nach dem Zufallsprinzip erfolgte, sodass die Repräsentativität eingeschränkt ist. Auch die Ausschöpfungsquote lässt sich bei dieser Form der Online-Befragung nicht bestimmen. Lediglich die Beendigungsquote lässt sich angeben, die bei

88.39 % liegt, d. h. von den 448 Personen, die über den Einladungslink zur Umfrage gelangt sind, haben 396 den Fragebogen beendet.

5.2.3.2 Validität des Messinstrumentes

Inhaltsvalidität liegt vor, wenn die einzelnen Testitems die Zielkonstrukte in ihren Bedeutungsdimensionen vollständig widerspiegeln (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 32). Mit Blick auf die umfassende Operationalisierung der theoretischen Konstrukte in Kapitel 3 kann diese als gegeben betrachtet werden, wenngleich eine objektive Überprüfung dieses Kriteriums nicht möglich ist (Krebs & Menold, 2019, S. 497). Insbesondere die neun Items der Skala zur sozialen Ängstlichkeit scheinen inhaltlich valide zu sein, da sie validierten Skalen entnommen bzw. an diese angelehnt sind. Auch die faktorielle Validität kann bei der Angstskala als gegeben betrachtet werden. Denn die aufgrund der Ähnlichkeit der Facetten Schüchternheit und Publikumsangst theoretisch angenommene Eindimensionalität des Konstruktes konnte auf der einen Seite durch die hohe interne Konsistenz und auf der anderen Seite durch die Hauptkomponentenanalyse empirisch bestätigt werden (vgl. Anlage 6) (Döring & Bortz, 2016, S. 446). Das Item „Es bereitet mir keine Schwierigkeiten, jemandem direkt in die Augen zu blicken.“, das der Schüchternheitsskala von Cheek & Buss (1981) entnommen ist, wurde aufgrund der geringen Trennschärfe von $r_{itc} = .26 < .30$ aus der Skala entfernt. Möglicherweise ist es inhaltlich stärker dem Aspekt der Verlegenheit zuzuordnen.

Weniger gut gesichert ist die faktorielle Validität des theoretisch angenommenen Drei-Komponenten-Modells der Einstellungen nach Rosenberg & Hovland (1960). Die Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation ergab empirisch nicht eindeutig eine Drei-Faktoren-Lösung. Drei Faktoren erklären noch 54,87 % der Varianz, allerdings lassen sich die Faktorladungen inhaltlich nicht eindeutig den Komponenten Kognition, Affekt und Verhalten zuordnen. Aber auch bei einer Zwei-Faktoren-Struktur, wie sie etwa von Katz und Stroebe angenommen wird, sind die Items, die am höchsten auf den beiden extrahierten Faktoren laden, inhaltlich nicht exakt den Dimensionen Kognition und Affekt zuzuordnen (vgl. Anlage 6).

Zwei weitere Aspekte der Konstruktvalidität, die konvergente Validität, die Hinweise dafür liefert, ob die Skala tatsächlich das interessierende Merkmal misst und nicht ein anderes, und die diskriminante Validität über dessen

Abgrenzbarkeit von konstrukt fremden Merkmalen konnten im Rahmen dieser Studie nicht überprüft werden (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 34). In diesem Zusammenhang wäre es zum Beispiel sinnvoll gewesen, zu überprüfen, wie hoch die SÄ-Skala mit konstrukt nahen Maßen wie der Schüchternheitsskala oder der Publikumsangstskala korreliert, und ob die Korrelation mit Maßen zu Konstrukten wie Scham, Verlegenheit oder anderen Angstmaßen verhältnismäßig niedriger ausfällt.

5.3 Fazit und Ausblick

Ausgangslage für die vorliegende Untersuchung ist die COVID-19-Pandemie und die mit ihr einhergehende, verstärkte Nutzung digitaler Medien anstelle von Face-to-Face-Interaktionen im Arbeitsleben. Nach einer Befragung des Leibniz-Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung von rund 1.800 Unternehmen gehen in der Informationswirtschaft⁴ 75 % der größeren Unternehmen ab 100 Beschäftigten von einer dauerhaften Ausweitung der digitalen Kooperations- und Kommunikationsformen im Homeoffice aus, aber auch mittlere Unternehmen (64 %) und Unternehmen mit fünf bis 19 Beschäftigten (40 %) möchten auch nach der Krise vermehrt auf Homeoffice setzen (ZEW, 2020).

Die Frage, welche Auswirkungen diese Entwicklung für Erwerbstätige mit ausgeprägten Neigungen zum Erleben von Angst in der sozialen Interaktion hat, und ob sozial ängstlichere Menschen durch das pandemiebedingte Social Distancing nicht quasi unwillkürlich in ihrer Tendenz verstärkt werden, bei ihrer beruflichen Tätigkeit kontaktintensivere Kommunikations- und Kooperationsformen zu vermeiden und damit ihr Risiko für die Entwicklung einer sozialen Angststörung erhöhen, gab den Anstoß für die vorliegende quantitative Fragebogenstudie.

Dafür wurden im Rahmen eines Querschnittsdesigns zunächst die Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben untersucht und ausgehend vom Skalenmittelpunkt in der Stichprobe (N = 379) eine tendenziell eher negative globalen Einstellung zur Nutzung digitaler Medien beobachtet. Wenngleich dieser deskriptivstatistische Befund bei Betrachtung von Einstellungen als Verhaltensprädiktoren darauf hindeutet, dass deutsche Erwerbstätige zukünftig nicht

⁴ IT-Dienstleister, Mediendienstleister, wissensintensive Dienstleister wie Rechts-, Steuer-, PR- und Unternehmensberatung, Architektur- und Ingenieurbüros, Forschung und Entwicklung etc. (ZEW, 2020)

nach vollständig mobilen Arbeitsformen streben, bedürfte es weiterer Untersuchungen, um allgemeingültige Aussagen hinsichtlich der Valenz der Einstellungen - positiv, neutral, negativ - gegenüber dem Einstellungsobjekt treffen und damit evidenzbasierte Verhaltensprognosen machen zu können.

Die Untersuchung des Merkmals soziale Ängstlichkeit ergab keine signifikanten Geschlechterunterschiede für die Population der deutschen Erwerbstätigen hinsichtlich ihrer Neigung zum Erleben von sozialen Ängsten. Die signifikant höheren Ausprägungen in SÄ unter Erwerbstätigen ohne Führungsposition sowie unter berufstätigen Singles im Vergleich zu Führungskräften und lierten Erwerbstätigen werfen interessante Fragen für Anschlussuntersuchungen auf: Hat das emotionsbezogene Persönlichkeitsmerkmal SÄ Einfluss auf die Berufspräferenzen und die Job-Wahl, und bleiben Menschen mit sozial-ängstlicher Persönlichkeitsstruktur häufiger alleinstehend? Auch wäre zusätzlich die Erfassung klinisch relevanter sozialer Ängste interessant gewesen, um anschließend im Rahmen einer zweiten Messung mit gewissem Abstand mögliche Veränderungen in der Stichprobe sowie in Abhängigkeit von den Ausprägungen in SÄ zu untersuchen.

Der ermittelte positive Zusammenhang mittlerer Effektstärke zwischen sozialer Ängstlichkeit und den Einstellungen gegenüber der Nutzung digitaler Medien – je höher die Ausprägungen in SÄ, desto positiver die globale, affektive und verhaltensbezogene Einstellung – kann als ein Befund bewertet werden, der längerfristig negative Auswirkungen auf die psychische Gesundheit der Betroffenen haben und damit zur Erhöhung des Krankenstandes unter Arbeitnehmern führen könnte. Denn wenn Erwerbstätige in Zukunft verstärkt die Wahl haben, ihrer Tätigkeit auch im Homeoffice unter Nutzung digitaler Medien nachzugehen, und sich solche Erwerbstätige mit höheren Ausprägungen in SÄ, die der Nutzung dieser Technologien positiver gegenüberstehen, für die kontaktärmeren Arbeitsformen entscheiden, dann erhöhen sie ihr Risiko für die Entwicklung einer Sozialen Phobie bzw. für die Aufrechterhaltung bereits bestehender Symptome, weil sie sich, wie auch Arad et al. (2021) in ihrer Studie mit israelischen Studierenden aufzeigen konnten, weniger mit den gefürchteten Situationen konfrontieren. Ein Indiz für diese Annahme bezüglich des tatsächlichen Verhaltens – Vermeidung kontaktintensiverer Arbeitssituationen – liefert der positive Zusammenhang mittlerer Effektstärke zwischen SÄ und der verhaltensbezogenen Einstellungskomponente. In diesem Zusammenhang wäre es interessant, nach der Corona-Krise

zu untersuchen, wie jene Erwerbstätigen, die die Wahl haben, weiter bzw. verstärkt „auf Distanz“ zu arbeiten, sich tatsächlich entscheiden und ob es hinsichtlich dieser Entscheidung bzw. der Präferenzen in Bezug auf die Arbeitsformen Unterschiede zwischen Hoch- und Niedrig-Sozialängstlichen gibt.

Darüber hinaus wäre es interessant zu ermitteln, welche weiteren Faktoren neben sozialer Ängstlichkeit, der Bürotätigkeit und dem Alter Einfluss auf die Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben haben.

Anlagen

Anlage 1: Der Online-Fragebogen: soziale Ängstlichkeit und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben (Quelle: Unipark– Vivian)

Herzlich willkommen!

vielen Dank für Ihr Interesse an meiner Umfrage. Im Rahmen meiner Bachelorthesis im Fach Psychologie an der SRH Fernhochschule – The Mobile University untersuche ich den Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und den Einstellungen zur Nutzung von digitalen Medien im Arbeitsleben.

Wenn Sie berufstätig sind, in Deutschland wohnen und in Ihrem Beruf auch digitale Medien (E-Mail genügt schon) nutzen, würde ich mich sehr über Ihre Teilnahme an dieser Umfrage freuen.

Die Befragung wird nicht länger als 8 Minuten in Anspruch nehmen. Für jeden ausgefüllten Fragebogen spende ich 0,25€ an die Deutsche Angst-Hilfe e.V. und 0,25€ an den Verband Selbsthilfe Soziale Phobie (VSSP), die Selbsthilfeaktive und Betroffene in ganz Deutschland unterstützen.

Bitte beantworten Sie die Fragen vollständig, wahrheitsgemäß und so spontan wie möglich. Es gibt dabei kein Richtig oder Falsch.

Die gewonnenen Daten werden selbstverständlich anonym und vertraulich behandelt und ausschließlich für mein Forschungsprojekt verwendet. Dabei sind keinerlei Rückschlüsse auf Ihre Person möglich. Die Teilnahme ist natürlich freiwillig.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Fragebogen das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechtsidentitäten sind damit ausdrücklich mitgemeint.

Bei Fragen und Anregungen zu dieser Umfrage können Sie mich jederzeit per E-Mail kontaktieren: katharina.jaegele@stud.mobile-university.de

Vielen lieben Dank und viel Freude mit der Umfrage!

Katharina Jägle

Warum erheben und verarbeiten wir Ihre Daten

Mit der Anmeldung am Umfragesystem Unipark willige ich (gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. a EU-DSGVO) in die damit verbundene und in der Datenschutzerklärung beschriebene Verarbeitung meiner Daten ein. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Durch den Widerruf wird die Rechtmäßigkeit der bis dahin erfolgten Verarbeitung nicht berührt.

Wenn Sie mehr Information über die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten wünschen, bitte auf [folgenden Link](#) klicken.

Ich stimme zu, dass meine personenbezogenen Daten gemäss den hier aufgeführten Angaben verarbeitet werden.

[Ich möchte nicht teilnehmen](#)

WEITER ZUR UMFRAGE

1. Sind Sie erwerbstätig?

d.h. in einem Beschäftigungsverhältnis, selbständig, im Freiwilligendienst oder vorübergehend nicht arbeitend (beurlaubt, Elternzeit, Krankheit etc.)

Ja

Nein

7%

WEITER

2. Haben Sie Ihren Hauptwohnsitz in Deutschland?

Ja

Nein

16%

WEITER

Ihre berufliche Tätigkeit

3. Sind Sie in einer Führungsposition?

Gruppen-, Team-, Büro-, Ressort-, Referats-, Abteilungs-, Bereichsleitung, Vorstand, Geschäftsführung etc.

Ja

Nein

4. Wie groß ist der Anteil Ihrer Tätigkeit, die Sie (unabhängig von Corona*) an einem Schreibtisch erledigen?

Bitte schieben Sie den Regler auf eine Prozentzahl von 0 (keine Schreibtischtätigkeit) bis 100 (ausschließlich Schreibtischtätigkeit).
*Wenn Sie Ihre berufliche Tätigkeit während der Pandemie begonnen haben, geben Sie bitte eine ungefähre Schätzung eines Arbeitsalltags ohne Corona an.

0 %



5. Wie groß ist der Anteil Ihrer Tätigkeit, die Sie (unabhängig von Corona*) an einem Bildschirm (Computer/Laptop/Smartphone/Tablet etc.) erledigen?

Bitte schieben Sie den Regler auf eine Prozentzahl von 0 (keine Bildschirmtätigkeit) bis 100 (ausschließlich Bildschirmtätigkeit).
*Wenn Sie Ihre berufliche Tätigkeit während der Pandemie begonnen haben, geben Sie bitte eine ungefähre Schätzung eines Arbeitsalltags ohne Corona an.

0 %



Ihre Nutzungsgewohnheiten digitaler Medien

6. Bitte geben Sie an, wie häufig Sie derzeit bei Ihrer beruflichen Tätigkeit im Austausch mit Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Kunden oder weiteren Gesprächspartnern folgende Medien nutzen:

Bitte jeweils die zutreffende Nutzungshäufigkeit auswählen.

	nie	selten	manchmal	häufig	sehr häufig (täglich)
E-Mail	<input type="radio"/>				
Textnachrichten über Chat-Dienste	<input type="radio"/>				
Telefonbesprechung/Telefonkonferenz	<input type="radio"/>				
Videomeeting/Videokonferenz	<input type="radio"/>				



Ihre Einstellung zur Nutzung digitaler Medien (E-Mail, Chat, Telefon-, Videokonferenz etc.) im Berufsalltag

7. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für...

	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	neutral	stimme eher zu	stimme zu
...zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen	<input type="radio"/>				
...selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten	<input type="radio"/>				
...eine gesunde Work-Life-Balance	<input type="radio"/>				



Ihre Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Berufsalltag

	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	neutral	stimme eher zu	stimme zu
Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	<input type="radio"/>				
Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	<input type="radio"/>				
Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen.	<input type="radio"/>				
Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor.	<input type="radio"/>				



Ihre Einstellung zur Nutzung digitaler Medien im Berufsalltag

Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat aus meiner Sicht keine negativen Auswirkungen auf...

	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	neutral	stimme eher zu	stimme zu
...den Zusammenhalt untereinander	<input type="radio"/>				
...das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern	<input type="radio"/>				
...die Motivation der Mitarbeiter	<input type="radio"/>				

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	neutral	stimme eher zu	stimme zu
Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze.	<input type="radio"/>				
Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.	<input type="radio"/>				
Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback.	<input type="radio"/>				
Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung.	<input type="radio"/>				
In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei Face-to-Face-Meetings.	<input type="radio"/>				
Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.	<input type="radio"/>				
In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt.	<input type="radio"/>				

Ihre individuelle Wahrnehmung sozialer Situationen

8. Bitte beurteilen Sie hier, inwiefern die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen.

	trifft nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft eher zu	trifft zu
Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Im Umgang mit anderen Menschen bin ich oft etwas unbeholfen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei Unterhaltungen mit Menschen, die ich nicht so gut kenne, befürchte ich oft, dass ich etwas Dummes sagen könnte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Größere Gruppen von Menschen machen mich nervös.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es bereitet mir keine Schwierigkeiten, jemandem direkt in die Augen zu blicken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	trifft nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft eher zu	trifft zu
Wenn mich andere auf der Straße oder im Geschäft beobachten, ist mir das unangenehm.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich mit einer Autoritätsperson (Chef, Arzt etc.) sprechen muss, bin ich oft gehemmt und nervös.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei geselligen Anlässen in größeren Runden fühle ich mich oft unwohl.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich vor einer Gruppe sprechen muss, ist mir sehr unbehaglich zumute.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es fällt mir schwer, zu arbeiten (auf Tastatur tippen, telefonieren etc.), wenn mir jemand dabei zusieht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

79%

WEITER

Gleich haben Sie es geschafft!
Abschließend nur noch ein paar Angaben zu Ihrer Person

9. Wie alt sind Sie?

Bitte im untenstehenden Feld eine ganze Zahl angeben.

10. Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

männlich

weiblich

divers

11. Leben Sie in einer Beziehung (offen, fest, poly, verheiratet etc.)?

Ja

Nein

89%

WEITER

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Fragen und Kommentare zu meiner Umfrage können Sie gerne direkt per Mail an mich richten:

katharina.jaegle@stud.mobile-university.de

Anlage 2: Planung des Stichprobenumfangs

Die Planung des Mindeststichprobenumfangs bei einer zweifaktoriellen Varianzanalyse wird mithilfe des G*Power-Tools der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf (<https://www.psychologie.hhu.de/arbeitsgruppen/allgemeine-psychologie-und-arbeitspsychologie/gpower.html>) durchgeführt. Dabei sind nicht zuletzt die Zählerfreiheitsgrade der einzelnen, zu untersuchenden Effekte relevant, wenn der Faktor A (Geschlecht) p und der Faktor B (Beziehungsstatus) q Stufen hat:

Haupteffekt A: $df = p - 1 \rightarrow df = 2 - 1 = 1$

Haupteffekt B: $df = q - 1 \rightarrow df = 2 - 1 = 1$

Interaktion A x B: $df = (p - 1) \times (q - 1) = 1$

Da sich die Zählerfreiheitsgrade aller drei Effektarten entsprechen, genügt eine Stichprobenberechnung. Bei Festlegung eines mittleren Effektes ($f = 0,25$), einem Signifikanzniveau von $\alpha = 0,05$ und einer Teststärke von mindestens 80%, was einer maximalen β -Fehlerwahrscheinlichkeit von 20% entspricht, und einer Gruppenzahl von $p \times q = 2 \times 2 = 4$ ergibt sich, wie in der nachstehenden Abbildung ersichtlich, eine Mindeststichprobengröße von $N = 128$, um gleich viele Personen in jeder Zelle des Versuchsplans zu haben (Rasch, Friese, Hofmann & Naumann, 2014, S. 1-2).

The screenshot shows the G*Power 3.1 interface with the following settings:

- Test family:** F tests
- Statistical test:** ANCOVA: Fixed effects, main effects and interactions
- Type of power analysis:** A priori: Compute required sample size - given alpha, power, and effect size
- Input parameters:**
 - Determine
 - Effect size f: 0,25
 - alpha err prob: 0,05
 - Power (1-beta err prob): 0,8
 - Numerator df: 1
 - Number of groups: 4
 - Number of covariates: 1
- Output parameters:**
 - Noncentrality parameter lambda: 8,0000000
 - Critical F: 3,9181775
 - Denominator df: 123
 - Total sample size: 128
 - Actual power: 0,8013121

Stichprobenrechner von QUESTIONSTAR

Fehlerspanne: ⓘ

5% ⚙

Konfidenzniveau: ⓘ

95% ⚙

Umfang der Grundgesamtheit: ⓘ

Nicht bekannt

Bekannt und beträgt Personen

Notwendige Stichprobengröße: ⓘ

Quelle: <https://www.questionstar.de/blog/stichprobenrechner-umfang-der-stichprobe-einfach-berechnen/>

Anlage 3: Umfrage-Einladungen

Einladung via Facebook



Katharina Jäggle 😊 fühlt sich fröhlich.

5. Juli um 14:40 · 🌐



Liebe Freunde und Verwandte,
liebe Bekannte und Fremde,
liebe Berufstätige,

für eine Umfrage im Rahmen meiner Bachelorarbeit bräuchte ich Eure Unterstützung. Es geht um ein wichtiges Thema: soziale Ängste und digitale Medien.

Wie steht Ihr mit Eurer individuellen Persönlichkeitsstruktur zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben?

Macht bitte mit bei meiner Umfrage, wenn Ihr berufstätig seid und in Deutschland wohnt. Die Befragung dauert nicht länger als 8 Minuten. Für jeden ausgefüllten Fragebogen spende ich einen kleinen Betrag an zwei Angsthilfeorganisationen.

Ich brauche möglichst viele Teilnehmer:innen. Die Umfrageeinladung darf also sehr gerne mit Freund:innen, Bekannten und Kolleg:innen geteilt werden. Hier der Link zur Umfrage:

<https://ua4250.customervoice360.com/uc/KatharinaJaegle/981c/>

Vielen herzlichen Dank!

Katharina

Proband:innen für Online-Umfrage gesucht!



Digitale Medien: Fluch oder Segen für sozial ängstliche Menschen?

- Thema: soziale Ängstlichkeit und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben
- Voraussetzung: berufstätig & wohnhaft in Deutschland
- Dauer: 6-8 Min
- Datenerhebung: vollständig anonym

Kontakt: katharina.jaegle@stud.mobile-university.de
SRH Fernhochschule - The Mobile University



Artikel zur Umfrage auf der Homepage (Rubrik News) der Deutschen Angsthilfe e.V.



AKTUELLES

DAZ

GESELLSCHAFT

FORSCHUNG

MEINUNG

ÜBER UNS



WIR BRAUCHEN DEINE STIMME
18. Juni 2021

Unser Freigeist einer Selbsthilfe-App hat es unter die Top 30 der Gesellschaft der Ideen des Bundesministeriums für Bildung und Forschung geschafft. Ihr habt noch bis Montag, 21. Juni, Zeit für uns abzustimmen. Wir freuen uns auf deine Stimme!

[WEITERLESEN](#)

Proband:innen für Online-Umfrage gesucht!



Digitale Medien: Fluch oder Segen für sozial ängstliche Menschen?

- Thema: soziale Ängstlichkeit und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben
- Voraussetzung: berufstätig & wohnhaft in Deutschland
- Dauer: 6-8 Min
- Datenerhebung: vollständig anonym

Kontakt: katharina.jaegle@stud.mobile-university.de
SRH Fernhochschule - The Mobile University






AKTUELLES

DAZ

GESELLSCHAFT

FORSCHUNG

MEINUNG

ÜBER UNS

Online-Umfrage zum Thema

"Digitale Medien: Fluch oder Segen für sozial ängstliche Menschen?"

"Ein Teammeeting per Videocall?! Sich vor laufender Kamera zeigen und sich selbst dabei auch noch im kleinen Format sehen?! Was denken die anderen über mich, wenn sie mich im Video sehen? Sehe ich zu verschlafen aus, mache ich ein Doppelkinn, bewege ich mich komisch, ist mein Hintergrund passend, aus welchem Winkel zeigt die Kamera mich am sympathischsten? Was, wenn ich mit der Technik nicht klar komme und es als einzige nicht schaffe mich einzuloggen, was, wenn ich das Mikro zu einem ungünstigen Moment an habe oder, oder, oder" – Gedanken einer sozial ängstlichen Person in ihrem Arbeitsalltag im Lockdown 2020.

Das pandemiebedingte Social Distancing fand und findet in der Arbeitswelt in der verstärkten Nutzung digitaler Medien anstelle von Face-to-Face-Interaktionen Niederschlag. Wie stehen Sie mit Ihrer individuellen Persönlichkeitsstruktur zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben? Das und mehr rund um die Frage, wie sich die zunehmende Digitalisierung auf sozial ängstliche berufstätige Personen in Deutschland auswirkt, untersucht die Psychologie-Studentin Katharina Jägle im Rahmen ihrer Abschlussarbeit in Form der folgenden Online-Umfrage:

Proband:innen für Online-Umfrage gesucht!



Digitale Medien: Fluch oder Segen für sozial ängstliche Menschen?

- Thema: soziale Ängstlichkeit und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben
- Voraussetzung: berufstätig & wohnhaft in Deutschland
- Dauer: 6-8 Min
- Datenerhebung: vollständig anonym

Kontakt: katharina.jaegle@stud.mobile-university.de
SRH Fernhochschule - The Mobile University



Link zur Umfrage:
<https://ua4250.customervoice360.com/uc/KatharinaJaegle/981c/>

(Die Umfrage ist vorerst bis zum 23. Juli 2021 freigeschaltet.)

Sehr gerne kann die Umfrage auch an Freunde, Verwandte, Kollegen und Bekannte weitergeleitet werden. Für jeden ausgefüllten Fragebogen spendet die forschende Studentin einen kleinen Betrag an die Deutsche Angst-Hilfe e.V. sowie an den Verband Selbsthilfe Soziale Phobie.

Vielen herzlichen Dank!

KONTAKT

Deutsche Angst-Hilfe e.V.
Bayerstr. 77a, Rückgebäude
80335 München

089 - 21 52 97 72
dash@angstselbsthilfe.de

Umfrageeinladung im Forum sozcaf  des VSSP

Dashboard Forum 91 Hilfe Chat Blog 4 Kalender Galerie 4 Mitglieder Spenden 🔍

Sozcaf  / Forum / Soziale Phobie und Schüchternheit / Umfragen von Studenten

Online-Umfrage zu sozialer Ängstlichkeit und digitalen Medien

+ Neues Thema
Thema ignorieren

👤 Forums-Team 🕒 13. Juli 2021 🏠 Unerledigt



Forums-Team
👤 Themenstarter
Moderation

Beiträge: 35

13. Juli 2021 👍+2 #1

Liebe Forumsnutzer:innen,

für eine Online-Umfrage im Rahmen meines Psychologiestudiums bräuchte ich Ihre Unterstützung. Es geht, wie ich finde, um ein sehr wichtiges Thema: soziale Ängstlichkeit und digitale Medien im Arbeitsleben. Wichtig deshalb, weil Menschen, die stärker als andere dazu neigen, in sozialen Interaktionen mit Angst zu reagieren, durch die Pandemie quasi unwillkürlich in ihrer Tendenz bestärkt werden, soziale Situationen zu vermeiden.

Umso wichtiger ist es mir, unter den Erwerbstätigen so viele Teilnehmer:innen wie möglich für meine Umfrage zu gewinnen. Wie stehen Sie mit Ihrer individuellen Persönlichkeitsstruktur zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben?

Machen Sie bitte mit bei meiner Umfrage, die nicht länger als 8 Minuten dauert. Sehr gerne können Sie die Umfrage auch an Freund:innen, Verwandte, Kolleg:innen und Bekannte weiterleiten. Jeder ausgef llte Fragebogen ist mir eine große Hilfe und für jeden ausgef llten Fragebogen spende ich einen kleinen Betrag an den VSSP, weil ich selbst eine Betroffene bin und weil ich diese Begegnungsmöglichkeiten für sehr wichtig halte.

Hier der Link zur Umfrage:

<https://ua4250.customervoice360.com/uc/KatharinaJaegle/981c/> 🔗

Vielen herzlichen Dank!

Konversationen

Anlage 4: Ausreißer-Analyse für die Variable Erfahrung_digMedien

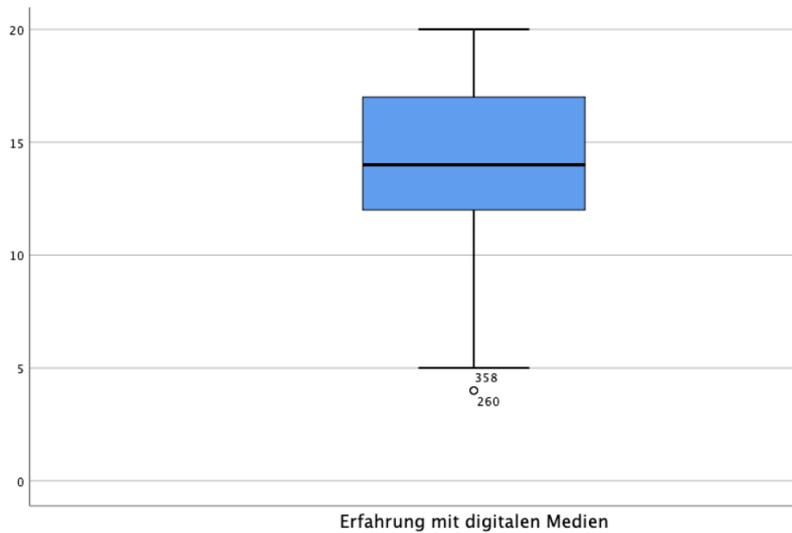
Erfahrung digitale Medien Stamm-Blatt-Diagramm

Häufigkeit Stem & Blatt

```

2,00 Extremes  (= <4,0)
3,00      5 . 000
4,00      6 . 0000
6,00      7 . 000000
7,00      8 . 0000000
18,00     9 . 000000000000000000
22,00    10 . 00000000000000000000
25,00    11 . 0000000000000000000000
30,00    12 . 00000000000000000000000000
36,00    13 . 000000000000000000000000000000
41,00    14 . 0000000000000000000000000000000000
37,00    15 . 0000000000000000000000000000000000
22,00    16 . 00000000000000000000000000
35,00    17 . 0000000000000000000000000000000000
34,00    18 . 0000000000000000000000000000000000
18,00    19 . 000000000000000000000000
39,00    20 . 0000000000000000000000000000000000
    
```

Stammbreite: 1
 Jedes Blatt: 1 Fälle



Boxplot im Rahmen der Explorativen Analyse mit SPSS

Anlage 5: Berechnung der Itemschwierigkeiten, Trennschärfen und Cronbachs Alpha

(Quelle Budischewski & Günther, 2020, S. 42-43)

$$\text{Schwierigkeit } P_{it} = \frac{(\text{Mittelwert} - \text{Minimalwert})}{(\text{Maximalwert} - \text{Minimalwert})} \times 100$$

Skala	Schwierigkeit P_i	Trennschärfe r_{itc} (korrigiert)	Cronbachs α
Globale Einstellung (17 Items)			.85
Kognitive Einstellung (9 Items)			.82
Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	73	.50	
Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	41	.54	
Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon- und Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen.	50	.64	
Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für ...zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen.	87	.37	
...selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten	70	.49	
...eine gesunde Work-Life-Balance	50	.54	
Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat aus meiner Sicht keine negativen Auswirkungen auf ...den Zusammenhalt untereinander	36	.48	
...das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern	44	.49	
...die Motivation der Mitarbeiter	47	.54	
Affektive Einstellung (6 Items)			.76
Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze.	65	.31	
Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback.	39	.30	
Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung.	41	.57	
In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei Face-to-Face-Meetings.	37	.65	
Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.	37	.66	
In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt.	31	.52	
Verhaltensbezogene Einstellung (2 Items)			.57
Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.	38	.40	
Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor.	38	.40	
Soziale Ängstlichkeit (9 Items)			.91
Im Umgang mit anderen Menschen bin ich oft etwas unbeholfen.	35	.75	
Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen	42	.56	
Bei Unterhaltungen mit Menschen, die ich nicht so gut kenne, befürchte ich oft, dass ich etwas Dummes sagen könnte.	40	.75	
Wenn ich mit einer Autoritätsperson (Chef, Arzt etc.) sprechen muss, bin ich oft gehemmt und nervös.	36	.67	
Größere Gruppen von Menschen machen mich nervös.	44	.74	
Bei geselligen Anlässen in größeren Runden fühle ich mich oft unwohl.	37	.75	
Wenn ich vor einer Gruppe sprechen muss, ist mir sehr unbehaglich zumute.	50	.68	
Wenn mich andere auf der Straße oder im Geschäft beobachten, ist mir das unangenehm.	43	.68	

Es fällt mir schwer, zu arbeiten (auf Tastatur tippen, telefonieren etc.), wenn mir jemand dabei zusieht.	44	.60	
Bürotätigkeit (2 Items)			.89
Schreibtischtätigkeit	69	.80	
Bildschirmtätigkeit	67	.80	
Erfahrung mit digitalen Medien (4 Items)			.66
E-Mail	84	.44	
Textnachrichten über Chat-Dienste	58	.34	
Telefonbesprechung/-konferenz	63	.48	
Videomeeting/-konferenz	53	.51	

