

Vorlesung: Theorien von Befragungen → dazu folgen noch weitere Veranstaltungen

Klassifikationen, um die Vielfalt zu zeigen:

1. Allgemein

- Mündliche Befragungen (Interviewer kommt ins Haus) auch Face-to-face
Vermutung: am ehesten gültige und verlässliche Daten (sozialer Kontakt), universell einsetzbar, beachte als Probleme: Ausschöpfung und Kosten als Restriktionen, kommerzielle Institute bieten Befragungen an → Königsweg ?
- Schriftliche Befragungen (postalisch, aber auch als Klausur wie z.B. bei der Lehrevalluation)
„Comeback“ erwartet, begegnet einigen Problemen aus der mündlichen Befragung wie Interviewereinfluss, relativ hoher Gesamtaufwand, Anonymität, Problem: Wer füllt den Bogen aus? Ausschöpfung fast nicht vorhersehbar
- Telefonische Befragungen
Dominieren, fast alle Haushalte sind mit Telefonanschluss ausgestattet → CATI, Feldzeit verkürzen, stärkere Kontrollen, bessere Stichproben, Telefonstudios, Probleme: Handys, Dauer der Befragung
- Befragungen per Internet, Fax, E-Mail und Diskette (disk by mail), WebTV
- Access-Panels mit Profibefragten
(Dazu später noch eigene Vorlesung)

2. Unterscheide bei mündlichen Befragungen:

- Paper-and-pencil oder PAPI (Vorlageliste, Kärtchenspiele, Umschläge zum Selbstausfüllen)
- CAPI = Computer unterstützte persönlich mündliche Befragungen; (komplizierte Fragebögen, Kontrolle der Dateneingabe – wild codes, Interviewereinfluss reduziert, Interviewerkontrollen)

3. Einzel- und Gruppeninterviews, Gruppendiskussionen

4. Art und Weise der Interviewführung

- Weiche Interviews
Interviewer stimmt der Zielperson zu und baut so Hemmungen ab
- Harte Interviews
Interviewer tritt autoritär auf, weist auf Widersprüche hin, äußert Misstrauen usw. Beispiel Kinsey-Report zum Sexualverhalten

- (Meist jedoch) Neutrale Interviews (Interviewer registriert Verhalten und hält sich an die Normen: lacht wenn er einen Witz erzählt bekommt usw.)

5. (eigentlich Kontinuum mit Mischformen) **Grad der Strukturiertheit**

- **Wenig strukturierte Befragungen**
Mündlich: ohne Fragebogen, Interviewer stellt die Fragen, die Antworten des Befragten bestimmen den Verlauf des Interviews (z.B. Beschreiben Sie bitte Ihr Verhältnis zu Kindern!)
Schriftlich: nur Aufsatzthema vorgegeben
Auch Focusinterview, Tiefeninterview oder narratives Interview genannt (dazu eigene Vorlesung)
- **Teilstrukturierte Befragungen**
In einem Gesprächsleitfaden vorformulierte Fragen; auch: Leitfadeninterview
- **Standardisierte Interviews**
Fragebogen, Interviewsituation ist stark strukturiert, Interviewer übermittelt die Fragen; liefert vergleichbare Daten,
Interviewereinfluss nicht völlig auszuschalten, deshalb möglichst viele Interviewer einsetzen (ALLBUS über 300), theoretisches Vorwissen erforderlich

Frageformulierung galt als „Kunstlehre“ (d.h. nicht so recht erlernbar), neuerdings aber auch zahlreiche Experimente u.a. zum Verständnis der Fragen

Befragung: *soziale* Situation, die durch die Kommunikation strukturiert wird.

Idee: Mensch sitzt im Zug neben einem anderen Menschen, es gelten dann bestimmte Regeln für die Kommunikation: anderen ausreden lassen, höflich sein, gegenseitig berichten, spontane Reaktion auf den anderen usw.

