

Befragtenverhalten als "rationales Handeln" - zur Erklärung von Antwortverzerrungen in Interviews

Esser, Hartmut

Veröffentlichungsversion / Published Version
Arbeitspapier / working paper

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Esser, H. (1985). *Befragtenverhalten als "rationales Handeln" - zur Erklärung von Antwortverzerrungen in Interviews*. (ZUMA-Arbeitsbericht, 1985/01). Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen -ZUMA-. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-70425>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Hartmut Esser

Befragtenverhalten als "rationales Handeln" -
Zur Erklärung von Antwortverzerrungen
in Interviews

ZUMA-Arbeitsbericht Nr. 85/01

Ab Juli 1983 sind die bisherigen ZUMA-Arbeitsberichte in zwei Reihen aufgeteilt: .

Die ZUMA-Arbeitsberichte (neue Folge) haben eine hausinterne Begutachtung durchlaufen und werden vom Geschäftsführenden Direktor zusammen mit den übrigen wissenschaftlichen Leitern herausgegeben. Die Berichte dieser Reihe sind zur allgemeinen Weitergabe nach außen bestimmt.

Die ZUMA-Technischen Berichte dienen dem Zweck der hausinternen Kommunikation bzw. der Unterrichtung externer Kooperationspartner. Sie sind nicht zur allgemeinen Weitergabe bestimmt.

BEFRAGTENVERHALTEN ALS "RATIONALES" HANDELN -
ZUR ERKLÄRUNG VON ANTWORTVERZERRUNGEN IN INTERVIEWS

Hartmut Esser

1. Einige allgemeine Ansätze zur Erklärung des Befragten verhaltens	3
2. Ein allgemeines Modell des situationsorientierten Handelns als Grundlage einer Erklärung des Befragtenverhaltens	7
3. Ein Modell des Befragtenverhaltens als rationales Handeln	11
4. Zur Erklärung spezieller Effekte	19
Literatur	26

Die Kritik am "Königsweg der Sozialforschung" ist so alt wie das Instrument selbst. Anlässe zur Kritik sind nun ja auch wahrlich nicht rar: offenkundige Fehlprognosen, dem Alltagsverstand widersprechende Resultate, die Falsifikation liebgewonnener theoretischer Vorstellungen, die im steten Streit der verschiedenen Paradigmen in den Sozialwissenschaften nicht selten dann den Unzulänglichkeiten der Erhebungsinstrumente angelastet werden, offenkundig werdende Artefakte des Instrumentes selbst und nicht zuletzt die immer weiter um sich greifende allgemeine Kritik an Quantifizierung und analytischer Methode in den Sozialwissenschaften. Regelmäßig wird diese Kritik an der Befragung dann ausgeschmückt mit - mehr oder weniger allgemein bleibenden - Hinweisen, daß die Befragung selbst ein sozialer Prozeß sei, daß der Befragte kein passiver Datenträger, sondern eine aktiv die Situation ausdeutende und steuernde Person sei usw. (vgl. in diesem Zusammenhang neuerdings STEINERT 1984).

Es gibt - wie immer - mehrere Möglichkeiten, auf eine derartige Situation zu reagieren. Man könnte im alten Sinne unangefochten von jeder Kritik in der Datenerhebungsroutine fortfahren und weiter darauf vertrauen, daß über technische Verbesserungen das Instrumentarium von hin und wieder auftretenden Fehlerhaftigkeiten schon bereinigt werde. Man könnte andererseits - wie das beispielsweise PHILLIPS (1971, 1973) getan hat - die Befragung als Methode der Sozialforschung gänzlich verwerfen. Man könnte aber - nicht zuletzt angeregt durch die methodologischen Diskussionen über den verfeinerten Falsifikationismus - auch versuchen, selbst eine Methodentheorie der Datenerhebung zu entwickeln und diese dann simultan mit den substantiellen Theorien mit den neuerdings zur Verfügung stehenden komplexen statistischen Analyseverfahren mit Beobachtungsdaten konfrontieren. Der letztere Weg scheint für denjenigen, der zwar die Problematik der Datenerhebung im Prinzip anerkennt, aber nicht gewillt ist, die analytische Perspektive über Bord zu werfen, der adäquatere. Mit einer solchen Entscheidung stellt sich dann aber sofort das nächste Problem: Man benötigt eine "Theorie der Befragung", die mindestens ähnlich gehaltvoll und empirisch abgesichert ist wie die jeweils zur Überprüfung anstehende substantielle Theorie.

