

Ausgewählte Ergebnisse der Frageforschung

05/15/09

Präsentiert von Carlo Lindner

- 1. Der Prozess des Antwortens**
- 2. Assimilations- und Kontrasteffekte**
- 3. Kontexteffekte**
- 4. Reihenfolgeeffekte innerhalb von Fragen**
- 5. Zählen vs. Schätzen**
- 6. Beispiel: Differierende Interpretation bei Skalen**
- 7. Individuell induzierte Antwortverfälschung bei Interviews**
- 8. Literatur**

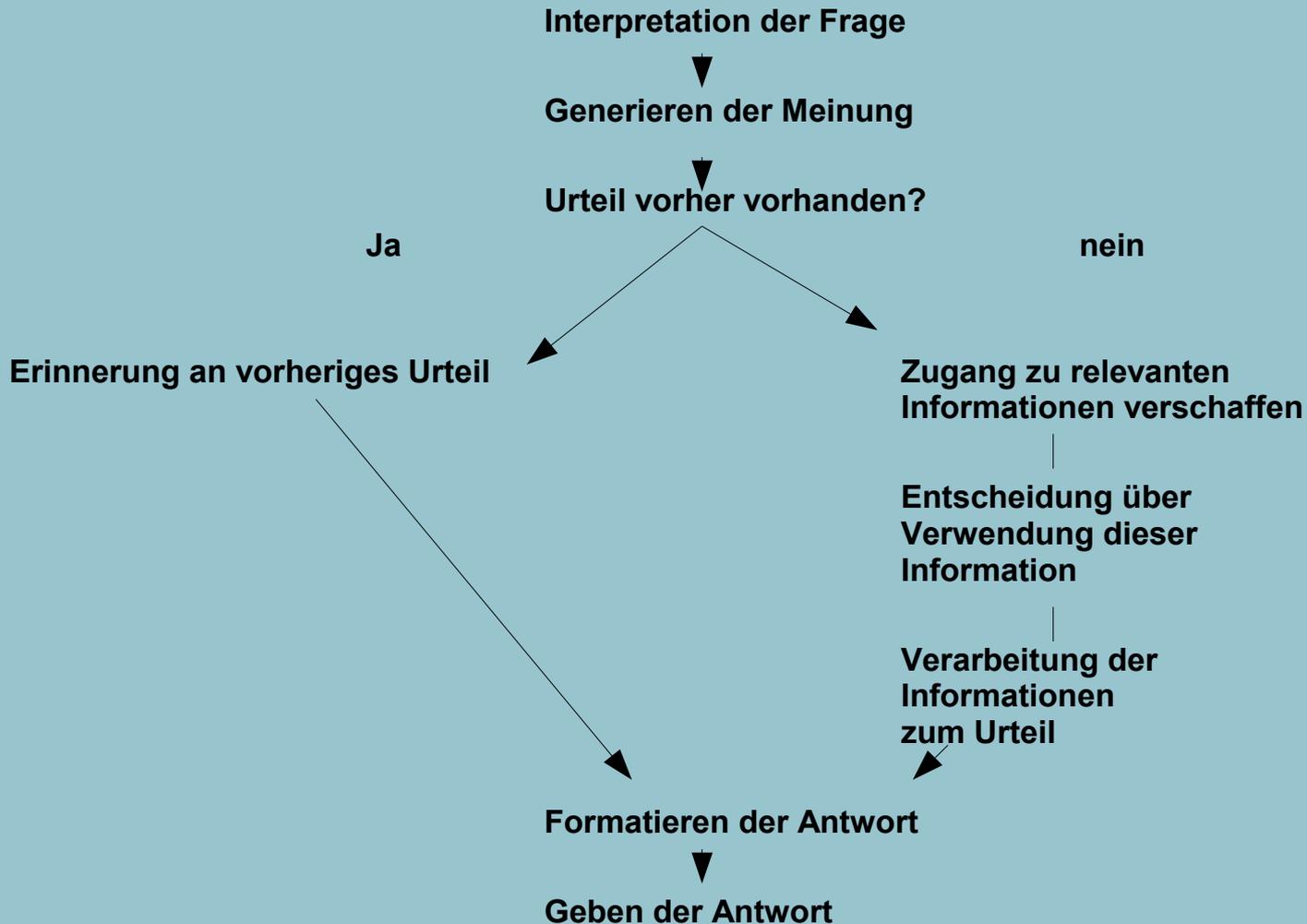
1. Der Prozess des Antwortens

Fragen:

- **Die Einführung von Studiengebühren ist ein strittiges Thema. Wie denkt ihr darüber?**

- **Bereitet auch euer aktuelles Studium ausreichend auf den Beruf vor?**

1. Der Prozess des Antwortens (2)



1. Der Prozess des Antwortens (3)

Phasen des Antwortprozesses nach Tourangeau (1984, 1987):

- Interpretation
- Erinnern
- Urteilsbildung
- Antwortformulierung

1. Der Prozess des Antwortens (4)

- Kritik: Darstellung des Antwortprozesses als einen innerpsychischen Prozess vernachlässigt den Einfluss der Gesellschaft.

Assimilationseffekte:

- Befragte machen sich ein Bild von einem zu beurteilenden Thema und beziehen in diesen Prozess, aktiv, gegenwärtig abrufbare Informationen mit ein.
- Zur Urteilsbildung können in der Frage enthaltene Informationen vom Befragten aufgegriffen werden .

2. Assimilations- und Kontrasteffekte (2)

- Das bewusste Einbeziehen von bestimmten Informationen schlägt auf das Urteil durch: Der Input und die Berücksichtigung von zusätzlichen positiven, wie auch negativen Informationen, kann die Entscheidung des Befragten verändern.
- Die Stärke der Assimilationseffekte ist sowohl von dem Kontext, als auch von der generell zu einem Thema abgelagerten Informationen und der temporären Verfügbarkeit dieser Information abhängig.

2. Assimilations- und Kontrasteffekte (3)

- **Kontrasteffekte:**
- Im Grundsatz ähnlich den Assimilationseffekten, mit dem Unterschied, dass während des Interpretations- und Entscheidungsprozesses bestimmte Informationen ausgeschlossen werden.

3. Kontexteffekte

- Entscheidungen und Urteile innerhalb von Umfragen sind immer kontextabhängig.
- Kontexteffekte können das Produkt der Fragereihenfolge sein.
- Ausstrahlungseffekte: Der Inhalt und die Interpretation vorheriger Fragen kann auf die Beantwortung nachfolgender Fragen „ausstrahlen“: vorherige Fragen vergegenwärtigen bestimmte Informationen, die später benutzt werden können um Urteile zu fällen.
- Platzierungseffekt: Wirkung von vorangegangenen auf nachfolgende Fragekomplexe

3. Kontexteffekte (2)

- Priming-Effekte:
- Die Beschäftigung mit bestimmten Themen kann Assoziationen, darunter Erfahrungen und Emotionen, vergegenwärtigen, die sich auf nachfolgende Fragen auswirken.
- Bsp.: Frage nach missliebigen Politiker kann Assoziationen hervorrufen, die sich im Folgenden auf die Bewertung der Partei oder der Politik insgesamt niederschlägt.

4. Reihenfolgeeffekte innerhalb von Fragen

- Die Reihenfolge in der Antwortmöglichkeiten präsentiert werden, kann die jeweilige Auswahlhäufigkeit der einzelnen Antwortalternative beeinflussen.

4. Reihenfolgeeffekte innerhalb von Fragen (2)

- Denkbare Effekte:
- Primacy-Effekt: Erhöhte Auswahl von identischen Items, wenn sie früher in der Liste erscheinen.
- Recency-Effekt: Erhöhte Auswahl von identischen Items, wenn sie später in der Liste präsentiert werden.

4. Reihenfolgeeffekte innerhalb von Fragen (3)

Rolle der Erinnerung bei den Befragten:

- Antwortalternativen können während der Phase des Überlegens vergessen werden.
- Die Auswahl der passenden Antwortalternative ist von dem Erinnerungsvermögen der Befragten abhängig.

4. Reihenfolgeeffekte innerhalb von Fragen (4)

- Eine vorgegebene Antwortalternative wird umso häufiger gewählt, je eher sich die Befragten an sie erinnern können.
- Die Erinnerung an eine Auswahlalternative hängt von der Vielzahl von Auswahlgelegenheiten und der Position einer speziellen Antwortmöglichkeit ab.

