

INHALT DES ERSTEN TEILES

Theoretische Einführung

Einführung	4
1. Abschnitt: Die sozialpsychologische Erhebung	5
1. Definition und Schwierigkeiten der sozialpsychologischen Erhebung	5
2. Die Methoden und die Fehlerquellen	7
3. Die Etappen einer sozialpsychologischen Erhebung mittels Fragebogen	9
4. Vom Begriff der Erhebung zu ihrer Zielsetzung	10
2. Abschnitt: Die Auswahl der zu befragenden Personen und der einzusetzenden Mittel	14
1. Die Auswahl der Stichprobe	14
2. Verschiedene Modelle von verwendbaren Fragen	20
3. Die Einstellungsmessung	23
4. Die Bedeutung des Tests in der sozialpsychologischen Erhebung	27
3. Abschnitt: Der Fragebogen	30
1. Die sozialpsychologischen Phänomene in der Situation des Befragtwerdens	31
2. Der Vortest	38
3. Die Aufmachung des Fragebogens	40
4. Das Verhältnis zwischen Interviewer und Befragten	43
4. Abschnitt: Analyse und Synthese der Antworten	45
1. Die Sichtung der Antworten	45
2. Die Analyse der Gesamtergebnisse	47
3. Die Abfassung des Erhebungsberichtes	49
5. Abschnitt: Die Anwendungen der sozialpsychologischen Erhebung in der Sozialaktion	53
1. Die Sozialerhebung im eigentlichen Sinne	53
2. Die Marktforschung	55
3. Die Anwendungen der sozialpsychologischen Erhebung auf den Bereich der Werbung	57
4. Die sozialpsychologische Erhebung in der psychologischen Aktion	59
Zusammenfassung	62
Tafel I und II	63
Fachausdrücke (auf farbigem Papier)	65

II. Teil: PRAKTISCHE ÜBUNGEN (Bitte, das Buch wenden!)