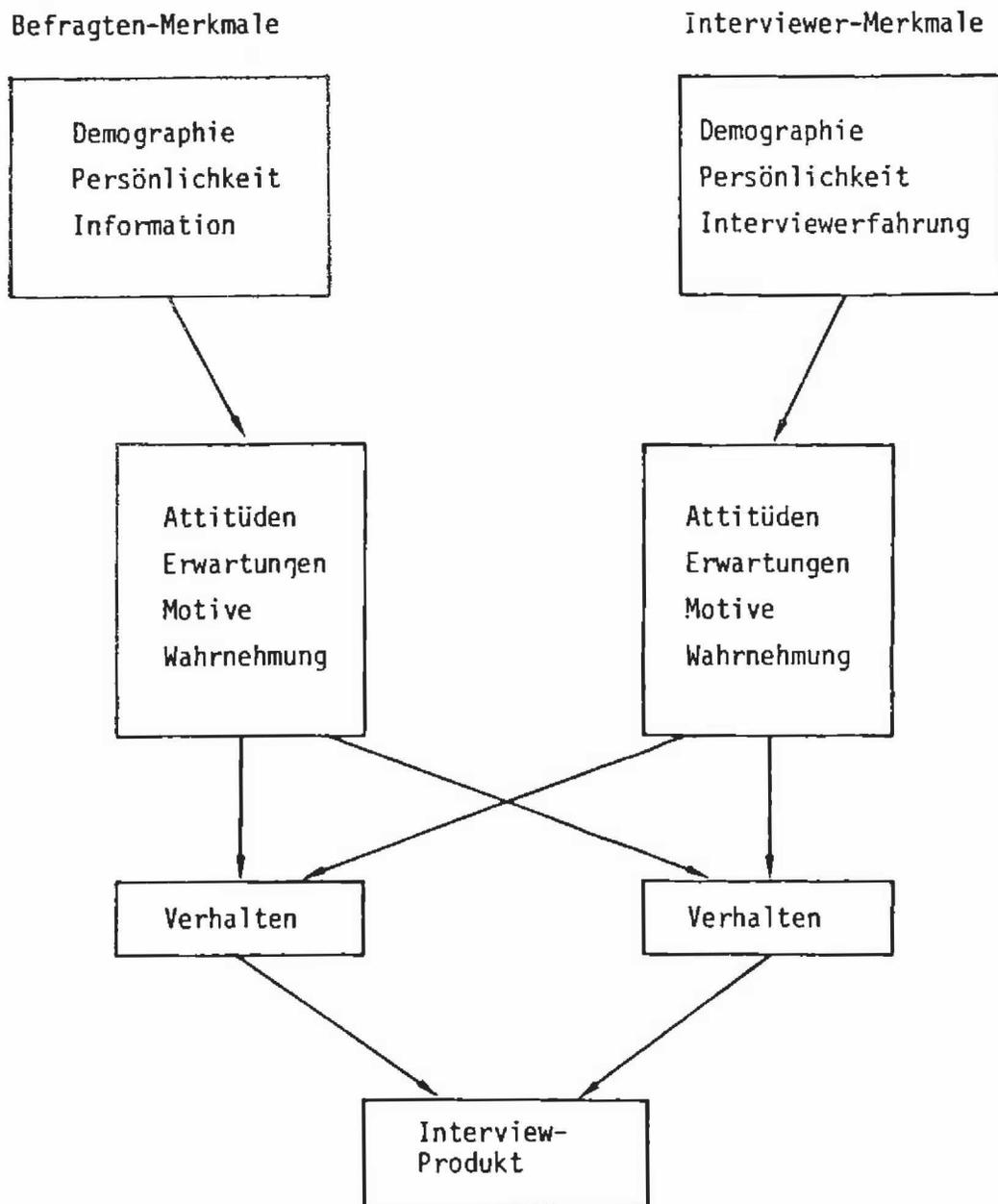
In diesem Zusammenhang ist der vorliegende Beitrag zu sehen. Es wird versucht, für das Verhalten des Befragten im Interview eine wenigstens von der theoretischen Formulierung her allgemeinere Grundlage zu liefern, als dies aus den bisher üblichen Resultaten der Methodenforschung der Datenerhebung möglich gewesen ist. Diese Methodenforschung beschränkt sich nämlich nahezu ausschließlich darauf, bestimmte Artefakte und Regelmäßigkeiten von Fehlern zu sammeln und ggf. zu systematisieren; erklären im üblichen methodologischen Sinne kann sie sie nicht. Der vorliegende Beitrag ist demnach ein Versuch, über die Systematisierung von Befragungs-"Effekten" hinaus eine Perspektive zu einer allgemeinen Erklärung der Prozesse im Interview zu liefern.