Anlage 6: Exploratorische Faktorenanalyse mit SPSS

Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien im Arbeitsleben

3-Faktoren-Lösung:

KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,842
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	2690,070
	df	136
	Signifikanz nach Bartlett	,000

Kommunalitäten

	Anfänglich	Extraktion
Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	1,000	,402
Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	1,000	,473
Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen.	1,000	,603
Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen	1,000	,621
...selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten	1,000	,648
...eine gesunde Work-Life-Balance	1,000	,533
Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat aus meiner Sicht keine negativen Auswirkungen auf den Zusammenhalt untereinander	1,000	,617
...das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern	1,000	,600
...die Motivation der Mitarbeiter	1,000	,546
Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze. (umkodiert)	1,000	,539
Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback. (umkodiert)	1,000	,350

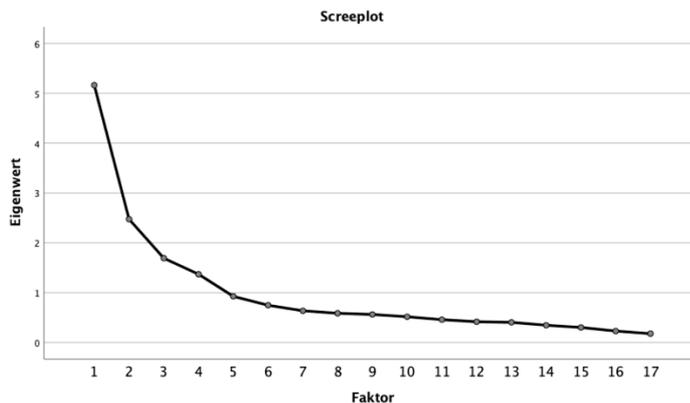
Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung.	1,000	,773
In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei Face-to-Face-Meetings.	1,000	,771
Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.	1,000	,773
In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt. (umkodiert)	1,000	,485
Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.	1,000	,423
Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor. (umkodiert)	1,000	,171

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion			Rotierte Summe der quadrierten Ladungen		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	5,163	30,370	30,370	5,163	30,370	30,370	3,311	19,479	19,479
2	2,474	14,554	44,924	2,474	14,554	44,924	3,147	18,509	37,988
3	1,691	9,948	54,873	1,691	9,948	54,873	2,870	16,885	54,873
4	1,369	8,053	62,926						
5	,925	5,441	68,367						
6	,747	4,396	72,763						
7	,636	3,739	76,502						
8	,586	3,447	79,949						
9	,562	3,305	83,254						
10	,517	3,039	86,292						
11	,457	2,690	88,983						
12	,417	2,450	91,433						
13	,404	2,374	93,807						
14	,346	2,033	95,841						
15	,301	1,773	97,613						
16	,229	1,347	98,960						
17	,177	1,040	100,000						

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.



Rotierte Komponentenmatrix^a

	Komponente		
	1	2	3
Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	,305	,108	,545
Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	,460	,163	,485
Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen.	,497	,295	,519
Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen			,781
...selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten			,799
...eine gesunde Work-Life-Balance	,212		,698
Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat aus meiner Sicht keine negativen Auswirkungen auf den Zusammenhalt untereinander	,785		
...das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern	,773		
...die Motivation der Mitarbeiter	,719		,165
Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze. (umkodiert)	,573		,455
Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback. (umkodiert)	,558	,114	,162
Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung.		,879	
In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei Face-to-Face-Meetings.		,874	
Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.		,875	
In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt. (umkodiert)	,522	,435	,150
Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.	,224	,578	,199
Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor. (umkodiert)		,409	

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.
Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung.

a. Die Rotation ist in 4 Iterationen konvergiert.

2-Faktoren-Lösung:**Rotierte Komponentenmatrix^a**

	Komponente	
	1	2
Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	,579	,127
Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	,661	,173
Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen.	,710	,306
Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen	,413	
...selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten	,551	,116
...eine gesunde Work-Life-Balance	,603	
Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat aus meiner Sicht keine negativen Auswirkungen auf den Zusammenhalt untereinander	,624	
...das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern	,597	
...die Motivation der Mitarbeiter	,662	
Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze. (umkodiert)	,731	
Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback. (umkodiert)	,535	,105
Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung.		,879
In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei Face-to-Face-Meetings.		,875
Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.		,876
In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt. (umkodiert)	,496	,426
Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.	,294	,580
Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor (umkodiert).		,407

Extraktionsmethode:
Hauptkomponentenanalyse.
Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung.^a

a. Die Rotation ist in 3 Iterationen konvergiert.

4-Faktoren-Lösung:**Rotierte Komponentenmatrix^a**

	Komponente			
	1	2	3	4
Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	,541		,218	,242
Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	,461		,285	,458
Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen.	,504	,171	,340	,464
Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen	,786		-,105	
...selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten	,809			
...eine gesunde Work-Life-Balance	,718		,209	
Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat aus meiner Sicht keine negativen Auswirkungen auf den Zusammenhalt untereinander			,825	,106
...das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern			,854	
...die Motivation der Mitarbeiter	,214		,751	,115
Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze. (umkodiert)	,447		,434	,397
Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback. (umkodiert)	,103	-,124	,272	,691
Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung.		,912		
In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei Face-to-Face-Meetings.		,909		,104
Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.		,874		,190
In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt. (umkodiert)		,204	,249	,731
Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.	,144	,386		,609
Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor. (umkodiert)		,193	-,198	,589

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.
Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung.

a. Die Rotation ist in 5 Iterationen konvergiert.

Soziale Ängstlichkeit

KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,912
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	1869,126
	df	45
	Signifikanz nach Bartlett	,000

Kommunalitäten

	Anfänglich	Extraktion
Im Umgang mit anderen Menschen bin ich oft etwas unbeholfen.	1,000	,668
Es bereitet mir keine Schwierigkeiten, jemandem direkt in die Augen zu blicken. (umkodiert)	1,000	,101
Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen. (umkodiert)	1,000	,416
Bei Unterhaltungen mit Menschen, die ich nicht so gut kenne, befürchte ich oft, dass ich etwas Dummes sagen könnte.	1,000	,663
Wenn ich mit einer Autoritätsperson (Chef, Arzt etc.) sprechen muss, bin ich oft gehemmt und nervös.	1,000	,549
Größere Gruppen von Menschen machen mich nervös.	1,000	,644
Bei geselligen Anlässen in größeren Runden fühle ich mich oft unwohl.	1,000	,657
Wenn ich vor einer Gruppe sprechen muss, ist mir sehr unbehaglich zumute.	1,000	,567
Wenn mich andere auf der Straße oder im Geschäft beobachten, ist mir das unangenehm.	1,000	,562
Es fällt mir schwer, zu arbeiten (auf Tastatur tippen, telefonieren etc.), wenn mir jemand dabei zusieht.	1,000	,474

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	5,300	52,996	52,996	5,300	52,996	52,996
2	,977	9,772	62,769			
3	,772	7,721	70,490			
4	,595	5,950	76,440			
5	,566	5,661	82,101			
6	,482	4,819	86,920			
7	,418	4,178	91,097			
8	,360	3,604	94,701			
9	,300	3,001	97,702			
10	,230	2,298	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Anlage 7: Reliabilitätsanalysen

a.) Globale Einstellung zur Nutzung digitaler Medien

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,849	17

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	46,20	103,071	,455	,841
Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	47,49	100,319	,546	,836
Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen.	47,13	96,492	,676	,829
...zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen	45,64	109,135	,309	,847
...selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten	46,32	104,191	,435	,842
...eine gesunde Work-Life-Balance	47,12	102,948	,446	,841
...den Zusammenhalt untereinander	47,66	104,081	,408	,843
...das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern	47,35	104,028	,424	,842
...die Motivation der Mitarbeiter	47,26	102,324	,477	,840
Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze. (umkodiert)	46,53	100,202	,550	,836
Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback. (umkodiert)	47,57	102,991	,415	,843
Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung.	47,48	101,801	,410	,844
In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei Face-to-Face-Meetings.	47,63	101,113	,474	,840
Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.	47,64	100,157	,483	,839
In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt. (umkodiert)	47,89	100,121	,572	,835
Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.	47,71	100,853	,500	,839
Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor (umkodiert).	47,60	106,573	,224	,854

b.) kognitive Einstellung zur Nutzung digitaler Medien

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,815	9

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	25,14	31,412	,497	,798
Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.	26,43	30,415	,542	,793
Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen.	26,07	28,803	,635	,780
...zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen	24,58	34,947	,374	,811
...selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten	25,26	31,922	,493	,799
...eine gesunde Work-Life-Balance	26,06	30,729	,540	,793
...den Zusammenhalt untereinander	26,60	31,563	,484	,800
...das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern	26,29	31,679	,491	,799
...die Motivation der Mitarbeiter	26,20	30,736	,541	,793

c.) Affektive Einstellung zur Nutzung digitaler Medien

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,759	6

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze. (umkodiert)	12,48	20,092	,313	,769
Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback. (umkodiert)	13,53	20,097	,301	,773
Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung.	13,44	16,802	,573	,703
In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei Face-to-Face-Meetings.	13,58	16,610	,653	,681
Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.	13,59	16,141	,659	,677
In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt. (umkodiert)	13,85	18,410	,516	,720

d.) verhaltensbezogene Einstellung zur Nutzung digitaler Medien

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,572	2

Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.	2,54	1,768	,403	.
Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor (umkodiert).	2,43	1,468	,403	.

Soziale Ängstlichkeit

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,892	10

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
Im Umgang mit anderen Menschen bin ich oft etwas unbeholfen.	20,22	40,211	,752	,874
Es bereitet mir keine Schwierigkeiten, jemandem direkt in die Augen zu blicken. (umkodiert)	20,21	44,274	,262	,908
Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen. (umkodiert)	20,02	41,790	,557	,886
Bei Unterhaltungen mit Menschen, die ich nicht so gut kenne, befürchte ich oft, dass ich etwas Dummes sagen könnte.	20,08	39,091	,743	,873
Wenn ich mit einer Autoritätsperson (Chef, Arzt etc.) sprechen muss, bin ich oft gehemmt und nervös.	20,18	40,726	,658	,879
Größere Gruppen von Menschen machen mich nervös.	19,96	38,842	,726	,874
Bei geselligen Anlässen in größeren Runden fühle ich mich oft unwohl.	20,16	38,952	,740	,873
Wenn ich vor einer Gruppe sprechen muss, ist mir sehr unbehaglich zumute.	19,78	39,608	,666	,878
Wenn mich andere auf der Straße oder im Geschäft beobachten, ist mir das unangenehm.	19,97	39,867	,663	,879
Es fällt mir schwer, zu arbeiten (auf Tastatur tippen, telefonieren etc.), wenn mir jemand dabei zusieht.	19,94	40,330	,618	,882

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,908	9

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
Im Umgang mit anderen Menschen bin ich oft etwas unbeholfen.	18,16	35,724	,752	,893
Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen. (umkodiert)	17,96	37,186	,558	,906
Bei Unterhaltungen mit Menschen, die ich nicht so gut kenne, befürchte ich oft, dass ich etwas Dummes sagen könnte.	18,01	34,616	,747	,893
Wenn ich mit einer Autoritätsperson (Chef, Arzt etc.) sprechen muss, bin ich oft gehemmt und nervös.	18,11	36,117	,666	,899
Größere Gruppen von Menschen machen mich nervös.	17,89	34,282	,739	,893
Bei geselligen Anlässen in größeren Runden fühle ich mich oft unwohl.	18,09	34,441	,748	,893
Wenn ich vor einer Gruppe sprechen muss, ist mir sehr unbehaglich zumute.	17,71	34,948	,683	,898
Wenn mich andere auf der Straße oder im Geschäft beobachten, ist mir das unangenehm.	17,91	35,192	,680	,898
Es fällt mir schwer, zu arbeiten (auf Tastatur tippen, telefonieren etc.), wenn mir jemand dabei zusieht.	17,87	35,963	,604	,903

Erfahrung mit digitalen Medien

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,662	4

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
E-Mail	9,99	9,854	,442	,606
Textnachrichten über Chat-Dienste	11,02	8,820	,335	,676
Telefonbesprechung/Telefonkonferenz	10,84	8,321	,477	,571
Videomeeting/Videokonferenz	11,21	7,565	,551	,515

Bürotätigkeit

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,886	2

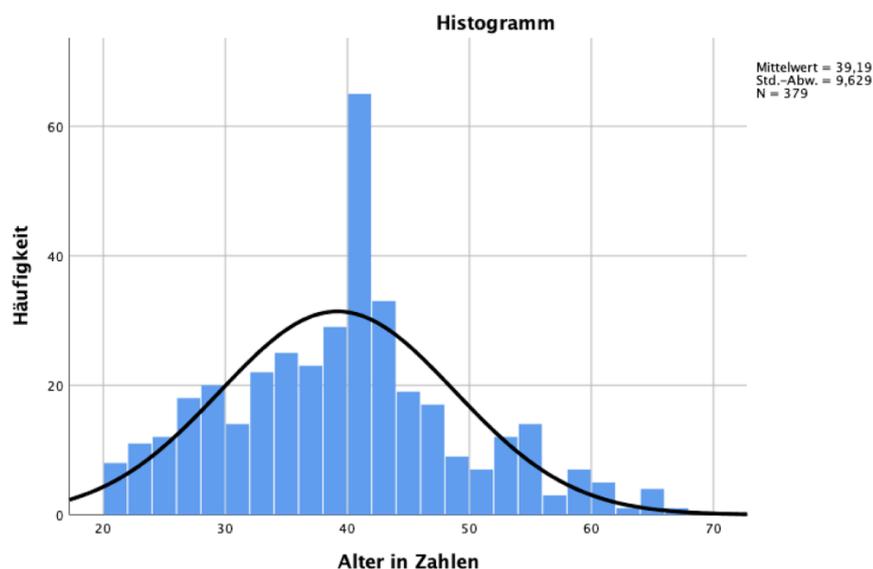
	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
Schreibtischzeit	67,61	864,588	,796	.
Bildschirmzeit	69,53	969,202	,796	.