Befragung in den Sozialwissenschaften weist dagegen besondere Merkmale auf:

- a) Planmäßig (Vorgehen ist vorstrukturiert)
- b) Wissenschaftliches Ziel
- c) Einseitig (Interviewer gibt die Richtung an)
- d) künstlich, asymmetrisch (nur einer fragt, der andere hat nichts zu sagen)
- e) unter Fremden (positiv: Distanz)
- f) folgenlos

Voraussetzung: Kooperationsbereitschaft, Anschreiben, kultureller Kontext

Konversationsnormen einhalten (vgl. z.B. ein Gespräch in einem Zugabteil): die Wahrheit sagen und nicht etwa nur immer zustimmen, den anderen aussprechen lassen, keine offenbar langweiligen Themen überstrapazieren, bei Scherzen des anderen entsprechend lachen, mit heiklen Themen sensible umgehen, Fragen aufeinander beziehen und nicht laufend wiederholen, Konflikte vermeiden, Redundanz vermeiden, zuvor gegebene Informationen ergänzen sich usw.

Theorien der Befragung (drei Ansätze zur Erklärung von Antwortverzerrungen)

1. Klassische Annahme (Holm 1974)

Unterscheide verschiedene Einflüsse beim Interview: (Frage: Wie viel verdienen Sie durchschnittlich im Monat?)

Antwort = Wahrer Wert (Zieldimension) + Zufallsfehler (z.B. der Interviewer verhört oder verschreibt sich) + Systematischer Fehler (Fremddimensionen → die Zielpersonen vergessen ihr Weihnachtsgeld) + Soziale Erwünschtheit (z.B. Finanzamt, Kleidung des Interviewers)

→ Faktorenanalyse als Instrument zur Ermittlung der Dimensionen; einfacher und relativ überschaubarer Ansatz

Meinungsfragen: ZP projiziert ihr geistiges, multidimensionales Kontinuum auf die begrenzten Antwortvorgaben einer Skala

Beispiel: „Wie sympathisch oder unsympathisch ist Ihnen Frau Merkel? Sagen Sie es mir bitte anhand dieser Skala.“ → Dimensionen: weiblich, protestantisch, geschieden, aus dem Osten, wertekonservativ, 50 Jahre alt ... → Antwort: „4“

2. Kosten-Nutzen-Perspektive (Esser 1986, Rational-choice-Ansatz)

Prozesse beim Interview werden erklärt über 1.) Soziale Anerkennung (= Nutzen) und 2.) die Vermeidung von Missbilligung (= Kosten);

Interview wird als soziale Situation eingeschätzt, Fragen werden interpretiert; (Dialekt des Interviewers, Kleidung, Abzeichen, Alter) Personen wählen jene Handlungsstrategie, von der sie meinen, dass sich damit in der jeweiligen Situation am ehesten ein bestimmtes Handlungsziel erreichen lässt

Schlussfolgerung: Gibt es überhaupt einen wahren Wert? (Können Befragte lügen?)

„Man kann zusammenfassen, dass Verzerrungen von Antworten nach sozialer Erwünschtheit sich als kombiniertes Resultat von Motiven, Bedürfnissen und Bewertungen einerseits (...)

und gewissen Erwartungen über den Zusammenhang einer Antwort mit gewissen Konsequenzen erklären lassen.“ (Esser 1986, S.6)

Eine „wahre“ Einstellung ergibt sich aus dem Vergleich verschiedener, möglicher Reaktionen; mehrstufige Entscheidung der Zielperson in einem Interview:

- Typisierung der Merkmale des Interviewers (trägt Markenartikel, Alter, Geschlecht) und der Fragebogenfragen (was kommt wohl als nächstes?) bezüglich es behandelten Themas
- Diese Orientierungen bestimmen die Beurteilung möglicher Handlungsalternativen (Abbruch versus Fortsetzung; Nähe versus Distanz usw.)
- Entscheidung ist vom Ziel einer konfliktlosen Abwicklung des Interviews geleitet

Ergebnis: die „tief verankerte“ Einstellung ist nur **ein** möglicher Orientierungspunkt bei der Wahl einer Antwort, eine Vielzahl von Dimensionen sind wichtig, z.B. Frageverständnis → ein eher pessimistisches Verständnis im Sinne eines wahren Wertes