Dazu sollen zunächst einige allgemeine Ansätze zur Erklärung des Befragtenverhaltens kurz dargestellt werden. Daran anschließend seien die Elemente einer allgemeinen Erklärung sozialen Handelns skizziert, die die Grundlage zur Erklärung auch des Befragtenverhaltens liefern sollen. Im Anschluß an die Darstellung des üblichen "statistischen" Modells des Befragtenverhaltens soll dann schließlich viertens ein Grundmodell des Antwortverhaltens formuliert werden, von dem her - fünftens - eine Erklärungsskizze für verschiedene Effekte in der Befragung vorzustellen ist.

1. Einige allgemeine Ansätze zur Erklärung des Befragtenverhaltens

Ansätze und Ideen zu einer etwas allgemeineren Erklärung der Forschungsreaktionen finden sich im Grunde in nahezu allen Beiträgen zur Fehlerproblematik bei der Datenerhebung. Allerdings: Meist sind es lediglich Orientierungshypothesen von der Art, daß die Datenerhebung ein wechselseitiger sozialer Prozeß sei, in dem von den Beteiligten die Situation definiert werde und man jeweils versuche, sich möglichst im günstigsten Licht darzustellen. In diesem Zusammenhang sind insbesondere zwei solcher Orientierungstheorien zu nennen, die aus jeweils ganz unterschiedlichen Anlässen formuliert worden waren. Im Rahmen der eher traditionellen Fehlermethodologie haben z.B. KAHN und CANNELL (1968) ein Modell zur Erklärung des Interviewergebnisses entwickelt, in dem das Interviewergebnis aus Eigenschaften, Wahrnehmungen und dem wechselseitig orientierten Verhalten von Interviewer und Befragtem erklärt wird (vgl. Abb.1). Die Autoren bemerken selbst, daß "solch ein allgemeines Modell zusätzliche

Abbildung 1: Modell des Interview-Prozesses nach KAHN und CANNELL (1968:135)



Spezifikationen erfordert" (1968: 154). Vor allem bleibt unklar, über welche Mechanismen das Verhalten des Befragten bestimmt wird. Daß es von den eigenen Attitüden, Erwartungen usw. und denen des Interviewers abhängt, ist viel zu unbestimmt.

Hier führt die zweite Orientierungshypothese bereits weiter. Sie stammt von PHILLIPS (1971) und dessen fundamentaler Kritik am herkömmlichen Verständnis der Datenerhebung in den Sozialwissenschaften. PHILLIPS gründet seine Kritik darauf, daß in den herkömmlichen Annahmen der Grundmechanismus aller sozialen Prozesse völlig außer acht gelassen werde, der das Handeln im Alltag wie dann auch beim Forschungskontakt bestimme: das Eigeninteresse jedes Akteurs, seinen persönlichen Nutzen zu mehren und dabei vor allem nach sozialer Anerkennung zu streben.

PHILLIPS weiß sich in diesem Grundtheorem einig mit anderen Vertretern des Symbolischen Interaktionismus (wie z.B. GOFFMAN), aber auch den bekannten soziologischen Varianten der Handlungs- bzw. Verhaltenstheorie. Das allgemeine Ziel des Befragten ist es danach, in der Situation der Datenerhebung zu einer - alles in allem - optimalen Eindruckskontrolle zu gelangen, so daß er ein Höchstmaß an Anerkennung und persönlicher Befriedigung aus dem Forschungskontakt beziehen könne. Um dieses Ziel zu erreichen, nutze der Befragte alle ihm zur Verfügung stehenden Signale, deute und interpretiere die vermuteten Absichten des Interviewers (bzw. des Versuchsleiters) und richte sein Verhalten danach und nach den eigenen Zielsetzungen aus. Eine "wahre" Antwort sei nur auf Grund derartiger Nutzen-Kosten-Oberlegungen zu erwarten: wenn die Konsequenzen aus einer falschen Antwort entweder als unbedeutend oder als wahrscheinlich nicht eintretend eingeschätzt würden (vgl. PHILLIPS 1971: 89f). PHILLIPS hat mit dieser Idee, daß eine gültige Reaktion dann eintritt, wenn im Vergleich zu anderen möglichen Reaktionen ihr subjektiver Nutzen höher ist, den Schlüssel zu einer allgemeinen Erklärung geliefert: Es sind nicht allein die "Motive", die "Normen", die erwarteten Sanktionen usw., sondern der Vergleich verschiedener, alternativ möglicher Reaktionen, aus denen sich dann schließlich die Entscheidung zu einer bestimmten - dann möglicherweise auch von der "wahren" Einstellung abweichenden - Reaktion ergibt.