Anlage 8: Deskriptive Statistik persönliche und berufsbezogene Daten

Alter

Alter in Zahlen

N	Gültig	379
	Fehlend	0
Mittelwert		39,19
Median		40,00
Modus		41
Std.-Abweichung		9,629
Schiefe		,317
Standardfehler der Schiefe		,125
Kurtosis		-,065
Standardfehler der Kurtosis		,250
Minimum		21
Maximum		66



Geschlecht		Statistik		Standard Fehler	
Alter in Zahlen	männlich	Mittelwert		40,95	,674
		95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	39,62	
			Obergrenze	42,28	
		5% getrimmtes Mittel		40,84	
		Median		41,00	
		Varianz		76,357	
		Standard Abweichung		8,738	
		Minimum		21	
	Maximum		66		
	weiblich	Mittelwert		37,79	,694
		95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	36,42	
			Obergrenze	39,16	
		5% getrimmtes Mittel		37,42	
		Median		39,00	
		Varianz		101,721	
		Standard Abweichung		10,086	
Minimum			21		
Maximum		64			
weiblich	Schiefe		,278	,187	
	Kurtosis		,527	,373	
	Schiefe		,459	,167	
	Kurtosis		-,230	,333	

Geschlecht

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig männlich	168	44,3	44,3	44,3
weiblich	211	55,7	55,7	100,0
Gesamt	379	100,0	100,0	

Altersgruppen * Geschlecht Kreuztabelle

Altersgruppen			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
15-25	Anzahl		8	23	31
	% innerhalb von Geschlecht		4,8%	10,9%	8,2%
26-36	Anzahl		37	70	107
	% innerhalb von Geschlecht		22,0%	33,2%	28,2%
37-47	Anzahl		90	88	178
	% innerhalb von Geschlecht		53,6%	41,7%	47,0%
48-58	Anzahl		27	18	45
	% innerhalb von Geschlecht		16,1%	8,5%	11,9%
59 und älter	Anzahl		6	12	18
	% innerhalb von Geschlecht		3,6%	5,7%	4,7%
Gesamt	Anzahl		168	211	379
	% innerhalb von Geschlecht		100,0%	100,0%	100,0%

Beziehungsstatus * Geschlecht Kreuztabelle

Beziehungsstatus	liert		Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
liert	Anzahl		116	164	280
	% innerhalb von Beziehungsstatus		41,4%	58,6%	100,0%
	% innerhalb von Geschlecht		69,0%	77,7%	73,9%
	% der Gesamtzahl		30,6%	43,3%	73,9%
Single	Anzahl		52	47	99
	% innerhalb von Beziehungsstatus		52,5%	47,5%	100,0%
	% innerhalb von Geschlecht		31,0%	22,3%	26,1%
	% der Gesamtzahl		13,7%	12,4%	26,1%
Gesamt	Anzahl		168	211	379
	% innerhalb von Beziehungsstatus		44,3%	55,7%	100,0%
	% innerhalb von Geschlecht		100,0%	100,0%	100,0%
	% der Gesamtzahl		44,3%	55,7%	100,0%

Führungsposition * Geschlecht Kreuztabelle

Führungsposition	Führungskraft		Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Führungskraft	Anzahl		72	47	119
	% innerhalb von Führungsposition		60,5%	39,5%	100,0%
	% innerhalb von Geschlecht		42,9%	22,3%	31,4%
	% der Gesamtzahl		19,0%	12,4%	31,4%
keine Führungskraft	Anzahl		96	164	260
	% innerhalb von Führungsposition		36,9%	63,1%	100,0%
	% innerhalb von Geschlecht		57,1%	77,7%	68,6%
	% der Gesamtzahl		25,3%	43,3%	68,6%
Gesamt	Anzahl		168	211	379
	% innerhalb von Führungsposition		44,3%	55,7%	100,0%
	% innerhalb von Geschlecht		100,0%	100,0%	100,0%
	% der Gesamtzahl		44,3%	55,7%	100,0%

Anteil der Tätigkeit an Schreibtisch und Bildschirm in Prozent

		Schreibtischzeit	Bildschirmzeit
N	Gültig	379	379
	Fehlend	0	0
Mittelwert		69,53	67,61
Median		80,00	75,00
Modus		100	100
Std.-Abweichung		31,132	29,404
Minimum		0	0
Maximum		100	100

		Schreibtischzeit	Bildschirmzeit
N	Gültig	168	168
	Fehlend	0	0
Mittelwert		71,01	69,05
Median		80,00	79,00
Modus		100	90
Std.-Abweichung		29,226	29,074
Minimum		0	0
Maximum		100	100

a. Geschlecht = männlich

		Schreibtischzeit	Bildschirmzeit
N	Gültig	211	211
	Fehlend	0	0
Mittelwert		68,34	66,45
Median		80,00	75,00
Modus		100	100
Std.-Abweichung		32,590	29,682
Minimum		0	0
Maximum		100	100

a. Geschlecht = weiblich

Bürotätigkeit

Bürotätigkeit

N	Gültig	379
	Fehlend	0
Mittelwert		137,13
Std.-Abweichung		57,370
Minimum		0
Maximum		200

Geschlecht		Statistik	Standard Fehler		
Bürotätigkeit	männlich	Mittelwert	140,07	4,291	
		95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	131,59	
			Obergrenze	148,54	
		5% getrimmtes Mittel	144,05		
		Median	154,50		
		Varianz	3093,834		
		Standard Abweichung	55,622		
		Minimum	0		
		Maximum	200		
		Spannweite	200		
	Interquartilbereich	80			
	Schiefe	-,948	,187		
	Kurtosis	-,130	,373		
	weiblich	Mittelwert	134,80	4,045	
		95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	126,82	
			Obergrenze	142,77	
		5% getrimmtes Mittel	138,16		
		Median	150,00		
		Varianz	3451,639		
		Standard Abweichung	58,751		
Minimum		0			
Maximum		200			
Spannweite		200			
Interquartilbereich	87				
Schiefe	-,755	,167			
Kurtosis	-,631	,333			

Bürojob

Bürojob * Geschlecht Kreuztabelle

		Geschlecht		Gesamt		
		männlich	weiblich			
Bürojob	kein klassischer Bürojob	Anzahl	40	61	101	
		% innerhalb von Bürojob	39,6%	60,4%	100,0%	
		% innerhalb von Geschlecht	23,8%	28,9%	26,6%	
		% der Gesamtzahl	10,6%	16,1%	26,6%	
	Bürojob	Anzahl	128	150	278	
		% innerhalb von Bürojob	46,0%	54,0%	100,0%	
		% innerhalb von Geschlecht	76,2%	71,1%	73,4%	
		% der Gesamtzahl	33,8%	39,6%	73,4%	
		Gesamt	Anzahl	168	211	379
			% innerhalb von Bürojob	44,3%	55,7%	100,0%
% innerhalb von Geschlecht	100,0%		100,0%	100,0%		
% der Gesamtzahl	44,3%		55,7%	100,0%		

Nutzungshäufigkeiten digitale Medien

	E-Mail	Telefonbesprechung/Telefonkonferenz	Textnachrichten über Chat-Dienste	Videomeeting/Videokonferenz
N	Gültig	379	379	379
	Fehlend	0	0	0
Mittelwert	4,37	3,51	3,33	3,14
Median	5,00	4,00	3,00	3,00
Modus	5	5	5	4
Std.-Abweichung	1,036	1,340	1,449	1,406
Minimum	1	1	1	1
Maximum	5	5	5	5

E-Mail

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	9	2,4	2,4	2,4
	selten	24	6,3	6,3	8,7
	manchmal	33	8,7	8,7	17,4
	häufig	66	17,4	17,4	34,8
	sehr häufig (täglich)	247	65,2	65,2	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Telefonbesprechung/Telefonkonferenz

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	40	10,6	10,6	10,6
	selten	56	14,8	14,8	25,3
	manchmal	68	17,9	17,9	43,3
	häufig	99	26,1	26,1	69,4
	sehr häufig (täglich)	116	30,6	30,6	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Textnachrichten über Chat-Dienste

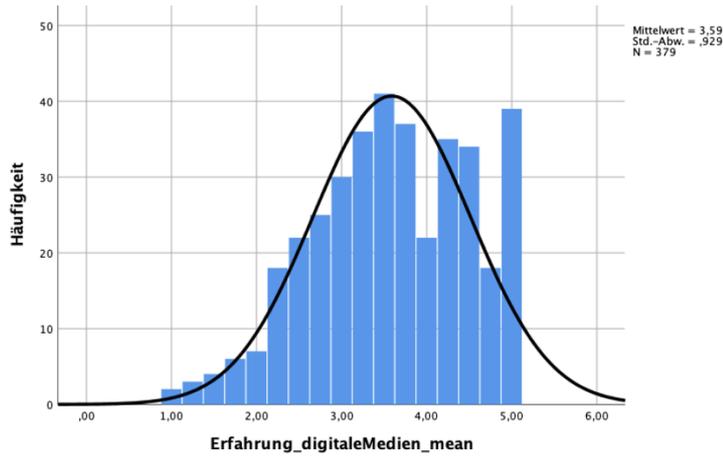
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	60	15,8	15,8	15,8
	selten	56	14,8	14,8	30,6
	manchmal	80	21,1	21,1	51,7
	häufig	64	16,9	16,9	68,6
	sehr häufig (täglich)	119	31,4	31,4	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Videomeeting/Videokonferenz

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	66	17,4	17,4	17,4
	selten	70	18,5	18,5	35,9
	manchmal	71	18,7	18,7	54,6
	häufig	89	23,5	23,5	78,1
	sehr häufig (täglich)	83	21,9	21,9	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Erfahrung mit digitalen Medien

		Erfahrung mit digitalen Medien	Erfahrung_di gitaleMedien _mean
N	Gültig	379	379
	Fehlend	0	0
Mittelwert		14,35	3,5884
Median		14,00	3,5000
Modus		14	3,50
Std.-Abweichung		3,716	,92891
Schiefe		-,309	-,309
Standardfehler der Schiefe		,125	,125
Kurtosis		-,525	-,525
Standardfehler der Kurtosis		,250	,250
Minimum		4	1,00
Maximum		20	5,00



	Geschlecht	Statistik	Standard Fehler		
Erfahrung_digitaleMedien_mean	männlich	Mittelwert	3,7515	,06961	
		95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	3,6141	
			Obergrenze	3,8889	
		5% getrimmtes Mittel	3,7870		
		Median	3,7500		
		Varianz	,814		
		Standard Abweichung	,90222		
		Minimum	1,00		
		Maximum	5,00		
		Spannweite	4,00		
		Interquartilbereich	1,25		
		Schiefe	-,393	,187	
		Kurtosis	-,497	,373	
	weiblich	Mittelwert	3,4585	,06412	
		95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	3,3321	
			Obergrenze	3,5849	
		5% getrimmtes Mittel	3,4836		
		Median	3,5000		
		Varianz	,868		
		Standard Abweichung	,93146		
Minimum	1,00				
Maximum	5,00				
Spannweite	4,00				
Interquartilbereich	1,50				
Schiefe	-,245	,167			
Kurtosis	-,515	,333			

Für kurze Meetings und Absprachen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	16	4,2	4,2	4,2
	stimme eher nicht zu	37	9,8	9,8	14,0
	neutral	36	9,5	9,5	23,5
	stimme eher zu	155	40,9	40,9	64,4
	stimme zu	135	35,6	35,6	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Für längere Besprechungen halte ich digitale Medien für genauso effizient wie persönliche Treffen.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	60	15,8	15,8	15,8
	stimme eher nicht zu	147	38,8	38,8	54,6
	neutral	60	15,8	15,8	70,4
	stimme eher zu	90	23,7	23,7	94,2
	stimme zu	22	5,8	5,8	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Aus meiner Sicht können digitale Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) in Zukunft noch stärker den persönlichen Austausch ersetzen.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	48	12,7	12,7	12,7
	stimme eher nicht zu	102	26,9	26,9	39,6
	neutral	68	17,9	17,9	57,5
	stimme eher zu	119	31,4	31,4	88,9
	stimme zu	42	11,1	11,1	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Digitale Medien schaffen die Voraussetzung für zeitlich und räumlich flexible Arbeitsformen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	4	1,1	1,1	1,1
	stimme eher nicht zu	6	1,6	1,6	2,6
	neutral	15	4,0	4,0	6,6
	stimme eher zu	127	33,5	33,5	40,1
	stimme zu	227	59,9	59,9	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

...selbstbestimmtes und autonomes Arbeiten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	11	2,9	2,9	2,9
	stimme eher nicht zu	31	8,2	8,2	11,1
	neutral	85	22,4	22,4	33,5
	stimme eher zu	140	36,9	36,9	70,4
	stimme zu	112	29,6	29,6	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

...eine gesunde Work-Life-Balance

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	31	8,2	8,2	8,2
	stimme eher nicht zu	100	26,4	26,4	34,6
	neutral	125	33,0	33,0	67,5
	stimme eher zu	77	20,3	20,3	87,9
	stimme zu	46	12,1	12,1	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Die wachsende Nutzung digitaler Medien bei der Arbeit hat aus meiner Sicht keine negativen Auswirkungen auf den Zusammenhalt untereinander

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	71	18,7	18,7	18,7
	stimme eher nicht zu	155	40,9	40,9	59,6
	neutral	69	18,2	18,2	77,8
	stimme eher zu	70	18,5	18,5	96,3
	stimme zu	14	3,7	3,7	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

...das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	43	11,3	11,3	11,3
	stimme eher nicht zu	120	31,7	31,7	43,0
	neutral	110	29,0	29,0	72,0
	stimme eher zu	87	23,0	23,0	95,0
	stimme zu	19	5,0	5,0	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

...die Motivation der Mitarbeiter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	45	11,9	11,9	11,9
	stimme eher nicht zu	101	26,6	26,6	38,5
	neutral	117	30,9	30,9	69,4
	stimme eher zu	86	22,7	22,7	92,1
	stimme zu	30	7,9	7,9	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

Es fällt mir schwerer, mich mit meinen Aufgaben zu identifizieren, wenn ich verstärkt digitale Kommunikations- und Kooperationskanäle nutze. (umkodiert)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	13	3,4	3,4	3,4
	stimme eher zu	73	19,3	19,3	22,7
	neutral	66	17,4	17,4	40,1
	stimme eher nicht zu	124	32,7	32,7	72,8
	stimme nicht zu	103	27,2	27,2	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

Im digitalen Austausch fehlt mir oft das unmittelbare Feedback. (umkodiert)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	74	19,5	19,5	19,5
	stimme eher zu	144	38,0	38,0	57,5
	neutral	55	14,5	14,5	72,0
	stimme eher nicht zu	84	22,2	22,2	94,2
	stimme nicht zu	22	5,8	5,8	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

Im direkten Kontakt mit Vorgesetzten oder anderen wichtigen Gesprächspartnern bin ich meistens nervöser als in der virtuellen Begegnung.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	100	26,4	26,4	26,4
	stimme eher nicht zu	86	22,7	22,7	49,1
	neutral	69	18,2	18,2	67,3
	stimme eher zu	92	24,3	24,3	91,6
	stimme zu	32	8,4	8,4	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

In Video- oder Telefonbesprechungen mit Kollegen, Vorgesetzten oder anderen Gesprächspartnern bin ich grundsätzlich lockerer als bei Face-to-Face-Meetings.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	100	26,4	26,4	26,4
	stimme eher nicht zu	104	27,4	27,4	53,8
	neutral	79	20,8	20,8	74,7
	stimme eher zu	72	19,0	19,0	93,7
	stimme zu	24	6,3	6,3	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

Hinter dem Bildschirm fühle ich mich sicherer als in der Face-to-Face-Interaktion.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	113	29,8	29,8	29,8
	stimme eher nicht zu	95	25,1	25,1	54,9
	neutral	71	18,7	18,7	73,6
	stimme eher zu	69	18,2	18,2	91,8
	stimme zu	31	8,2	8,2	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

In der virtuellen Interaktion mit Kollegen, Kunden etc. fehlt mir häufig der direkte Kontakt. (umkodiert)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	112	29,6	29,6	29,6
	stimme eher zu	145	38,3	38,3	67,8
	neutral	55	14,5	14,5	82,3
	stimme eher nicht zu	51	13,5	13,5	95,8
	stimme nicht zu	16	4,2	4,2	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Wenn ich die Möglichkeit habe, über virtuelle Besprechungsformate (Mail, Chat, Telefon-, Videobesprechung etc.) zu kommunizieren, ziehe ich dies dem persönlichen Kontakt vor.