Schematische Darstellung

$U_1, U_2, \dots U_n$: Verschiedene Zielsituationen (z.B. soziale Anerkennung) werden verschieden bewertet

$A_1, A_2, \dots A_m$: Handlungsalternativen in diesen Situationen (Antwortmöglichkeiten)

$p_{11} \dots p_{mn}$: Erwartungen, dass eine bestimmte Handlung A_i zum Ziel (U_j) führt

Annahmen

1. Der Akteur nimmt für jede Handlungsalternative A_j (oder Antwortmöglichkeit) eine Gewichtung der dazugehörigen Wahrscheinlichkeit vor, (das Produkt aus U_j und p_{ij})
2. Wahl der Handlung: Bildung der Summe der Produkte $p_{ij}U_j$ (zugleich: subjektive Nutzenserwartung), und Auswahl der Handlungsalternative mit der größten subjektiven Nutzenserwartung (SEU)

Beispiel: Drei Handlungsvarianten bei einer Befragung

A_1 = Zustimmung zu einer Aussage (Positives Verhältnis zum Joggen)

A_2 = Unentschiedenheit

A_3 = Ablehnung einer Aussage (negatives Verhältnis zum Joggen)

Zwei Ziele (in Wirklichkeit viel mehr Ziele)

U_1 = Bekenntnis einer sportlichen Lebensweise

U_2 = Erlangung sozialer Anerkennung gegenüber dem Interviewer

Berechnung der subjektiven Wahrscheinlichkeiten (fiktive Beispiele) p_{ij}

A₁ und U₁: **.80** (Äußerung eines positiven Verhältnisses zum Joggen und Bekenntnis einer sportlichen Lebensweise)

A₁ und U₂: **.00** (Äußerung eines positiven Verhältnisse zum Joggen und Erlangung sozialer Anerkennung gegenüber dem viel zu dicken Interviewer)

A₂ und U₁: .40 ...

A₂ und U₂: .20 ...

A₃ und U₁: .00 ...

A₃ und U₂: .40 ...

Intensität der Ziele (fiktive Beispiele)

U₁: 10 (Wichtigkeit, eine sportliche Lebensweise zu bekennen)

U₂: 5 (Wichtigkeit, soziale Anerkennung durch den Interviewer zu erlangen)

Subjektive Nutzenerwartung von Handlungsalternativen

	p _{i1}	p _{i2}	p _{i1} U ₁	p _{i2} U ₂	p _{ij} U _j	=	SEU _i
A ₁	.80	.00	(.80) 10	(.00) 5	8 + 0	=	8
A ₂	.40	.20	(.40) 10	(.20) 5	4 + 1	=	5
A ₃	.00	.40	(.20) 10	(.00) 5	0 + 4	=	4

Ergebnis: A1 wird gewählt (Ich habe ein positives Verhältnis zum Joggen)

Kritik: Zeitdruck bei der Antwort, motivationale Komponenten für komplizierte Denkopoperationen → Befragungen sind viel zu unwichtig usw. z.B. gegenüber dem Anmieten einer Wohnung

3. Informationsverarbeitung: (kognitive Psychologie, Strack/Martin 1987)

Die Teilnehmer einer Befragung müssen:

1. Die gestellte Frage verstehen
2. Relevante Informationen aus dem Gedächtnis abrufen
 - Bei *Einstellungsfragen*: eine bereits gebildete Meinung aus der Erinnerung abrufen oder relevante Informationen abrufen, die es erlauben, ein Urteil zum Befragungsgegenstand zu bilden
 - Bei *Verhaltensfragen*: relevante Ereignisse erinnern, sie gegebenenfalls datieren, eventuell die Zahl der relevanten Ereignisse bestimmen oder sie abschätzen

3. Auf der Basis dieser Informationen ein Urteil bilden
4. Dieses Urteil gegebenenfalls in ein Antwortformat einpassen (Skala mit DM versus €)
5. Gegebenenfalls ihr "privates" Urteil vor Weitergabe an den Interviewer editieren

Beachte

Konsequenzen:

- Eindeutige und knappe Formulierung der Frage (kann Widerspruch sein)
- Informationssuche wird irgendwann abgebrochen, zuerst erinnerte Informationen haben damit besondere Bedeutung (Kontexteffekte)
- Unterscheide chronisch (z.B. wenn man öfter über den Sachverhalt nachdenkt, z.B. Finanzamt und Steuererklärung) und situativ (Interview selbst erzeugt die Erinnerung an die Information) verfügbare Information
- Erinnerungsleistungen und Urteilsprozesse sind zu vollbringen (kein Foto, muss erstellt werden)
- Abrufe aus dem Gedächtnis unterliegen einer aktiven Informationsverarbeitung unter Zuhilfenahme weiterer Informationen (clues, Anker)
- Dabei Einfluss von Fragestellung und Antwortvorgabe (vgl. Frage zur Häufigkeit des Fernsehens)

Theorien paralleler Verarbeitungswege

Im Denken werden „Abkürzungen“ genutzt, um so schneller zu einer Antwort zu gelangen

Der „Wahre Wert“ fertig in einer Schublade für den Abruf gelagert, ist nur eine Variante der Antwortfindung

Das Optimizing / Satisficing Modell

Wenig motivierte Befragte vereinfachen sich die Antwortfindung, lediglich eine hinreichende Antwort wird gesucht; auch bei schwierigen Fragen → Wahl der Mittelkategorie, weiß nicht Antworten, Zustimmungstendenz

2. Ansätze zur Erklärung des Teilnahmeverhaltens

- Teilnahme als rationale Entscheidung

ZP "berechnen" die Summe aus individuell gewichteten Anreizen (altruistische Gründe, Neugier, Interesse, Verfolgung individueller Ziele) und verringern sie um die Kosten (Es-ser 1986b:41).

Erklärung des Mittelstandsbias: Niedrige soziale Schichten: Nutzen wird gering bewertet, hoch gestellte Personen: hohe Opportunitätskosten

- **Teilnahme als heuristische Entscheidung**

Befragte investieren wegen Indifferenz und Konsequenzlosigkeit nur wenig Zeit und kognitiven Aufwand in die Entscheidungsfindung und verwenden Heuristiken, um effizient Handlungsalternativen auszuwählen. Heuristiken: pragmatische Entscheidungsregeln, die mit geringem kognitiven Aufwand in der Mehrzahl der Fälle zu einem sinnvollen Ergebnis führen (Stroebe/Jonas/Hewstone 2002:147).

- **Teilnahme als sozialer Austausch**

ZP orientieren ihr Handeln anhand von **Belohnungen**, die ihnen als Folge ihrer Handlung von anderen entgegengebracht werden sowie anhand der vermuteten **Kosten**.

Entscheidungstheoretisches Modell unter **Unsicherheit** (vieles kann nur vermutet werden)

Faktor **Vertrauen** beschreibt die Wahrscheinlichkeit, dass die Belohnungen die Kosten auch tatsächlich aufwiegen (vgl. Dillman 2000:14).

Beispiele: bei postalischen Befragungen: Briefmarken aufkleben anstatt „Empfänger bezahlt“; bei Nonresponse Zusendung eines verkürzten Fragebogens als Entgegenkommen, dieses wird dann positiv belohnt (durch Beantwortung)

- **Handlungstheoretische Ansätze (ToPB)**

a) Verhaltenskonsequenzerwartungen (Wichtigkeit) x Bewertung der Konsequenzen = Einstellungen (Bedeutsamkeit)

aa) Wie sehr kann man durch die eigene Teilnahme an einer Befragung die Wissenschaft unterstützen ab) wie wichtig ist es, die Wissenschaft zu unterstützen

b) Erwartungen der Bezugsgruppen x Bedeutung der Bezugsgruppen = Normen

ba) Was erwartet Ihr Stammtisch von Ihnen in Bezug auf die Teilnahme an einer Befragung bb) Wie wichtig sind Ihnen die Erwartungen ihres Stammtisches?

c) Verhaltenskontrolle x Bewertung der Wirksamkeit = Verhaltenskontrolle

ca) Alle gestellten Fragen auch beantworten zu können, cb) wie wichtig ist dies?

a), b) ,c) → Verhaltensabsicht → Verhalten