Unterhalb dieser allgemeinen Deutung gibt es eine Reihe von spezielleren Ansätzen, die im Prinzip eine ähnliche Idee verfolgen. Dazu zählt einerseits die von HOLM (1974) formulierte "Theorie der Frage". Danach ergebe sich die empirische Antwort in der Befragungssituation aus drei Komponenten: aus der Zieldimension der Frage, aus evtl. angesprochenen Fremddimensionen und aus einem Faktor, den HOLM "soziale Wünschbarkeit" nennt. ATTESLANDER und KNEUBÖHLER (1975) interpretieren die verbale Reaktion bei der Befragung in ähnlicher Weise als das Resultat eines Reizes (durch den Interviewer) und der darauf vom Befragten vorgenommenen Deutung, Bewertung und Reaktionsermittlung. Bei Reizdeutung, Reizbewertung und Reaktionsermittlung spielen jeweils "Normen" eine entscheidende Rolle. Diese Normen werden von ATTESLANDER und KNEUBÖHLER in dreierlei Weise differenziert: gesamtgesellschaftlich prävalente Normen, gruppenspezifische Normen und interviewspezifische Normen. Die Reaktionsermittlung und die verbale Reaktion erfolgt dann vor dem Hintergrund von Nutzenerwägungen im Hinblick auf befürchtete Sanktionen, die sich aus einer eventuellen Verletzung dieser Normen ergäben. Schließlich wurde auch von ESSER (1975) das Verhalten des Befragten als Interaktions-Strategie interpretiert, die der Befragte angesichts unterschiedlicher Bedingungen im Interview wählt. Es sind insbesondere zwei Situationsbedingungen, die zu jeweils unterschiedlichen Interaktionsstrategien zwingen: die Ambiguität der Situation einerseits und die Bedeutung bzw. die Höhe der möglichen Risiken aus der Situation andererseits. Das schließliche Verhalten im Interview ist danach das Resultat des Versuches, mit Ambiguität und evtl. Konsequenzen aus der Situation möglichst adäquat und identitätserhaltend umzugehen.

Es ist deutlich geworden, daß alle drei speziellen Modelle im Grunde das Verhalten des Befragten ebenfalls als Ergebnis einer nach Nutzen-Kosten-Erwägungen erfolgten Entscheidung zwischen Handlungsalternativen erklären. Diese Entscheidung erfolgt einerseits auf der Grundlage einer Orientierung an den Präferenzen, Zielsetzungen und normativen Einbindungen der Personen und zweitens vor dem Hintergrund der Perzeption bzw. Kognition der Situation und den damit jeweils vorliegenden Ambiguitäten, Risiken und Möglichkeiten. Die Bestimmungsgründe des Antwortverhaltens sind in diesen Erklärungsskizzen ebenfalls in ähnlicher Weise formuliert: Das Antwortverhalten ist das kombinierte Resultat des "wahren" Wertes auf der Zieldimension der jeweiligen Frage, mit den durch

den Fragestimulus evtl. angesprochenen anderen Dimensionen sowie mit den durch die vorgegebene Situation aktualisierten sonstigen Zielsetzungen des Befragten.

2. Ein allgemeines Modell des situationsorientierten Handelns als Grundlage einer Erklärung des Befragtenverhaltens

Die angesprochenen Ansätze konvergieren mindestens in einer Hinsicht: Befragte wählen in der Befragungssituation die Handlung, die vergleichsweise den höchsten "Nettonutzen" verspricht. Dabei kann sich der Nutzen aus der wahrheitsgemäßen Beantwortung von Fragen ebenso ergeben wie aus dem Erhalt der (vermuteten) Obereinstimmung mit dem Interviewer, einem vermuteten Adressaten der Antwort, dem eigenen Selbstbild u.ä. Es fällt nicht schwer, in diesen Skizzen das Modell des rationalen Akteurs wiederzufinden, das auch in anderen Bereichen der Erklärung sozialer Prozesse mehr und mehr zur Grundlage geworden ist. Da für den Bereich der Befragung dieses Modell kaum einmal explizit gemacht worden ist, sei an dieser Stelle eine der geläufigeren Versionen dieses Ansatzes etwas ausführlicher dargestellt, nicht zuletzt auch deshalb, weil mit Teilen dieses Modells dann bestimmte Grundmuster des Interviewerprozesses präziser gefaßt werden können.

