

Autor/Titel:

Henning Silber (2015). Kontexteffekte in der Umfrageforschung: Interaktion zwischen Erhebungsdesign und Antwortverhalten.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	5
1.1. Einleitung	
1.2. Forschungsstand	
1.3. Forschungsdefizit	
1.4. Forschungsziel und Ausblick	
2. Theoretische Überlegungen.....	17
2.1. Begrifflicher Rahmen	
2.2. Konsequenzen für die nachfolgenden theoretischen Überlegungen	
2.3. Rational-Choice Ansatz	
2.4. Kognitionspsychologischer Ansatz	
2.5. Framing Ansatz	
Satisficing Ansatz und Satisficing als Framing	
Kulturabhängiges Framing	
2.6. Konsequenzen für die nachfolgenden empirischen Studien	
2.7. Exkurs: Experimentelle Sozialforschung	
3. Fünf empirische Experimental- und Quasi-Experimentalstudien.....	52
3.1. Überblick	
3.2. Studie 1: Antwortverweigerungen, Antwortabbrüche und sozial erwünschtes Antwortverhalten in Onlinebefragungen.....	55
3.3. Studie 2: Experimente mit zufallsbasierten und nicht zufallsbasierten Befragungen.....	79
3.4. Studie 3: Bivariate Zusammenhänge in zufallsbasierten und nicht zufallsbasierten Befragungen	99
3.5. Studie 4: Multivariate Zusammenhänge in Onlinebefragungen.....	122
3.6. Studie 5: Kulturabhängiges Framing: Eine international vergleichende Untersuchung von klassischen Umfrageexperimenten zu sozial erwünschtem Antwortverhalten in sechs Ländern.....	143

4. Diskussion..... 167

- 4.1. Zusammenfassung der Ergebnisse der fünf Studien im Hinblick auf das zweistufige Framing-Modell
- 4.2. Reichweite
- 4.3. Implikationen für die wissenschaftliche Umfrageforschung
- 4.4. Implikationen für die Umfragepraxis
- 4.5. Implikationen für die international vergleichende Umfrageforschung
- 4.6. Schlussbemerkung

Literaturverzeichnis

Anhang

Zusammenfassung:

Die zentrale Frage dieser Arbeit ist es, die Beziehung zwischen Studiendesign und Antwortverhalten zu untersuchen. Weil in der Umfrageforschung viele neue und innovative Erhebungsmethoden eingesetzt werden, wie zum Beispiel die Datenerhebung mit Online-Access-Panels, ist diese Frage hochaktuell. Große Hauptstudien verwenden standardisierte und sehr gut getestete Studiendesigns, während bei kleineren Studien, Pretests und explorativer Forschung oft vergleichbare Standards fehlen. Auf der einen Seite erscheint dies angemessen im Hinblick auf die Erkundung von neuen Wegen der Durchführung von Erhebungen, auf der anderen Seite ist es wichtig zu untersuchen, wie diese neuen Studiendesigns systematisch das Antwortverhalten beeinflussen. Das Ziel dieser Arbeit ist es daher zu zeigen, wie Unterschiede im Antwortverhalten systematisiert und vorhergesagt werden können, sodass die Notwendigkeit von Ex-post-Erklärungen reduziert werden kann.

Die theoretischen Überlegungen der Dissertation basieren auf einer Kombination einer „weichen“ Rational Choice Theorie und einem theoretischen Konzept aus der kognitiven Psychologie. Die Kombination dieser beiden theoretischen Richtungen kann helfen, verschiedene Aspekte einer Befragungssituation zu erklären, weil der Rational Choice Ansatz angewandt werden kann, um den kognitiven Entscheidungsprozess zu modellieren und die kognitive Theorie angewandt werden kann, um die kognitive Informationsverarbeitung zu modellieren. In diesem theoretischen Kontext wird zudem die Satisficing Theorie verwendet, um zu untersuchen, wie der kognitive Prozess der Beantwortung einer Frage bei einzelnen Befragten(gruppen) möglicherweise unterbrochen oder abgekürzt wird. Die Satisficing Theorie wird in der Folge mit Stockés Framing Theorie kombiniert. Insbesondere kann die Satisficing Theorie dazu beitragen, die Einstellung gegenüber einer Umfrage in Stockés theoretischem Framing-Konzept zu beschreiben. Die Framing-Theorie postuliert, dass die Einstellung eines Befragten gegenüber der Umfrage einen Einfluss auf die Umfragesituation und damit auch eine systematische und daher vorhersagbare Auswirkung auf das Antwortverhalten hat.

Darüber hinaus kann dieser neue theoretische Ansatz auch auf für die Modellierung der Befragungssituation in der international vergleichenden Umfrageforschung verwendet werden, weil Befragte aus verschiedenen Ländern unterschiedlich denken, handeln und systematisch anders antworten. Diese Annahme gilt als bestätigt, wenn die in der Arbeit verglichenen Kulturen sich empirisch auf einer länderspezifischen sozialen Erwünschtheitsdimension unterscheiden. Die Auswirkungen kultureller Größen wie sozialer Normen werden theoretisch mit dem Konzept des kulturabhängigen Framings erfasst. Das kulturabhängige Framing tritt unabhängig von einer bestimmten Fragethematik auf und ist somit ein höherrangiger Faktor, der das Antwortverhalten systematisch beeinflusst.