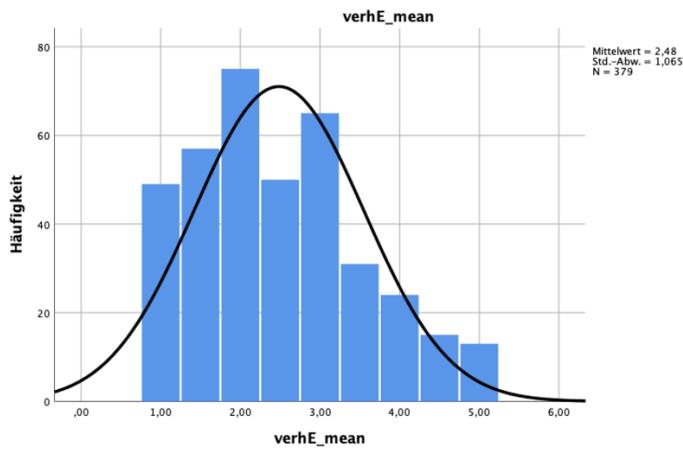
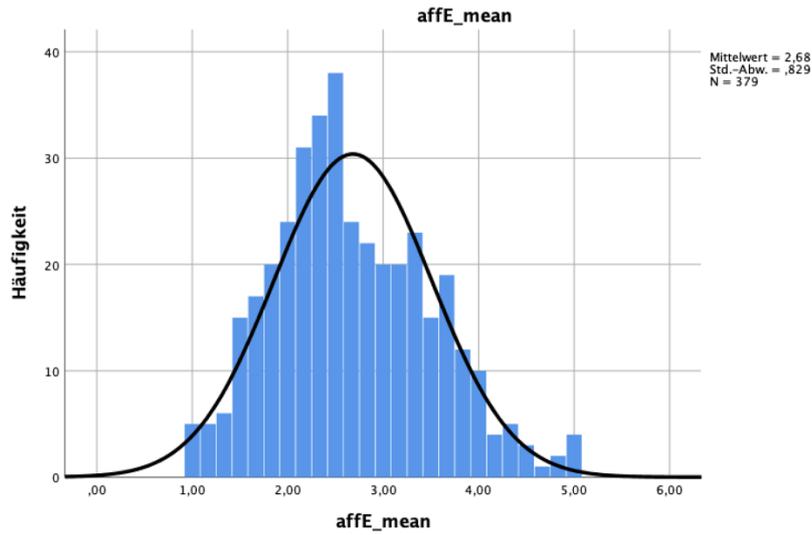
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	93	24,5	24,5	24,5
	stimme eher nicht zu	138	36,4	36,4	60,9
	neutral	68	17,9	17,9	78,9
	stimme eher zu	51	13,5	13,5	92,3
	stimme zu	29	7,7	7,7	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Wenn ich die Möglichkeit habe, Dinge telefonisch zu klären, ziehe ich dies dem Austausch per Mail oder Chat vor. (umkodiert)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	105	27,7	27,7	27,7
	stimme eher zu	109	28,8	28,8	56,5
	neutral	61	16,1	16,1	72,6
	stimme eher nicht zu	65	17,2	17,2	89,7
	stimme nicht zu	39	10,3	10,3	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Lage-, Streuungs- und Verteilungsmaße der Summen- und Mittelwertindizes der Einstellungskomponenten

		kogE_sum	kogE_mean	affE_sum	affE_mean	verhE_sum	verhE_mean	globE_mean
N	Gültig	379	379	379	379	379	379	379
	Fehlend	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert		29,0792	3,2310	16,0923	2,6821	4,9683	2,4842	2,7991
Median		29,0000	3,2222	15,0000	2,5000	5,0000	2,5000	2,7222
Modus		29,00	3,22	15,00	2,50	4,00	2,00	2,91
Std.-Abweichung		6,22795	,69199	4,97607	,82935	2,12918	1,06459	,66705
Schiefe		-,112	-,112	,391	,391	,511	,511	,395
Standardfehler der Schiefe		,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125
Kurtosis		-,255	-,255	-,204	-,204	-,454	-,454	,063
Standardfehler der Kurtosis		,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250
Minimum		11,00	1,22	6,00	1,00	2,00	1,00	1,07
Maximum		45,00	5,00	30,00	5,00	10,00	5,00	4,83



Mittelwert, Minimum und Maximum der Mittelwertindizes nach Geschlecht

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.- Abweichung
kogE_mean	168	1,22	4,89	3,2765	,68310
affE_mean	168	1,00	5,00	2,7063	,81553
verhE_mean	168	1,00	5,00	2,4554	1,05227
globE_mean	168	1,07	4,70	2,8127	,66383
Gültige Werte (Listenweise)	168				

a. Geschlecht = männlich

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.- Abweichung
kogE_mean	211	1,22	5,00	3,1948	,69850
affE_mean	211	1,00	5,00	2,6627	,84162
verhE_mean	211	1,00	5,00	2,5071	1,07624
globE_mean	211	1,24	4,83	2,7882	,67099
Gültige Werte (Listenweise)	211				

a. Geschlecht = weiblich

Anlage 10: Deskriptive Statistik Soziale Ängstlichkeit

		Im Umgang mit anderen Menschen bin ich oft etwas unbeholfen.	Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen. (umkodiert)	Bei Unterhaltungen mit Menschen, die ich nicht so gut kenne, befürchte ich oft, dass ich etwas Dummes sagen könnte.	Wenn ich mit einer Autoritätsperson (Chef, Arzt etc.) sprechen muss, bin ich oft gehemmt und nervös.	Größere Gruppen von Menschen machen mich nervös.	Bei geselligen Anlässen in größeren Runden fühle ich mich oft unwohl.	Wenn ich vor einer Gruppe sprechen muss, ist mir sehr unbehaglich zumute.	Wenn mich andere auf der Straße oder im Geschäft beobachten, ist mir das unangenehm.	Es fällt mir schwer, zu arbeiten (auf Tastatur tippen, telefonieren etc.), wenn mir jemand dabei zusieht.
N	Gültig	379	379	379	379	379	379	379	379	379
	Fehlend	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert		2,06	2,26	2,20	2,10	2,32	2,12	2,51	2,31	2,34
Median		2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
Modus		2	2	2	2	2	2	3	2	2
Std.-Abweichung		,868	,918	,988	,915	1,032	1,005	1,024	1,001	1,007
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum		4	4	4	4	4	4	4	4	4

Im Umgang mit anderen Menschen bin ich oft etwas unbeholfen.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	103	27,2	27,2	27,2
	trifft eher nicht zu	180	47,5	47,5	74,7
	trifft eher zu	67	17,7	17,7	92,3
	trifft zu	29	7,7	7,7	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Es fällt mir leicht, mit Fremden ins Gespräch zu kommen. (umkodiert)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft zu	85	22,4	22,4	22,4
	trifft eher zu	149	39,3	39,3	61,7
	trifft eher nicht zu	107	28,2	28,2	90,0
	trifft nicht zu	38	10,0	10,0	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Bei Unterhaltungen mit Menschen, die ich nicht so gut kenne, befürchte ich oft, dass ich etwas Dummes sagen könnte.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	109	28,8	28,8	28,8
	trifft eher nicht zu	130	34,3	34,3	63,1
	trifft eher zu	95	25,1	25,1	88,1
	trifft zu	45	11,9	11,9	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Wenn ich mit einer Autoritätsperson (Chef, Arzt etc.) sprechen muss, bin ich oft gehemmt und nervös.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	110	29,0	29,0	29,0
	trifft eher nicht zu	152	40,1	40,1	69,1
	trifft eher zu	86	22,7	22,7	91,8
	trifft zu	31	8,2	8,2	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Größere Gruppen von Menschen machen mich nervös.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	99	26,1	26,1	26,1
	trifft eher nicht zu	120	31,7	31,7	57,8
	trifft eher zu	99	26,1	26,1	83,9
	trifft zu	61	16,1	16,1	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Bei geselligen Anlässen in größeren Runden fühle ich mich oft unwohl.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	125	33,0	33,0	33,0
	trifft eher nicht zu	130	34,3	34,3	67,3
	trifft eher zu	78	20,6	20,6	87,9
	trifft zu	46	12,1	12,1	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

Wenn ich vor einer Gruppe sprechen muss, ist mir sehr unbehaglich zumute.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	75	19,8	19,8	19,8
	trifft eher nicht zu	113	29,8	29,8	49,6
	trifft eher zu	115	30,3	30,3	79,9
	trifft zu	76	20,1	20,1	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

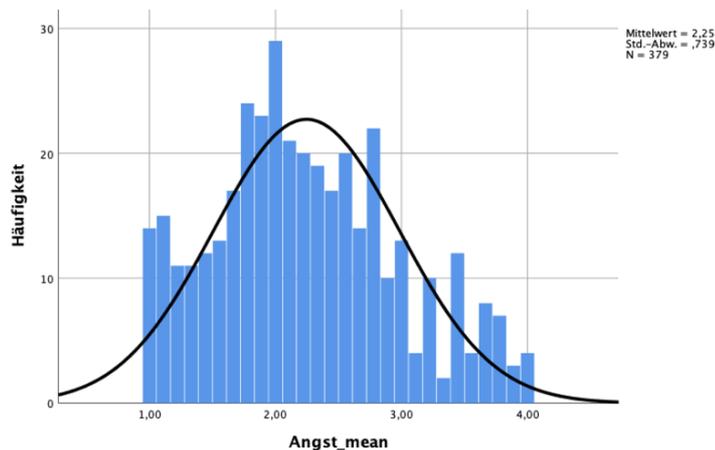
Wenn mich andere auf der Straße oder im Geschäft beobachten, ist mir das unangenehm.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	97	25,6	25,6	25,6
	trifft eher nicht zu	120	31,7	31,7	57,3
	trifft eher zu	110	29,0	29,0	86,3
	trifft zu	52	13,7	13,7	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

Es fällt mir schwer, zu arbeiten (auf Tastatur tippen, telefonieren etc.), wenn mir jemand dabei zusieht.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	92	24,3	24,3	24,3
	trifft eher nicht zu	123	32,5	32,5	56,7
	trifft eher zu	107	28,2	28,2	85,0
	trifft zu	57	15,0	15,0	100,0
Gesamt		379	100,0	100,0	

		Angst_sum	Angst_mean
N	Gültig	379	379
	Fehlend	0	0
Mittelwert		20,2137	2,2460
Median		19,0000	2,1111
Modus		18,00	2,00
Std.-Abweichung		6,65389	,73932
Schiefe		,352	,352
Standardfehler der Schiefe		,125	,125
Kurtosis		-,508	-,508
Standardfehler der Kurtosis		,250	,250
Minimum		9,00	1,00
Maximum		36,00	4,00



Geschlecht		Statistik		Standard Fehler	
Angst_mean	männlich	Mittelwert		2,1832	,05753
		95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	2,0696	
			Obergrenze	2,2968	
		5% getrimmtes Mittel		2,1565	
		Median		2,1111	
		Varianz		,556	
		Standard Abweichung		,74562	
		Minimum		1,00	
		Maximum		4,00	
		Spannweite		3,00	
	Interquartilbereich		1,00		
	Schiefe		,379	,187	
	Kurtosis		-,383	,373	
	weiblich	Mittelwert		2,2959	,05041
		95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	2,1966	
			Obergrenze	2,3953	
		5% getrimmtes Mittel		2,2821	
		Median		2,2222	
		Varianz		,536	
		Standard Abweichung		,73219	
Minimum			1,00		
Maximum			4,00		
Spannweite			3,00		
Interquartilbereich		1,00			
Schiefe		,345	,167		
Kurtosis		-,596	,333		

Niedrig-, Mittel- und Hoch-Sozial-Ängstliche

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	niedrig	63	16,6	16,6	16,6
	mittel	249	65,7	65,7	82,3
	hoch	67	17,7	17,7	100,0
	Gesamt	379	100,0	100,0	

Die Angstgruppen und ihre mittlere globale Einstellung zur Nutzung digitaler Medien

globE_mean

	N	Mittelwert	Std.-Abweichung
niedrig	63	2,4591	,57164
mittel	249	2,7531	,60762
hoch	67	3,2897	,70110
Gesamt	379	2,7991	,66705

Anlage 11: Zweifaktorielle univariate Varianzanalyse für die AV soziale Ängstlichkeit und die UVs Geschlecht und Beziehungsstatus

Soziale Ängstlichkeit

Abhängige Variable: Angst_mean

Geschlecht	Beziehungsstatus	Mittelwert	Std.- Abweichung	N
männlich	Liirt	2,0335	,66364	116
	Single	2,5171	,81409	52
	Gesamt	2,1832	,74562	168
weiblich	Liirt	2,2168	,72027	164
	Single	2,5721	,71333	47
	Gesamt	2,2959	,73219	211
Gesamt	Liirt	2,1409	,70200	280
	Single	2,5432	,76453	99
	Gesamt	2,2460	,73932	379

Levene-Test auf Gleichheit der Fehlervarianzen^{a,p}

		Levene- Statistik	df1	df2	Sig.
Angst_mean	Basiert auf dem Mittelwert	1,122	3	375	,340
	Basiert auf dem Median	1,026	3	375	,381
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	1,026	3	362,708	,381
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	1,155	3	375	,327

Prüft die Nullhypothese, daß die Fehlervarianz der abhängigen Variablen über Gruppen hinweg gleich ist.

- a. Abhängige Variable: Angst_mean
 b. Design: Konstanter Term + Geschlecht + Beziehungsstatus + Geschlecht * Beziehungsstatus

Tests der Zwischensubjekteffekte

Abhängige Variable: Angst_mean

Quelle	Quadratsumme vom Typ III	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
Korrigiertes Modell	14,196 ^a	3	4,732	9,222	,000
Konstanter Term	1579,461	1	1579,461	3078,200	,000
Geschlecht	1,028	1	1,028	2,004	,158
Beziehungsstatus	12,742	1	12,742	24,833	,000
Geschlecht * Beziehungsstatus	,298	1	,298	,581	,447
Fehler	192,417	375	,513		
Gesamt	2118,432	379			
Korrigierte Gesamtvariation	206,613	378			

- a. R-Quadrat = ,069 (korrigiertes R-Quadrat = ,061)

Anlage 12: T-Test für die AV soziale Ängstlichkeit und die UV Berufsstatus

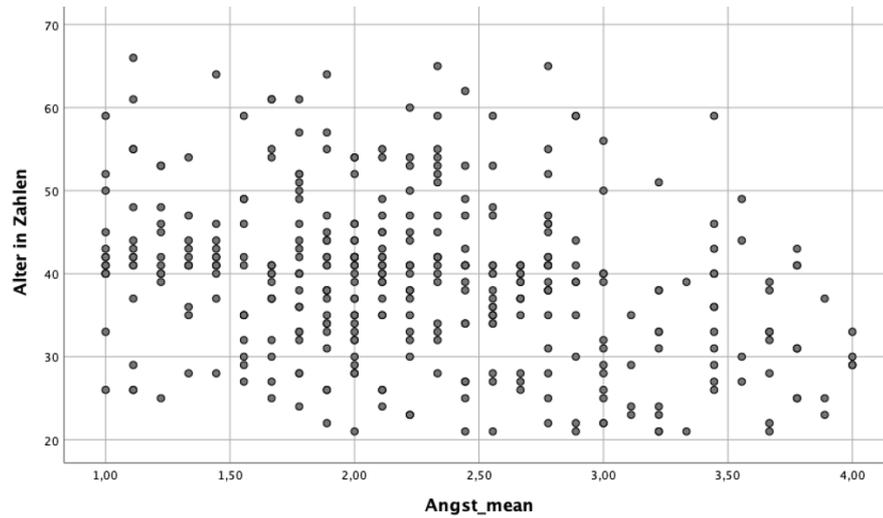
	Führungsposition	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Angst_mean	Führungskraft	119	1,9001	,58373	,05351
	Keine Führungskraft	260	2,4043	,74992	,04651

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit			95% Konfidenzintervall der Differenz			
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	Untere	Obere
Angst_mean	Varianzen sind gleich	10,604	,001	-6,488	377	,000	-,50418	,07771	-,65698	-,35138
	Varianzen sind nicht gleich			-7,111	288,583	,000	-,50418	,07090	-,64372	-,36464

Anlage 13: Korrelationsanalysen: Testvoraussetzung Linearität

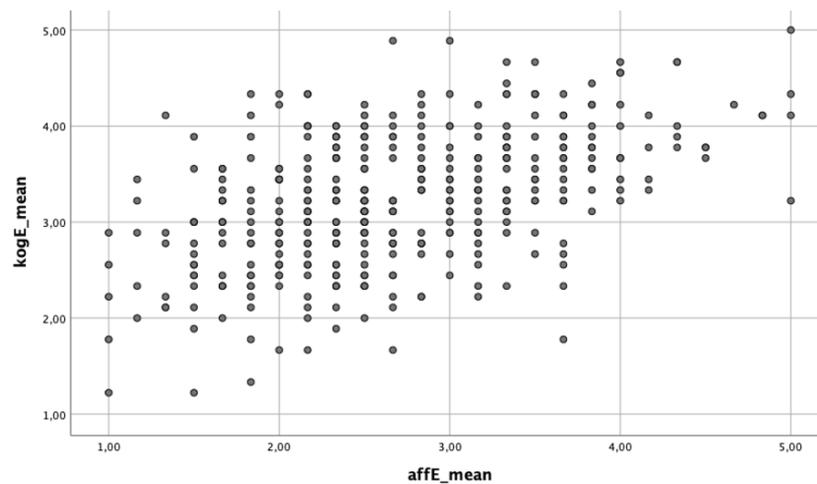
Zusammenhang zwischen Alter und sozialer Ängstlichkeit