Zu den Grundelementen des Modells gehören zunächst die verschiedenen Ziele U_i , die eine Person hat (oder haben könnte); daraus ergibt sich ein Vektor der Ziele, die alle eine bestimmte Intensität haben: U_1, U_2, \dots, U_m . Gleichzeitig nehme der Akteur eine Menge möglicher Handlungsalternativen H_j wahr, aus denen sich der Handlungsvektor ergibt: H_1, H_2, \dots, H_n . Das dritte Element sind die subjektiven Erwartungen E_{ij} ; die der Akteur an die verschiedenen Handlungen knüpft in der Hinsicht, daß mit der betreffenden Handlung eine Situation erreicht werde, in der die verschiedenen Ziele (mit bestimmter Intensität) mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit (zwischen 0 und 1) erreicht werden. Diese subjektiven Wahrscheinlichkeiten E_{ij} kombinieren damit alle Handlungsalternativen mit allen Zielen zu einer Matrix der subjektiven Wahrscheinlichkeiten. Anders ausgedrückt: jeder Akteur schätzt die Wahrscheinlichkeit, daß er mit einer bestimmten Handlung ein bestimmtes Ziel erreicht. Man handelt aber sicher nicht in der Weise, daß man lediglich die wahrscheinlichen Ziele anstrebt; die Ziele sind ja unterschiedlich "nützlich". In dem

Modell wird vielmehr angenommen, daß der Akteur eine weitere Kalkulation vornimmt: Die subjektiven Wahrscheinlichkeiten werden mit der Nützlichkeit bzw. der Intensität der verschiedenen Ziele multipliziert, so daß sich nunmehr für jede Handlungsalternative H_j ein Vektor von subjektiven Zielrelevanzen (bezogen auf alle m Ziele) UE_{ij} ergibt, die sich jeweils aus dem Produkt $U_i E_{ij}$ berechnen. Da es nicht nur eine Handlungsalternative, sondern deren n gibt, existieren auch n solcher Vektoren subjektiver Zielrelevanzen für alle Handlungen. Für jede Handlungsalternative kalkuliert nun der Akteur die sog. Handlungstendenz (bzw. subjektive Nutzenerwartung): Die für die betreffende Handlung bestehenden m verschiedenen UE_{ij} Werte werden aufaddiert. Die Summe ist dann die Handlungstendenz: $HT_j = \sum_i UE_{ij} = \sum_i U_i E_{ij}$. Mit anderen Worten: Für jede Handlungsalternative H_j gibt es schließlich einen Wert für die Handlungstendenz HT_j , der sich aus der Summe der auf die verschiedenen Ziele und Handlungen bezogenen subjektiven Zielrelevanzen UE_{ij} ergibt.

Die Grundannahme ist nun, daß ein Akteur diejenige Handlung aus dem Satz der Handlungsalternativen auswählt, für die die Summe der subjektiven Zielrelevanzen am höchsten ist, d.h. für die es die (relativ) größte Handlungstendenz gibt.

Bis hierher war - wie üblich - davon ausgegangen worden, daß für einen Akteur der Satz der Ziele und Erwartungen, damit letztlich auch die Zielrelevanzen und Handlungstendenzen konstant sind. Hier hatte die Kritik des Symbolischen Interaktionismus - wohl nicht zu Unrecht - angesetzt: Die "Angemessenheit" des Handelns wird oft erst in der Situation selbst erkennbar, für verschiedene Situationen mag es unterschiedliche Zielrelevanzen geben usw. Wenn man nun der Einfachheit halber davon ausgeht, daß Personen einen relativ fixen Satz an Zielen und Nutzenintensitäten für die Verwirklichung dieser Ziele hätten (z.B. Karriere, ewiges Heil, privates Glück, hohes Bankkonto, soziale Anerkennung), dann könnte man diese Einlassung des Symbolischen Interaktionismus dadurch berücksichtigen, daß man nicht einen Vektor von Handlungstendenzen, sondern für k unterschiedliche Situationen k solcher Vektoren annimmt. Die Werte der Handlungstendenzen für die verschiedenen Handlungen in den unterschiedlichen Situationen variieren unter dieser Annahme ausschließlich als Folge der Variation der unterschiedlichen subjektiven Erwartungen für die verschiedenen Situationen. Das ist auch nicht unplausibel: In einem

