

Wiebke Möhring · Daniela Schlütz

# **Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft**

*Eine praxisorientierte Einführung*

Westdeutscher Verlag

# Inhalt

Vorwort .....	9
<b>1 Die standardisierte Befragung als wissenschaftlich-empirische Methode.....</b>	<b>11</b>
1.1 Die Befragung im wissenschaftlichen Forschungsprozess .....	11
1.1.1 Definition, Einsatzkriterien und -gebiete.....	14
1.1.2 Einordnung und Abgrenzung der Befragung im Rahmen der Methoden empirischer Sozialforschung .....	15
1.1.3 Stärken und Schwächen der standardisierten Befragung.....	16
1.1.4 Überblick über die Formen der Befragung.....	17
1.2 Gütekriterien der Befragung.....	18
1.2.1 Reliabilität und Validität im Forschungsprozess .....	19
1.2.2 Besonderheiten der Gütekriterien bei der Befragung .....	21
1.3 Aufbau und Ablauf einer Befragung im Überblick.....	23
1.3.1 Dimensionale Analyse.....	23
1.3.2 Operationalisierung: Übersetzung der Forschungsfrage.....	24
1.4 Auswahl der Befragten.....	28
1.4.1 Grundlagen der Stichprobenziehung.....	28
1.4.2 Einstufige zufallsgesteuerte Verfahren.....	32
1.4.3 Mehrstufige zufallsgesteuerte Verfahren.....	33
1.4.4 Nicht-zufallsgesteuerte Verfahren.....	37
1.4.5 Stichprobengröße.....	40
1.4.6 Ausschöpfung und Stichprobenausfälle.....	41
1.5 Zusammenfassung.....	43
<b>2 Das Interview als soziale Situation.....</b>	<b>45</b>
2.1 Kooperation und Verweigerung .....	45
2.2 Interviewsituation.....	49
2.3 Einflüsse durch den Interviewer.....	52
2.3.1 Effekte sichtbarer Merkmale .....	54
2.3.2 Effekte nicht-sichtbarer Merkmale .....	56
2.4 Einflüsse durch den Befragten .....	60
2.4.1 Formale Antwortstile: Akquieszenzphänomen und Ausweichtendenz.....	61
2.4.2 Das Phänomen der sozialen Erwünschtheit und heikle Fragen.....	66
2.5 Zusammenfassung.....	70

<b>3 Die Formulierung des Fragebogens .....</b>	<b>73</b>
3.1 Offene Fragen.....	76
3.2 Geschlossene Fragen.....	78
3.2.1 Auswahlfragen (Nominalniveau).....	85
3.2.2 Rangordnungsfragen (Ordinalniveau) .....	87
3.2.3 Intensitätsfragen (Intervallniveau).....	88
3.2.3.1 Skalen der Selbsteinstufung.....	89
3.2.3.2 Skalen der Fremdeinstufung .....	99
3.3 Unerwünschte Effekte.....	113
3.4 Fragebogensdramaturgie.....	118
3.4.1 Dramaturgische Fragentypen.....	118
3.4.2 Strategischer Aufbau .....	120
3.4.3 Kontext-, Kontrast- und Konsistenzeffekte .....	123
3.5 Zusammenfassung.....	126
<b>4 Modi der Befragung .....</b>	<b>129</b>
4.1 Das persönlich-mündliche Interview.....	129
4.2 Die Telefon-Umfrage .....	133
4.3 Die schriftliche Befragung .....	139
4.4 Die Online-Befragung .....	146
4.5 Zusammenfassung und Vergleich der Befragungsmodi.....	152
<b>5 Varianten der Befragung.....</b>	<b>159</b>
5.1 Omnibusbefragung .....	159
5.2 Panel.....	161
5.3 Delphi-Befragung.....	166
5.4 Tagebuchstudie.....	172
5.5 Experience Sampling Method .....	177
5.6 Zusammenfassung.....	179
<b>6 Durchführung der Befragung .....</b>	<b>181</b>
6.1 Grafische Gestaltung.....	181
6.2 Pretest.....	185
6.3 Feldorganisation: Einsatz, Anleitung und Kontrolle von Interviewern .....	189
6.4 Weiterverarbeitung.....	196
6.5 Zusammenfassung.....	200

Literatur .....	203
Abkürzungsverzeichnis.....	215
Index der Stichwörter und Definitionen .....	217

## Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Auswahlverfahren in der Befragung.....	32
Abbildung 2: Modell zur Erklärung von Antwortreaktionen im Interview ..	70
Abbildung 3: Bildblatt zur Illustration einer Frage zur Geräteausstattung ..	84
Abbildung 4: Skalierungsverfahren .....	89
Abbildung 5: Thermometer-Skala .....	95
Abbildung 6: Flächendiagramm.....	95
Abbildung 7: Zielscheiben-Skala.....	96
Abbildung 8: Smily-Skala© .....	96
Abbildung 9: Emotionales Erleben während der Mediennutzung .....	103
Tabelle 1: Beispiel Einfluss Interviewergeschlecht .....	55
Tabelle 2: Beispiel für den Einfluss der Interviewerbelastung .....	58
Tabelle 3: Beispiel eines Sponsorship-Effektes .....	59
Tabelle 4: Interpretation von „Weiß-nicht“-Antworten .....	64
Tabelle 5: Beispiel für den Einfluss der Antwortvorgaben.....	80
Tabelle 6: Beispiel für einen Reihenfolgeeffekt bei der Frageformulierung .....	116
Tabelle 7: Quantitative Interviews der ADM-Mitgliedsinstitute nach Befragungsart.....	152
Tabelle 8: Vor- und Nachteile der Befragungsmodi im Vergleich.....	154
Tabelle 9: Beispiel des zeitlichen Horizonts einer zweiwelligen Delphi- Befragung .....	169
Tabelle 10: Pretest-Verfahren .....	186