Streudiagramm mit Trend zu negativem linearem Zusammenhang



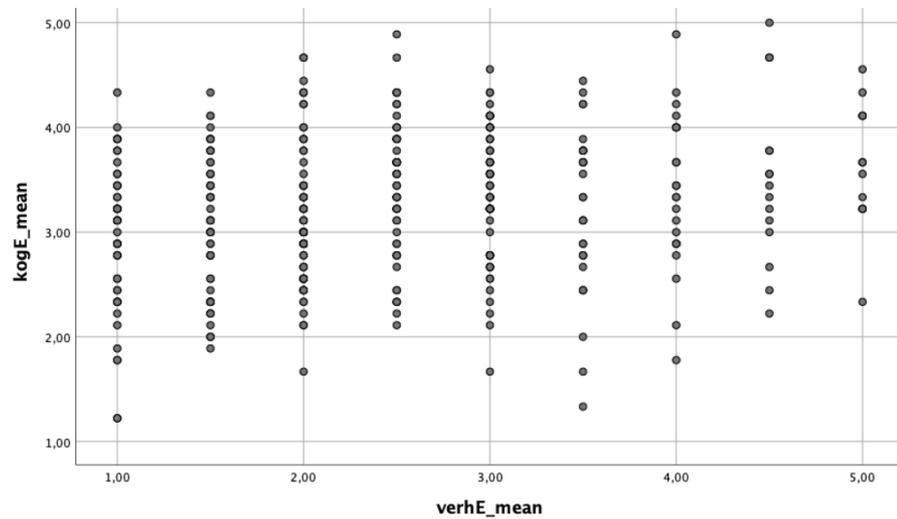
Zusammenhang zwischen der kognitiven und affektiven Einstellungskomponente

Streudiagramm mit Trend zu positivem linearem Zusammenhang



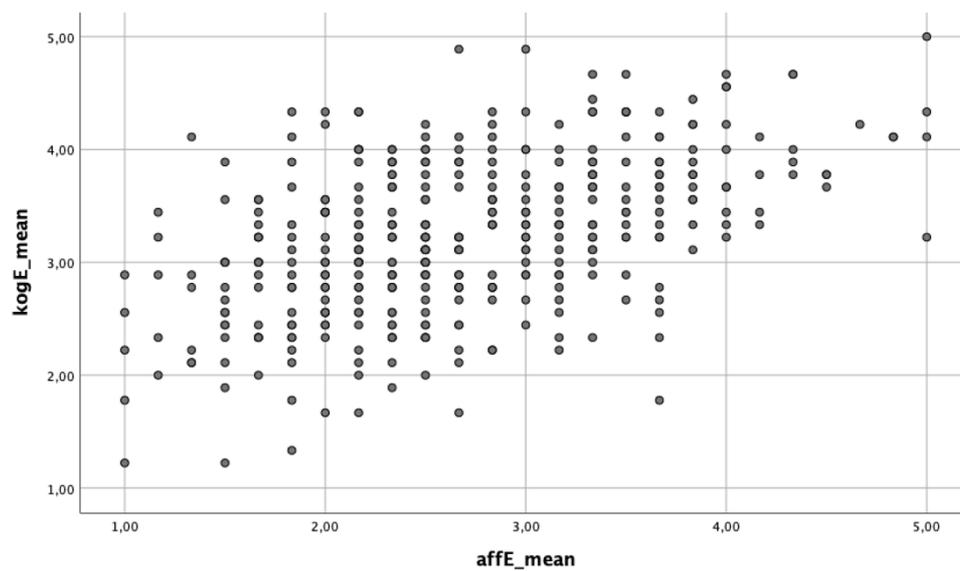
Zusammenhang zwischen der kognitiven und der verhaltensbezogenen Einstellungskomponente

Streudiagramm mit Trend zu positivem linearem Zusammenhang



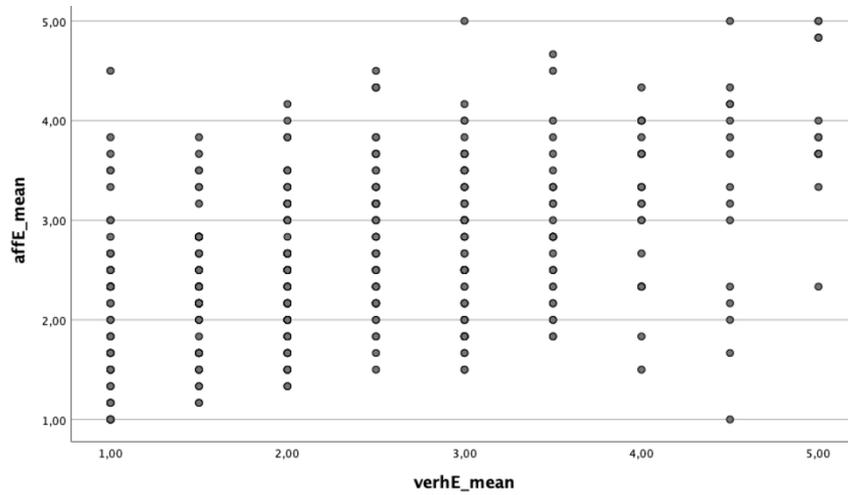
Zusammenhang zwischen der kognitiven und der affektiven Einstellungskomponente

Streudiagramm mit Trend zu positivem linearem Zusammenhang



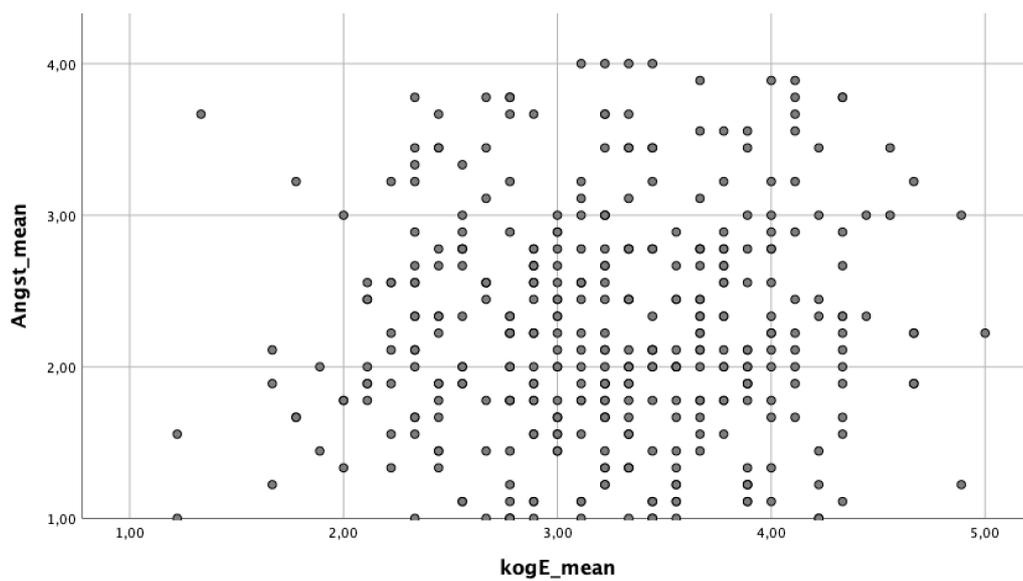
Zusammenhang zwischen der affektiven und der verhaltensbezogenen Einstellungskomponente

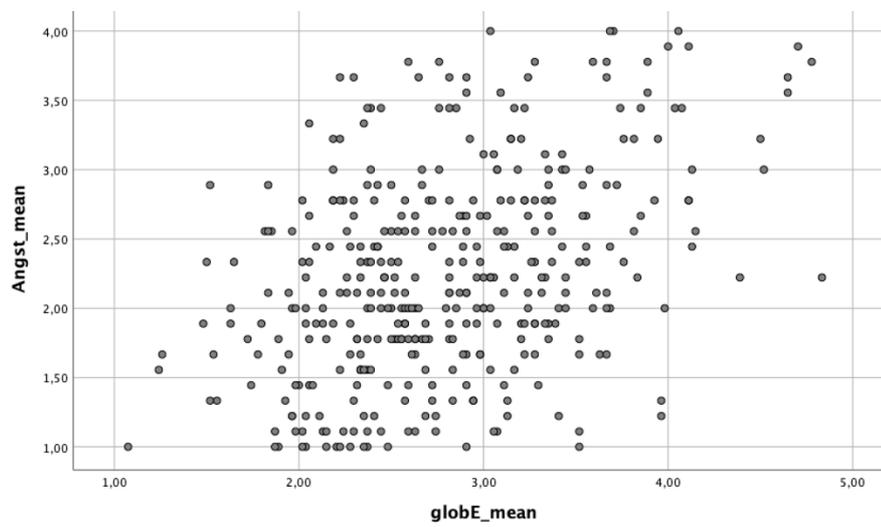
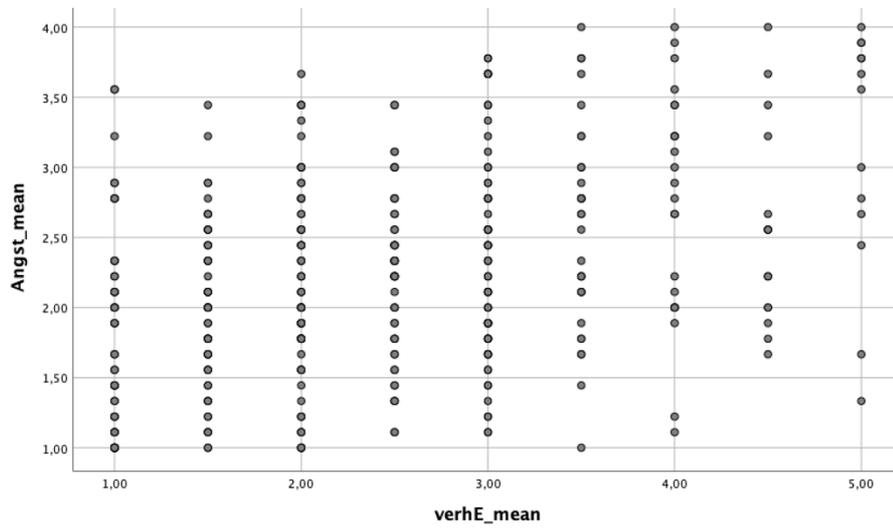
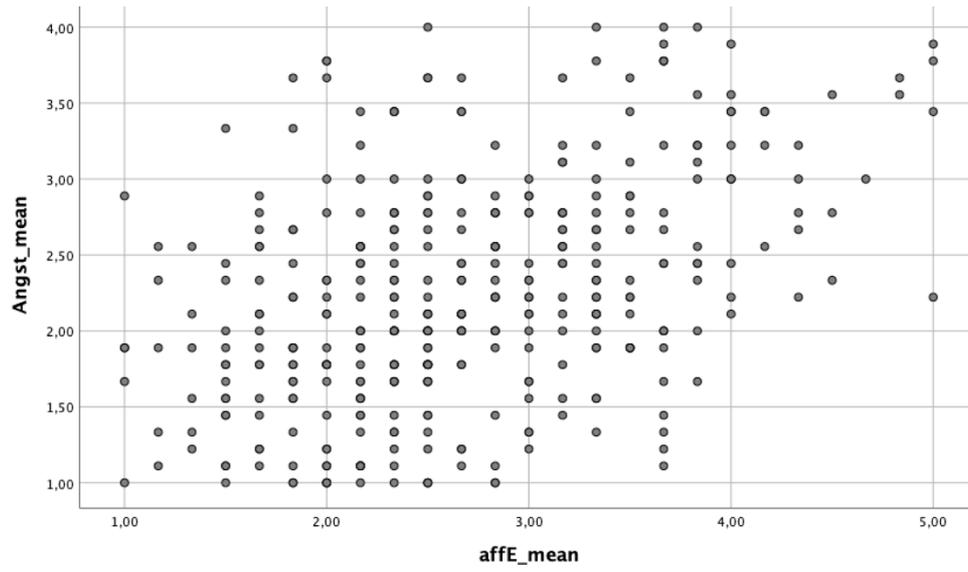
Streudiagramm mit Trend zu positivem linearem Zusammenhang



Zusammenhang zwischen sozialer Ängstlichkeit und Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien

Streudiagramm mit Trend zu positiven linearen Zusammenhängen





Anlage 14: Korrelationsanalysen: Ergebnisse

Alter und Soziale Ängstlichkeit: Korrelation nach Pearson

		Angst_mean	Alter in Zahlen
Angst_mean	Korrelation nach Pearson	1	-,284**
	Signifikanz (2-seitig)		,000
	N	379	379
Alter in Zahlen	Korrelation nach Pearson	-,284**	1
	Signifikanz (2-seitig)	,000	
	N	379	379

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Zusammenhang zwischen den Einstellungskomponenten: Korrelation nach Pearson

		kogE_mean	affE_mean	verhE_mean
kogE_mean	Korrelation nach Pearson	1	,495**	,236**
	Signifikanz (2-seitig)		,000	,000
	N	379	379	379
affE_mean	Korrelation nach Pearson	,495**	1	,446**
	Signifikanz (2-seitig)	,000		,000
	N	379	379	379
verhE_mean	Korrelation nach Pearson	,236**	,446**	1
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	
	N	379	379	379

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Einstellungen zur Nutzung digitaler Medien und Ängstlichkeit: Korrelationen nach Pearson

		Angst_mean	kogE_mean
Angst_mean	Korrelation nach Pearson	1	,063
	Signifikanz (2-seitig)		,224
	N	379	379
kogE_mean	Korrelation nach Pearson	,063	1
	Signifikanz (2-seitig)	,224	
	N	379	379

		Angst_mean	affE_mean
Angst_mean	Korrelation nach Pearson	1	,430**
	Signifikanz (2-seitig)		,000
	N	379	379
affE_mean	Korrelation nach Pearson	,430**	1
	Signifikanz (2-seitig)	,000	
	N	379	379