Bewerbungsgespräch kontrolliert man seine Affekte nicht deshalb, weil man plötzlich Emotionalität gering schätzt, sondern weil man die Erfolgsaussichten für relevante Ziele durch spontanes Verhalten gefährdet sähe, während dieses in der Situation eines Treffens der Männergruppe Köln-Nippes für die gleiche Person sicher anders aussähe.

Üblicherweise sind Alltagssituationen so typisiert, daß ein Akteur den jeweils geforderten speziellen HT-Vektor leicht identifizieren kann. Dies ist anders in relativ neuen, ungewohnten Situationen wie sie bei der Befragung vorliegen. Dort entsteht ein der eigentlichen Handlungsentscheidung vorgelagertes Problem: Die Entscheidung über die Einschätzung der Gestalt des nunmehr angemessenen HT-Vektors, die unter starker Unsicherheit vorgenommen werden muß. Es wird nun davon ausgegangen, daß die Auffüllung der zunächst unbekanntes E_{ij} -Werte für die neue Situation, aus der sich dann die Handlungsentscheidung ableitet, vor allem von zwei Situationsmerkmalen abhängt: Relevanz und Transparenz der Situation. Relevanz bedeutet dabei die Vermutung des Akteurs, daß mit (einiger) Sicherheit einige Handlungsalternativen mit relevanten Zielen verknüpft sind. Es ist lediglich noch nicht bekannt, welche speziellen Handlungen nun genau in der Situation zur Zielerreichung notwendig wären. Es wird also angenommen, daß Akteure zunächst eine grobe Schätzung darüber vornehmen, ob überhaupt (durch welche Handlungsalternativen auch immer) relevante Ziele tangiert sind. Transparenz bedeutet die Feststellbarkeit von Signalen ("cues"), die eine konsistente und stabile Strukturierung der E_{ij} -Werte (also: die Auffüllung des zuvor leeren HT-Vektors) erlauben. Bei fehlender Transparenz bleibt die Handlungsunsicherheit erhalten. Die Tendenz zur Verringerung von Ambiguität und Undurchsichtigkeit in der Situation steigt für den Akteur mit der Relevanz der Situation. Relevante und transparente neue Situationen strukturieren sich daher relativ rasch, während irrelevante und/oder intransparente Situationen auch dauerhaft unstrukturiert und instabil in dem Sinne bleiben, daß der E_{ij} -Vektor nur mit groben Schätzungen ausgestattet bleibt. Ein konsistentes und abgestimmtes Verhalten ist unter diesen Bedingungen dann natürlich kaum zu erwarten.

Relevanz und Transparenz der Entscheidungssituation bestimmen sich ihrerseits aus Eigenschaften und Fähigkeiten der Personen (Zielintensitäten und kognitive

Fähigkeiten) und aus Merkmalen der Situationen (Inhalt und Eindeutigkeit der Situationselemente).

Zu erklären sind damit zweierlei Prozesse: Von welchen Bedingungen hängt in der Befragungssituation die Kognition der Situation (und damit: die "Auswahl" des Vektors der Handlungstendenzen) ab? Wodurch erklärt sich die Entscheidung für das schließliche Verhalten? Die letztere Frage ist nach Klärung der ersten leicht zu beantworten: es wird die Handlung mit der höchsten Handlungstendenz gewählt. Erklärungsbedürftig bleibt damit die - an dieser Stelle v. a. theoretisch zu leistende - Explikation der Bedingungen, von denen die subjektiven Erwartungen in der Befragungssituation bestimmt werden.