4. Reihenfolgeeffekte innerhalb von Fragen (5)

- Bei sofortiger Fragebeantwortung:
recency-Effekte
- Bei verspäteter Fragebeantwortung:
primacy-Effekte

4. Reihenfolgeeffekte innerhalb von Fragen (6)

- In Onlinebefragungen kann den erinnerungsbedingten Reihenfolgeeffekten, durch die gegebene Visualisierung der Fragen, begegnet werden.
- Implikation für mündliche Interviews: Einsatz von Karten ,etc., zur Visualisierung der Antwortalternativen.

5. Zählen vs. Schätzen

- Frage: Wie oft waren sie im letzten Jahr in einem Restaurant essen?

5. Zählen vs. Schätzen (2)

Möglichkeiten um die Anzahl der Restaurantbesuche zu bestimmen:

- Zählen
- Schätzen
- Rückgriff auf gegebene Antwortmöglichkeiten

5. Zählen vs. Schätzen (3)

Ob der Befragte schätzt oder zählt wird beeinflusst von:

- der Anzahl der Dinge/Begebenheiten, an die sich der Befragte versucht zu erinnern. Je größer ihre Anzahl, umso wahrscheinlicher ist es, dass der Befragte auf die Methode des Schätzens zurückgreift.

5. Zählen vs. Schätzen (4)

Ob der Befragte schätzt oder zählt wird beeinflusst von:

- der Regelmäßigkeit und Ähnlichkeit der Gegebenheiten.

Modell von Menon (1993,1994):

- ➔ Regelmäßige/ähnliche Begebenheiten werden von den Befragten häufiger geschätzt (Schätzungen liefern in diesem Fall bessere Ergebnisse als das Zählen).
- ➔ Unregelmäßige/unterschiedliche Begebenheiten werden von den Befragten gezählt (Das Zählen liefert bessere Ergebnisse als Schätzungen).

5. Zählen vs. Schätzen (5)

- Befragte zählen eher, wenn sie über sich und schätzen eher, wenn sie über andere berichten.

5. Zählen vs. Schätzen (6)

- Die Schätzenden bilden eine Rate, die auf ihre Erinnerung zurückgeht und bestimmen so die Häufigkeit des Ereignisses in einer bestimmten Zeitspanne.
- Kritik: Diese Rate kann aus spezifischen Gründen (saisonale Gründe, Krankheit, Wetter) die Häufigkeit des Ereignisses verzerren.

5. Zählen vs. Schätzen (7)

- Bei geschlossenen Fragen können Antwortvorgaben Einfluss auf die angegebene Antworthäufigkeit haben: Antworten sind abhängig von der Einteilung der Antwortspannen.

6. Beispiel: Differierende Interpretation bei Skalen

- Einteilung beeinflusst die Interpretation der Skala

Frage: Wie erfolgreich sind sie in ihrem Leben?

- Auf einer Skala zwischen 0-10 ordneten sich 34% der Befragten zwischen 0 und 5 ein
- Auf einer Skala zwischen -5 und 5 ordneten sich nur 13% der Befragten zwischen -5 und 0 ein.
- Grund: Auf der Skala zwischen 0-10, wird die 0 als „kein Erfolg“ gewertet, wohingegen auf der Skala zwischen -5 und 5 die -5 als Präsenz des Misserfolges gewertet wird.

7. Individuell induzierte Antwortverfälschung bei Interviews

- Bemühen dem Interviewer gefallen zu wollen
- Hawthorne-Effekte (Nur das Bewusstsein an einer wissenschaftlichen Studie teilzunehmen, hat Auswirkungen auf den Befragten
- Geringe Bereitschaft zur Selbstenthüllung
- Streben nach Konsistenz
- Antizipation möglicher negativer Konsequenzen
- Vermutungen über Auftraggeber bzw. dessen Untersuchungsziel

8. Literatur

- Biemer, Paul P.; Groves, Robert M.; Lyberg, Lars E.; Mathiowetz, Nancy A.; Sudman, Seymour (1991): Measurement Errors in Surveys. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Bortz, Jürgen; Döring Nicola (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer Verlag.
- Kromrey, Jürgen (2002): Empirische Sozialforschung, Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung, Opladen: Leske und Budrich.
- Schumann, H; Pressner, S. (1981): Questions and answers in Attitude Surveys: Experiments on Question Form, Wording, and context, New York: Academic Press.
- Sudman, Seymour; Bradburn, Norman M.; Schwarz, Nobert (1996): Thinking About Answers. The Application of cognitive Processes to Survey Methodology. San Francisco: Jossey- Bass Publishers