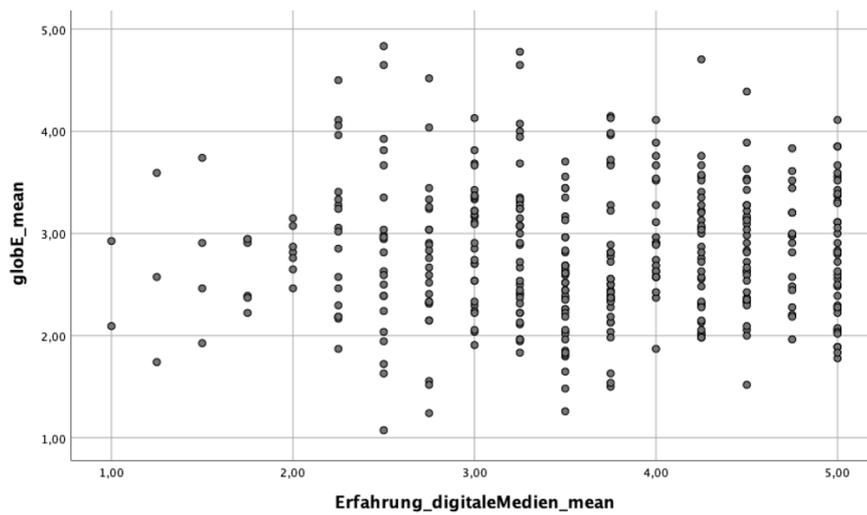
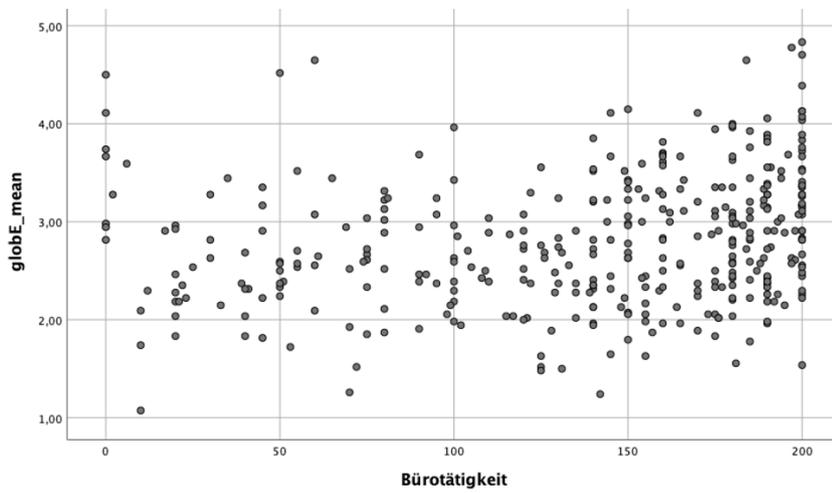
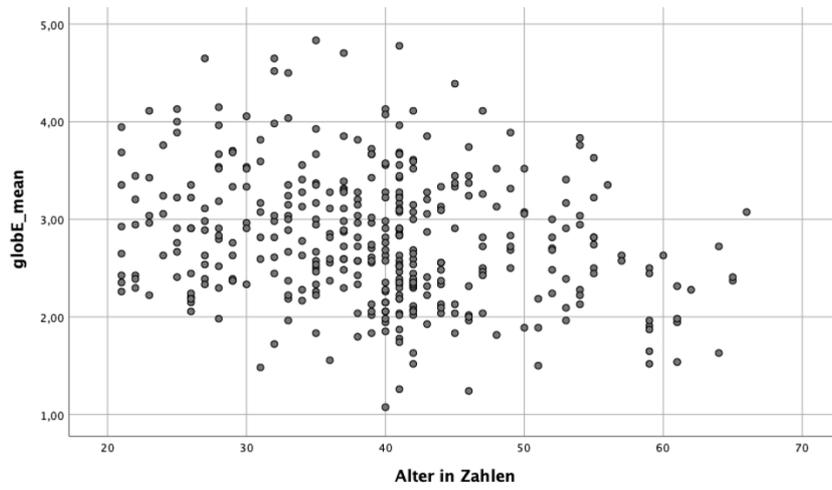
** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

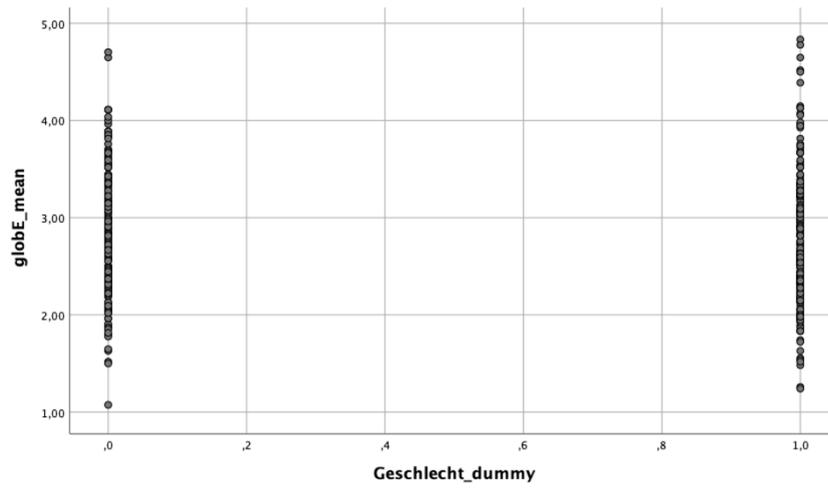
		Angst_mean	verhE_mean
Angst_mean	Korrelation nach Pearson	1	,387**
	Signifikanz (2-seitig)		,000
	N	379	379
verhE_mean	Korrelation nach Pearson	,387**	1
	Signifikanz (2-seitig)	,000	
	N	379	379

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

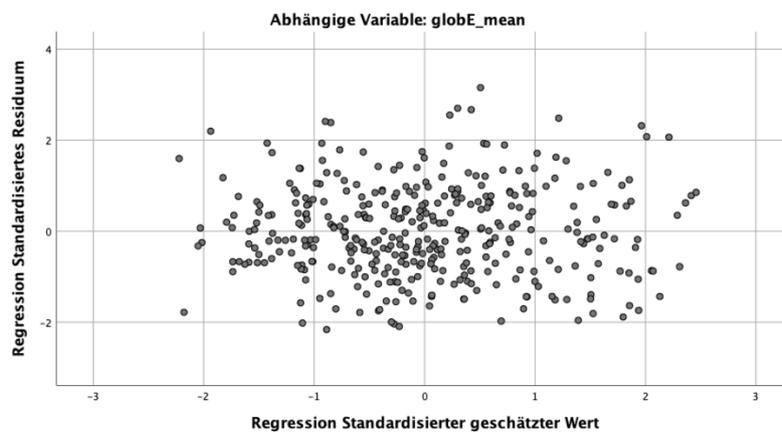
		Angst_mean	globE_mean
Angst_mean	Korrelation nach Pearson	1	,406**
	Signifikanz (2-seitig)		,000
	N	379	379
globE_mean	Korrelation nach Pearson	,406**	1
	Signifikanz (2-seitig)	,000	
	N	379	379

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

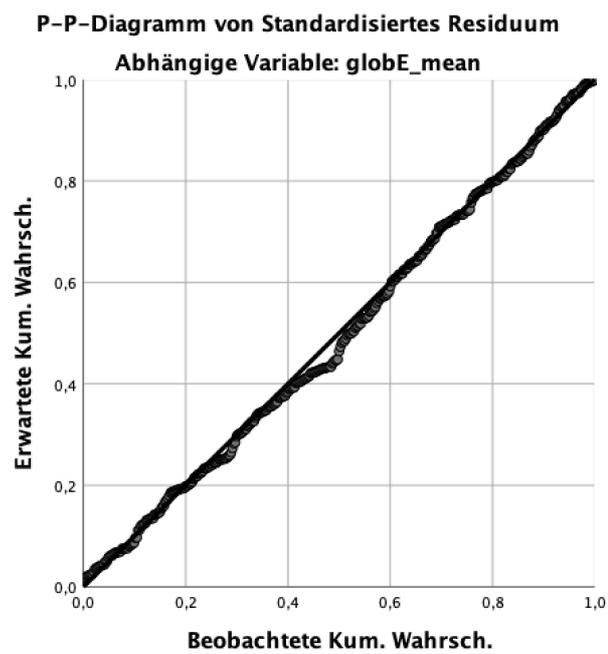
Anlage 15: Multiple lineare Regression: Testvoraussetzungen

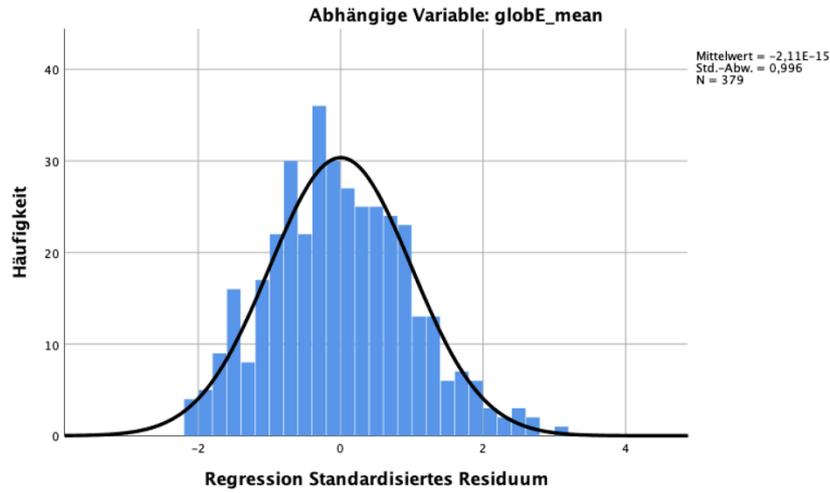


Homoskedasität



Normalverteilung der Residuen





Multikollinearität

Korrelationen

		globE_mean	Angst_mean	Alter in Zahlen	Erfahrung_digitaleMedien_mean	Geschlecht_dummy	Bürotätigkeit
Korrelation nach Pearson	globE_mean	1,000	,406	-,229	,011	-,018	,206
	Angst_mean	,406	1,000	-,284	-,207	,076	,082
	Alter in Zahlen	-,229	-,284	1,000	,065	-,164	-,033
	Erfahrung_digitaleMedien_mean	,011	-,207	,065	1,000	-,157	,473
	Geschlecht_dummy	-,018	,076	-,164	-,157	1,000	-,046
	Bürotätigkeit	,206	,082	-,033	,473	-,046	1,000
Sig. (1-seitig)	globE_mean	.	,000	,000	,419	,361	,000
	Angst_mean	,000	.	,000	,000	,070	,055
	Alter in Zahlen	,000	,000	.	,102	,001	,260
	Erfahrung_digitaleMedien_mean	,419	,000	,102	.	,001	,000
	Geschlecht_dummy	,361	,070	,001	,001	.	,188
	Bürotätigkeit	,000	,055	,260	,000	,188	.
N	globE_mean	379	379	379	379	379	379
	Angst_mean	379	379	379	379	379	379
	Alter in Zahlen	379	379	379	379	379	379
	Erfahrung_digitaleMedien_mean	379	379	379	379	379	379
	Geschlecht_dummy	379	379	379	379	379	379
	Bürotätigkeit	379	379	379	379	379	379

Anlage 16: Multiple lineare Regressionsanalyse: Ergebnisse

Methode Rückwärts

Modellzusammenfassung^u

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers	Statistikwerte ändern				Sig. Änderung in F
					Änderung in R-Quadrat	Änderung in F	df1	df2	
1	,460 ^a	,212	,201	,59623	,212	20,027	5	373	,000
2	,460 ^b	,212	,203	,59544	,000	,011	1	373	,918
3	,456 ^c	,208	,202	,59593	-,003	1,612	1	374	,205

a. Einflußvariablen : (Konstante), Geschlecht_dummy, Bürotätigkeit, Angst_mean, Alter in Zahlen, Erfahrung_digitaleMedien_mean

b. Einflußvariablen : (Konstante), Geschlecht_dummy, Bürotätigkeit, Angst_mean, Alter in Zahlen

c. Einflußvariablen : (Konstante), Bürotätigkeit, Angst_mean, Alter in Zahlen

d. Abhängige Variable: globE_mean

Anmerkung: Signifikanzwerte von 0.918 und 0.205 bedeuten, dass sich die Vorhersagegüte dieser Modelle nicht signifikant ändert.

ANOVA^a

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	35,598	5	7,120	20,027	,000 ^b
	Nicht standardisierte Residuen	132,598	373	,355		
	Gesamt	168,196	378			
2	Regression	35,594	4	8,899	25,098	,000 ^c
	Nicht standardisierte Residuen	132,602	374	,355		
	Gesamt	168,196	378			
3	Regression	35,022	3	11,674	32,873	,000 ^d
	Nicht standardisierte Residuen	133,173	375	,355		
	Gesamt	168,196	378			

a. Abhängige Variable: globE_mean

b. Einflußvariablen : (Konstante), Geschlecht_dummy, Bürotätigkeit, Angst_mean, Alter in Zahlen, Erfahrung_digitaleMedien_mean

c. Einflußvariablen : (Konstante), Geschlecht_dummy, Bürotätigkeit, Angst_mean, Alter in Zahlen

d. Einflußvariablen : (Konstante), Bürotätigkeit, Angst_mean, Alter in Zahlen

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler			
1	(Konstante)	2,189	,244		8,988	,000
	Angst_mean	,325	,045	,360	7,220	,000
	Alter in Zahlen	-,009	,003	-,131	-2,706	,007
	Bürotätigkeit	,002	,001	,167	3,125	,002
	Erfahrung_digitaleMedien_mean	,004	,039	,006	,103	,918
	Geschlecht_dummy	-,079	,063	-,059	-1,242	,215
2	(Konstante)	2,202	,205		10,746	,000
	Angst_mean	,324	,043	,359	7,466	,000
	Alter in Zahlen	-,009	,003	-,131	-2,710	,007
	Bürotätigkeit	,002	,001	,170	3,674	,000
	Geschlecht_dummy	-,079	,063	-,059	-1,270	,205
3	(Konstante)	2,132	,198		10,793	,000
	Angst_mean	,322	,043	,357	7,420	,000
	Alter in Zahlen	-,008	,003	-,122	-2,547	,011
	Bürotätigkeit	,002	,001	,173	3,746	,000

a. Abhängige Variable: globE_mean

Ausgeschlossene Variablen^a

Modell		Beta In	T	Sig.	Partielle Korrelation	Kollinearitäts statistik Toleranz
2	Erfahrung_digitaleMedie n_mean	,006 ^b	,103	,918	,005	,702
3	Erfahrung_digitaleMedie n_mean	,015 ^c	,275	,783	,014	,716
	Geschlecht_dummy	-,059 ^c	-1,270	,205	-,066	,969

a. Abhängige Variable: globE_mean

b. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), Geschlecht_dummy, Bürotätigkeit, Angst_mean, Alter in Zahlen

c. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), Bürotätigkeit, Angst_mean, Alter in Zahlen

Literaturverzeichnis

- Arad, G., Shamai-Leshem, D., Bar-Haim, Y. (2021). Social Distancing During A COVID-19 Lockdown Contributes to the Maintenance of Social Anxiety: A Natural Experiment. *Cognitive Therapy and Research*. Springer Nature. doi: 10.1007/s10608-021-10231-7.
- Aronson, E., Wilson, T.D., Akert, R.M. (2008). *Sozialpsychologie* (6. Aufl.). München: Pearson.
- Becker-Carus, C., Wendt, M. (2017). Emotion. In: C. Becker-Carus & M. Wendt. (Hrsg.). *Allgemeine Psychologie. Eine Einführung* (2. Aufl.). Berlin: Springer.
- Becker, E. (2011). *Angst*. München: Ernst Reinhardt Verlag.
- Bengel, J., Lyssenko, L. (2012). Resilienz und psychologische Schutzfaktoren im Erwachsenenalter. In: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (Hrsg.). *Forschung und Praxis der Gesundheitsförderung*, Bd. 43. Köln: BZgA.
- BfGA – Beratungsgesellschaft für Gesundheit und Arbeitsschutz (2021). *Büroarbeitsplatz*. Verfügbar unter <https://www.bfga.de/arbeitsschutz-lexikon-von-a-bis-z/fachbegriffe-a-b/bueroarbeitsplatz-fachbegriff/>. Abgerufen am 12. Juli 2021.
- BMAS - Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2019). *Der Dialogprozess Arbeiten 4.0*. Verfügbar unter <https://www.bmas.de/DE/Arbeit/Digitalisierung-der-Arbeitswelt/Arbeiten-vier-null/arbeiten-4-0.html#docb016daea-d5fb-4ea9-b99c-5b87a3a75695bodyText1>. Abgerufen am 15. Juni 2021.
- Budischewski, K., Günther, K. (2020). *SPSS für Einsteiger. Einführung in die Statistiksoftware für die Psychologie* (2. Aufl.). Basel-Weinheim: Beltz-Verlag.
- Bühner, M. (2006). *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion* (2. Aufl.). München: Pearson Studium.
- Buss, A.H. (1980). *Self-consciousness and social anxiety*. San Francisco: Freeman and Company.
- Cheek, J.M., Buss, A.H. (1981). Shyness and Sociability. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(2). S. 330 – 339.

