

# Inhalt

Vorwort	5
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Zur Begründung, dem Fragebogen eine eigene Darstellung zu widmen</b>	<b>13</b>
Probleme mit dem Fragebogen	13
Der Fragebogen – ein subjektives oder objektives Verfahren?	17
Plädoyer für eine angemessene Verwendung des Fragebogens	19
Die Universalität der Fragebogen – Methode	21
Einige Bemerkungen zum Sprachgebrauch	23
Literaturhinweise	24
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Persönlichkeit – Einstellung – Selbstkonzept</b>	<b>27</b>
Persönlichkeit	27
Einstellung	29
Selbstkonzept	33
Literaturhinweise	38
<b>Kapitel 3</b>	
<b>Eigenschaft, Person und Situation</b>	<b>41</b>
Eigenschaften	41
Person und Situation	44
Literaturhinweise	50
	9

<b>Kapitel 4</b>	
<b>Schritte der Fragebogenkonstruktion</b>	<b>53</b>
Bestimmung der Form des Fragebogens	53
Bestimmung des Urteilsobjektes und Item – Sammlung	58
Item – Revision	62
Fragebogen – Instruktion	68
Item – Analyse	71
Fragebogen – Reliabilität	75
Fragebogen – Validität	77
Alternative und ergänzende Konstruktionsprinzipien	83
Literaturhinweise	85

<b>Kapitel 5</b>	
<b>Beispiel einer Fragebogenkonstruktion</b>	<b>89</b>
Überlegungen zur Nützlichkeit des Fragebogens	89
Überlegungen zum Konstrukt des Fragebogens	90
Form des Fragebogens	91
Erstellung des Item – Pools	91
Instruktion	93
Erste Anwendung des Fragebogens und Item – Analyse	93
Reliabilität	101
Validität	102
Literaturhinweise	109

<b>Kapitel 6</b>	
<b>Weitere Fragebogen – Konstruktionen: Unterschiedlich ökonomische Formen der Persönlichkeits – , Einstellungs – und Selbstkonzept – Erfassung</b>	<b>111</b>
Skalen – Diskriminations – Technik: Erfassung von Misogynie	112
Ein – Wort – Items in Einstellungsfragebogen: Erfassung von Konservatismus	118
Eigenschafts – Stichworte: Ökonomisierung der Persönlichkeitsmessung von Extraversion, Neurotizismus und Psychotizismus	122

Vom Persönlichkeitsfragebogen zur Selbst – Rating – Methode:	
Selbstkonzept – Erfassung	128
Hinweise auf weitere Fragebogen	139
Literaturhinweise	141
<b>Kapitel 7</b>	
<b>Fragebogen und Sprache</b>	<b>143</b>
Das Problem der Reversibilität von Items	144
• Antwortstile und Antworttendenzen: Das Problem des Jasagens	146
Differenzierung von Antwortstilen	151
Weitere Untersuchungen zur sprachlichen Formulierung	153
Literaturhinweise	157
<b>Kapitel 8</b>	
• Antworttendenzen in Fragebogen: Das Problem der Sozialen Erwünschtheit	159
Fragebogen als reaktive Meßinstrumente	159
Die Unangemessenheit des Lügen – Begriffes	160
Soziale Erwünschtheit als Antworttendenz	161
Das Zustimmung zum sozial Erwünschten	162
Der Erwünschtheits – Wert von Items und Eigenschaften	164
Differenzierung des Erwünschtheits – Konzeptes?	165
Antworttendenz als Persönlichkeitsmerkmal	167
Literaturhinweise	169
<b>Kapitel 9</b>	
• Methoden der Kontrolle Sozialer Erwünschtheit	171
Kontrolle oder Nichtkontrolle?	171
Kontrolle bei der Itemkonstruktion und – selektion	172
Kontrolle durch den Antwortmodus	174

Kontrolle durch Kontrollskalen	176
Kontrolle durch Faktor – Elimination	180
Kontrolle durch Fragebogen – Instruktion	182
Kontrolle durch garantierte Anonymität	184
Kontrolle durch Abweichungs – Instruktion	185
Kontrolle durch erwartete Wahrheitsprüfung	187
Literaturhinweise	191
<b>Kapitel 10</b>	
<b>Der Fragebogen als Instrument der Selbstdarstellung</b>	<b>193</b>
Selbstpräsentation in Persönlichkeits – und Selbstkonzept – Forschung	193
Das Beispiel einer Selbstdarstellung als Persönlichkeit	195
Eine Impression – management – theoretische Erklärung	196
Empirische Untersuchungen zum Impression – Management bei der Beantwortung von Fragebogen	199
Selbstdarstellung oder Selbsttäuschung?	201
Öffentlichkeit und Privatheit der Beantwortung von Fragebogen	203
Literaturhinweise	205
<b>Literatur</b>	<b>209</b>
<b>Autorenregister</b>	<b>233</b>
<b>Sachregister</b>	<b>237</b>