Ganz so einfach ist allerdings die Frage nach der schließlichen Handlungsentscheidung nicht. Es ist eine Vielzahl von Bedingungen denkbar, unter denen eine eindeutige Entscheidung nicht möglich ist. Diese Bedingungen könnte man auf drei Typen von Entscheidungssituationen beziehen: Situationen können sich in der Struktur der Handlungstendenzen dahingehend unterscheiden, daß es z.B. eine im Vergleich deutlich höhere Handlungstendenz gibt gegenüber der Situation, daß mehrere Handlungstendenzen ähnliche Werte aufweisen und sich der Akteur - wie der Esel von Buridan - nicht zu entscheiden weiß. Zweitens können sich Situationen in der Intensität unterscheiden in der Weise, daß die Höhe der höchsten Handlungstendenz im einen Fall sehr ausgeprägt ist, im anderen Fall nur schwach ausgeprägt ist. Dies hat Konsequenzen für die Nachhaltigkeit, Systematik und Sorgfalt, mit der die Handlung dann ausgeführt wird. Und schließlich können sich Entscheidungssituationen dahingehend unterscheiden, daß bei der höchsten Handlungstendenz im einen Fall der Anteil der negativen Nutzenerwartungen - der Kosten der Handlung also - nur gering ist, während im anderen Fall der (numerisch gleiche!) "Nettonutzen" dadurch zustande kommt, daß von einer entsprechend höheren Nutzenerwartung für ein Ziel noch die Kosten (für andere Ziele) abgezogen werden. Dieser Aspekt sei mit Konsonanz bezeichnet. Es ist anzunehmen, daß Handlungen mit zunächst gleichem Nettonutzen, aber geringerer Konsonanz weniger nachhaltig ausgeführt werden bzw. daß der Akteur die Tendenz hat, evtl. bestehende Inkonsistenzen zu verringern.

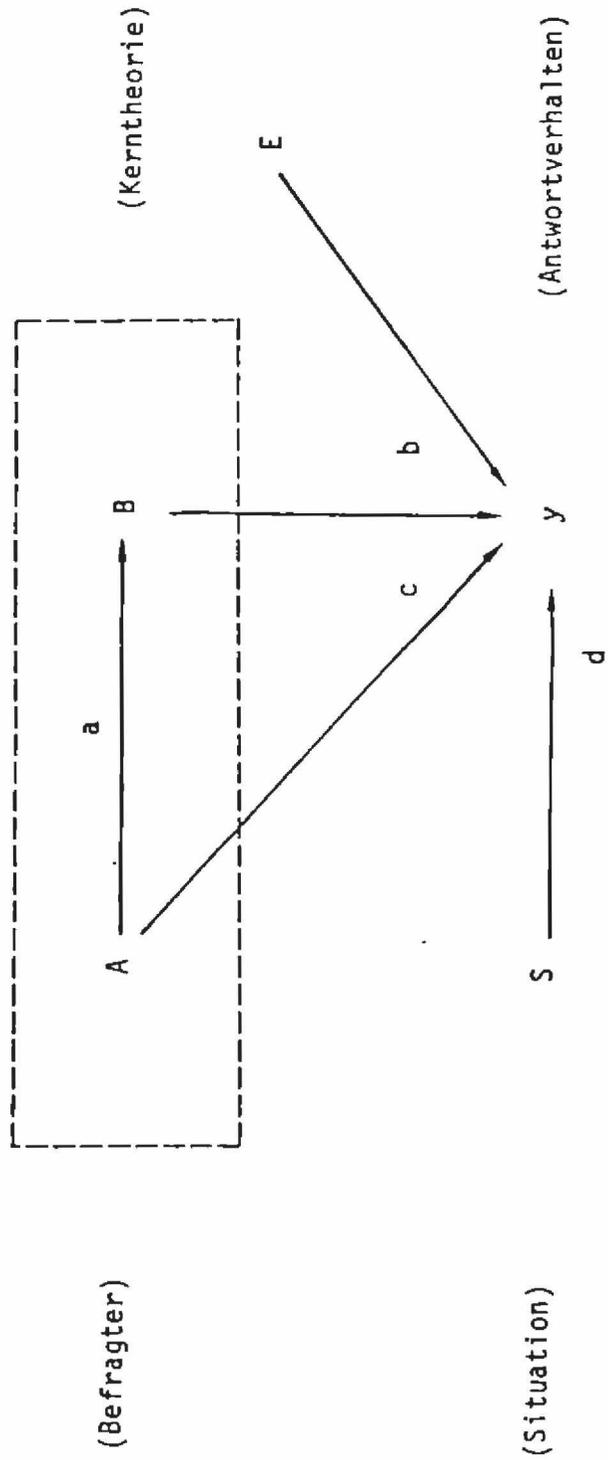
Wenn die Befragung ein Spezialfall "normaler" Handlungssituationen ist, dann müßte sich dieses Modell zur Erklärung sozialen Handelns selbstverständlich

auch dort anwenden lassen. Das Problem ist dann freilich, daß dazu eine Typisierung und Vereinfachung der Vielfalt möglicher Befragungssituationen und die Übertragung dieser Situationsmerkmale auf die Elemente des o.a. allgemeinen Modells erfolgen muß.