- Cleff, T. (2019). *Angewandte Induktive Statistik und Statistische Testverfahren. Eine computergestützte Einführung mit Excel, SPSS und Stata*. Wiesbaden: Springer.
- Daly, J.A., McCroskey, J. C. (1975). Occupational Desirability and Choice as a Function of Communication Apprehension. *Journal of Counseling Psychology*, 22(4). S. 309 – 313.
- Destatis – Statistisches Bundesamt (2021a). *Erwerbstätige*. Verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Arbeit/Arbeitsmarkt/Glossar/erwerbstaetige.html>. Abgerufen am 28. Juni 2021.
- Destatis – Statistisches Bundesamt (2021b). *Erwerbstätige Inländer*. Verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Konjunkturindikatoren/Arbeitsmarkt/karb811.html>. Abgerufen am 1. Juni 2021.
- Destatis – Statistisches Bundesamt (2021c). *Teilhabe von Frauen am Erwerbsleben*. Verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Arbeit/Arbeitsmarkt/Qualitaet-Arbeit/Dimension-1/teilhabe-frauen-erwerbsleben.html>. Abgerufen am 1. Juni 2021.
- Diaz-Bone, R. (2019). *Statistik für Soziologen* (5. Aufl.). München: UVK Verlag.
- Döring, N., Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* (5. Aufl.). Berlin-Heidelberg: Springer.
- Eagly, A.H., Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth: Harcourt Brace.
- Eckstein, P.P. (2019). *Statistik für Wirtschaftswissenschaftler. Eine realdatenbasierte Einführung mit SPSS* (6. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
- Ekman, P., Sorenson, E.R., Friesen, W.V. (1969). Pan-cultural elements in facial displays of emotion. *Science*, 164(3875). S. 86 – 88.
- Elsner, B., Pauen, S. (2012). Vorgeburtliche Entwicklung und früheste Kindheit. In: W. Schneider & U. Lindenberger (Hrsg.). *Entwicklungspsychologie* (7. Aufl.). S.159 – 185. Weinheim-Basel: Beltz.
- Faik, J. (2018). *Statistik mit SPSS für Dummies*. Weinheim: WILEY-VCH Verlag.
- Feingold, A. (1994). Gender Differences in Personality: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 116 (3). S. 429 – 456.

- Fehm, L., Pelissolo, A., Furmark, T., Wittchen, H.-U. (2005). Size and burden of social phobia in Europe. *European Neuropsychopharmacology*, 15. S. 453 – 462.
- Fenigstein, A., Scheier, M., Buss, A.H. (1975). Public and private self-consciousness: Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43(4). S.522-527. DOI: 10.1037/h0076760.
- Fietz, J., Friedrichs, J. (2019). Gesamtgestaltung des Fragebogens. In: N. Baur & J. Blasius (Hrsg.). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2. Aufl.). S. 813 – 828. Wiesbaden: Springer VS.
- Fischer, L., Wiswede, G. (2009). *Grundlagen der Sozialpsychologie* (3. Aufl.). München: Oldenbourg Verlag.
- Fischer, P., Jander, K., Krueger, J. (2018). *Sozialpsychologie für Bachelor* (2. Aufl.). Berlin: Springer.
- Franzen, A. (2019). Antwortskalen in standardisierten Befragungen. In: N. Baur & J. Blasius (Hrsg.). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2. Aufl.). S. 843 – 853. Wiesbaden: Springer VS.
- Gerdenitsch, C., Korunka, C. (2019). *Digitale Transformation der Arbeitswelt. Psychologische Erkenntnisse zur Gestaltung von aktuellen und zukünftigen Arbeitswelten*. Berlin: Springer.
- Haddock, G., Maio, G.R. (2014). Einstellungen. In: K. Jonas, W. Stroebe & M. Hewstone (Hrsg.) (6. Aufl.). *Sozialpsychologie*. Berlin-Heidelberg: Springer. S. 189 – 229.
- Häder, M. (2015). *Empirische Sozialforschung. Eine Einführung* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
- Hannover, B., Greve, W. (2012). Selbst und Persönlichkeit. In: W. Schneider & U. Lindenberger (Hrsg.). *Entwicklungspsychologie* (7. Aufl.). Weinheim-Basel: Beltz.
- Hans-Böckler-Stiftung (2021). *Studien zu Homeoffice und mobilem Arbeiten*. Verfügbar unter <https://www.boeckler.de/de/auf-einen-blick-17945-Auf-einen-Blick-Studien-zu-Homeoffice-und-mobiler-Arbeit-28040.htm>. Abgerufen am 2. Juni 2021.
- Helbig, S., Petermann, F. (2008). Entwicklungspsychopathologie Sozialer Angststörungen. *Zeitschrift für Psychiatrie, Psychologie und Psychotherapie*, 56(3). S. 211 – 227.

- Hilgers, M. (2006). *Scham. Gesichter eines Affekts*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hock, M., Kohlmann, C.W. (2009). Angst und Furcht. In: V. Brandstätter & J.H. Otto (Hrsg.). *Handbuch der Allgemeinen Psychologie – Motivation und Emotion*. S. 623 – 632. Göttingen: Hogrefe.
- Holodyski, M. (2006). *Emotionen – Entwicklung und Regulation*. Heidelberg: Springer.
- Hoyer, J., Margraf, J. (Hrsg.) (2003). *Angstdiagnostik. Grundlagen und Testverfahren*. Berlin-Heidelberg: Springer.
- Huskinson, T.L.H., Haddock, G. (2004). Individual differences in attitude structure: Variance in the chronic reliance on affective and cognitive information. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40 (1). S. 82 – 90. Doi: 10.1016/S0022-1031(03)00060-X.
- Hussy, W., Schreier, M., Echterhoff, G. (2013). *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor* (2. Aufl.). Berlin-Heidelberg: Springer.
- Initiative D21 e.V. (2021). *D21 Digital-Index 20/21. Jährliches Lagebild zur Digitalen Gesellschaft*. Berlin: Druckhaus Sportflieger.
- Katz, D. (1967). The functional approach to the study of attitudes. In: M. Fishbein, M. (Hrsg.). *Readings in attitude theory and measurement*. S. 457 – 468. Wiley: New York.
- Kessler, T., Fritsche, I. (2018). *Sozialpsychologie*. Wiesbaden: Springer.
- Krämer, C.F. (2019). Industrie 4.0 – Möglichkeiten und Grenzen von Online-Kommunikation in virtuellen Teams. In: A. Ternès & M. Englert (Hrsg.). *Digitale Unternehmensführung*. S. 25 – 41. Wiesbaden: Springer.
- Krebs, D., Menold, N. (2019). Gütekriterien quantitativer Sozialforschung. In: N. Baur & J. Blasius (Hrsg.). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2. Aufl.). S. 489 – 504. Wiesbaden: Springer VS.
- Krohne, H.W. (2010). *Psychologie der Angst. Ein Lehrbuch*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Krohne, H.W., Tausch, A. (2014). *Persönlichkeit und Emotion. Individuelle Unterschiede im emotionalen Erleben und Verhalten*. Stuttgart: Kohlhammer.

- Kuckartz, U., Ebert, T., Rädiker, S., Stefer, C. (2009). *Evaluation online. Internet-gestützte Befragung in der Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kuckartz, U., Rädiker, S., Ebert, T., Schehl, J. (2013). *Statistik. Eine verständliche Einführung* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
- Laux, L., Glanzmann, G. (1996). Angst und Ängstlichkeit. In: M. Amelang (Hrsg.). *Enzyklopädie der Psychologie. Differenzielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung. Band 3. Temperaments- und Persönlichkeitsunterschiede*. S. 108 – 151. Göttingen: Hogrefe.
- Lee, S., Tam, C.L. & Chie, Q.T. (2014). Mobile Phone Usage Preferences: The Contributing Factors of Personality, Social Anxiety and Loneliness. *Social Indicators Research*, 118. S. 1205 – 1228. DOI:10.1007/s11205-013-0460-2.
- Legrand, L.N., McGue, M., Iacono, W.G. (1999). A twin study of state and trait anxiety in childhood and adolescence. *Journal of Child Psychology and Allied Disciplines*, 40(6). S. 953 – 958.
- Leonhart, R. (2008). *Psychologische Methodenlehre/Statistik*. München: Ernst Reinhardt.
- Leonhart, R. (2017). *Lehrbuch Statistik. Einstieg und Vertiefung* (4. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Margraf, J., Schneider, S. (2003). Angst und Angststörungen. In: J. Hoyer & J. Margraf (Hrsg.) *Angstdiagnostik. Grundlagen und Testverfahren*. Berlin-Heidelberg: Springer.
- Mattejat, F., Quaschner, K. (2019). Fallkonzeptualisierung. In: T. Kircher (Hrsg.). *Kompendium der Psychotherapie. Für Ärzte und Psychologen* (2. Aufl.). S. 25 – 46. Berlin: Springer.
- Menold, N., Bogner, K. (2000). *Gestaltung von Ratingskalen in Fragebögen*. Mannheim: GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften (SDM Survey Guidelines). DOI: 10.15465/sdm-sg_015.
- Mitte, K., Heidenreich, T., Stangier, U. (2007). Diagnostik bei Sozialen Phobien. In: F. Petermann & T. Heidenreich (Hrsg.). *Kompendien Psychologische Diagnostik*, Bd. 9. Göttingen: Hogrefe.
- Moosbrugger, H. & Kelava, A. (2020). Qualitätsanforderungen an Tests und Fragebogen. In: H. Moosbrugger & A. Kelava (Hrsg.). *Testtheorie und Fragebogenkonstruktion* (3. Aufl.). S. 13 – 38. Berlin-Heidelberg: Springer.

- Mowrer, O.H. (1960). *Learning Theory and the Symbolic Process*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Olson, J.M., Vernon, P.A., Harris, J.A., Jang, K. (2001). The Heritability of Attitudes: A Study of Twins. *Journal of Personality and Social Psychology*. S. 845 – 860. DOI: 10.1037/0022-3514.80.6.845.
- O’Muircheartaigh, C., Krosnick, J.A., Helic, A. (2000). *Middle Alternatives, Acquiescence and the Quality of Questionnaire*. Verfügbar unter: https://www.researchgate.net/publication/5091207_Middle_Alternatives_Acquiescence_and_the_Quality_of_Questionnaire_Data. Abgerufen am 16. Juli 2021.
- Pekrun, R., Frenzel, A.C. (2009). Persönlichkeit und Emotion. In: V. Brandstätter & J.H. Otto (Hrsg.). *Handbuch der Allgemeinen Psychologie – Motivation und Emotion*. S. 686 – 696. Göttingen: Hogrefe.
- Phillips, S.D., Bruch, M.A. (1988). Shyness and Dysfunction in Career Development. *Journal of Counseling Psychology*, 35(2). S. 159 – 165.
- Porst, R. (2014). *Fragebogen. Ein Arbeitsbuch* (4. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
- Rasch, B., Frieze, M., Naumann, E., Hofmann, W. (2014). *Zweifaktorielle Varianzanalyse. G*Power-Ergänzungen*. Verfügbar unter https://lehrbuchpsychologie.springer.com/sites/default/files/atoms/files/rasch_a4_978-3-662-43547-2_kapitel_6_gpower_ergaenzungen.pdf. Abgerufen am 21. Juni 2021.
- Raab-Steiner, E., Benesch, M. (2015). *Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung* (4. Aufl.). Stuttgart: Facultas Verlags- und Buchhandels AG.
- Rice, L., Markey, P.M. (2009). The role of extraversion and neuroticism in influencing anxiety following computer-mediated interactions. *Personality and Individual Differences*, 46(1). S. 35 – 39. DOI: 10.1016/j.paid.2008.08.022.
- Rosenberg, M.J., Hovland, C.I. (1960). In: C.I. Hovland & M. J. Rosenberg (Hrsg.). *Yale Studies in Attitude and Communication. Volume 3. Attitude Organization and Change. An Analysis of consistency among attitude components*. S. 1 – 14. New Haven: Yale University Press.
- Schäfer, T. (2016). *Methodenlehre und Statistik. Einführung in Datenerhebung, deskriptive Statistik und Inferenzstatistik*. Wiesbaden: Springer.

- Schaper, N. (2019). Wirkungen der Arbeit. In: F.W. Nerdinger, G. Blickle & N. Schaper (Hrsg.). *Arbeits- und Organisationspsychologie* (4. Aufl.). S. 573 – 600. Berlin: Springer.
- Scheier, M.F., Carver, C.S. (1985). The self-consciousness scale – a revised version for use with general populations. *Journal of Applied Social Psychology*, 15. S. 687 – 699.
- Schlenker, B. R., & Leary, M. R. (1982). Social anxiety and self-presentation: A conceptualization model. *Psychological Bulletin*, 92(3). S. 641 – 669. doi: 10.1037/0033-2909.92.3.641.
- Schmidt-Atzert, L., Peper, M., Stemmler, G. (2014). *Emotionspsychologie. Ein Lehrbuch* (2. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.
- Schwarzer, R. (2000). *Stress, Angst und Handlungsregulation* (4. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.
- Spielberger, C.D. (Hrsg.) (1972). *Anxiety: Current Trends in Theory and Research*. New York: Academic Press.
- Stangier, U., Heidenreich, T., Berardi, A., Golbs, U., Hoyer, J. (1999). Die Erfassung sozialer Phobien durch die Social Interaction Anxiety Scale (SIAS) und die Social Phobia Scale (SPS). *Zeitschrift für Klinische Psychologie*, 28, S. 28 – 36.
- Statista (2020). *Gen Z, Millennials und Generation X – Ein Überblick*. Verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/studie/id/78414/dokument/gen-z-millennials-und-generation-x-ein-ueberblick/>. Abgerufen am 21. August 2021.
- Stein, P. (2019). Forschungsdesigns für die quantitative Sozialforschung. In: N. Baur & J. Blasius (Hrsg.). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2. Aufl.). S. 125 – 142. Wiesbaden: Springer.
- Stemmler, G., Hagemann, D., Amelang, M., Bartussek, D. (2011). *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung* (7. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.
- Stangier, U., Clark, D.M., Ginzburg, D.M., Ehlers, A. (2016). *Soziale Angststörung* (2. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Theobald, A. (2017). *Praxis Online-Marktforschung. Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung*. Wiesbaden: Springer.

- Tiedemann, J. (2007). *Die intersubjektive Natur der Scham*. Dissertationsschrift der Freien Universität Berlin.
- Tomkins, S. (1963). *Affect, imagery, consciousness. Vol. II. The negative affects*. New York: Springer.
- VSSP – Bundesverband der Selbsthilfe Soziale Phobie e.V. (2016) (Hrsg.). Auswirkungen Sozialer Phobie auf Beziehung und Partnerschaft. Leitfaden zur Selbsthilfe und Selbsthilfe – Gruppenarbeit, Nr. 4. Verfügbar unter https://www.vssp.de/files/Leitfaden_4_1.pdf. Abgerufen am 20. Juni 2021.
- Wänke, M., Bohner, G. (2006). Einstellungen. In: H.W. Bierhoff & D. Frey (Hrsg.) *Handbuch der Sozialpsychologie und der Kommunikationspsychologie*. S. 404 – 414. Göttingen: Hogrefe.
- Watson, D., Clark, L.A. (1984). Negative Affectivity: The disposition to experience aversive emotional states. *Psychological Bulletin*, 96, S. 465 – 490.
- Werth, L., Mayer, J. (2008). *Sozialpsychologie*. Berlin-Heidelberg: Springer.
- Wirtschaftslexikon24.com (2021). *Führungsebenen*. Verfügbar unter <http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/fuehrungsebenen/fuehrungsebenen.htm>. Abgerufen am 6. Juli 2021.
- Wurmser, L. (1998). *Die Maske der Scham* (3. Aufl.). Berlin-Heidelberg: Springer.
- ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung in Mannheim (2020). *Unternehmen wollen auch nach der Krise an Homeoffice festhalten*. Verfügbar unter <https://www.zew.de/presse/pressearchiv/unternehmen-wollen-auch-nach-der-krise-an-homeoffice-festhalten>. Abgerufen am 19. August 2021.
- Zimbardo, P.G. (1977). *Shyness. What it is. What to do about it*. New York: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit ohne Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Diese Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegen.



31. August 2021

Datum, Unterschrift

Von

Katharina Jäggle

Kattegatstr.8

13359 Berlin

Studiengang: B. Sc. Psychologie

Matrikelnummer: 2007505