3. Ein Modell des Befragtenverhaltens als rationales Handeln

Ausgangspunkt der nun folgenden Überlegungen ist die in der Methodenkritik der Befragung immer wieder gemachte Feststellung, daß der Befragte sich nicht nur am Frageinhalt, sondern auch an "Normen" und an der "Situation" bei seinen Reaktionen orientiere. Am einfachsten läßt sich diese Vorstellung über ein Kausalmodell zur Erklärung einer empirischen Reaktion y darstellen, bei dem diese Reaktion nicht nur von dem "wahren" Wert der in der betreffenden Frage angezielten latenten Dimension B (z.B. eine Einstellung), sondern zusätzlich von anderen Merkmalen des Befragten A (z.B. schichtspezifische kulturelle Normen über die öffentlichen Äußerungen einer Einstellung) sowie von durch die Situation strukturierten Normen (z.B. die Anwesenheit eines Interviewers, dessen kategoriale Zugehörigkeit mit der erfragten Einstellung zusammenhängt; vgl. Abb. 2). Die Beziehung von A auf B mit dem Koeffizienten a bedeutet im Modell das zur Untersuchung anstehende kerntheoretische Modell, für das nun empirische Indikatoren zu erheben sind. Die empirische Reaktion y wäre damit ein gemessener Wert für B (aus Gründen der Übersichtlichkeit wird nur ein empirischer Indikator betrachtet). Der Koeffizient b bedeutet damit nichts anderes als die Reliabilität der Messung von y in Bezug auf das Konstrukt B . Der Koeffizient c bezeichnet den Einfluß der Fremddimension A , die hier als kulturelle Erwünschtheit interpretiert werden soll. Die Wirksamkeit situationaler Erwünschtheit auf das Antwortverhalten ist schließlich mit dem Koeffizienten d gekennzeichnet. Die Situationsvariable S wird (an dieser Stelle) als von den kerntheoretischen Variablen unabhängig aufgefaßt, obwohl man sich durchaus Bedingungen vorstellen könnte (z.B. die Selbstselektion von Befragten durch bestimmte Interviewer bei Quotenauswahl), in denen eine solche Unabhängigkeit nicht besteht. E bezeichnet - wie üblich - den Einfluß aller anderen Bestimmungsgrößen auf den Indikator y .

Abbildung 2: Kausalanalytische Interpretation des Antwortverhaltens
(Erläuterungen im Text)



Mit diesem Modell werden - in aller Vereinfachung - drei Nutzen- bzw. Zielaspekte ausgegrenzt, die in Befragungssituationen in unterschiedlicher Weise relevant sein mögen: der Nutzen einer wahren Antwort (U_t), der Nutzen aus der Entsprechung einer kulturellen Norm (U_c) und der Nutzen aus der Entsprechung situational vorgegebener Erwartungen (U_s). Der Nutzen einer wahren Antwort könnte begründet werden aus einem damit realisierten Ziel der Entsprechung von Selbstbild und Verhalten, d.h. aus einem übergeordneten Ziel des Erhalts der personalen Identität, die sich in der Einstellungsstruktur einer Person manifestieren mag. Dieses Ziel wäre um so wichtiger, das heißt U_t wäre um so höher für eine Person, je stärker eine bestimmte Meinung, Einstellung, Attitüde bei einer Person ausgeprägt und an zentraler Stelle verankert ist: Bei hoher "opinionation" steigt der Nutzen für eine wahre Antwort. Man könnte einen zweiten Grund hinzufügen: Je mehr der Befragte die Befragtenrolle internalisiert hat, nach der er lediglich als "Datenträger" zu fungieren habe, um so höher wird auch hier der Wert U_t . U_t wäre damit am höchsten bei Personen mit ausgeprägter Intensität und Zentralität einer Einstellung und bei stark internalisierter Befragtenrolle. Wenn nun nur noch die Situation transparent genug ist, um auch sachgerecht reagieren zu können, dürfte für andere Effekte kaum noch Spielraum verbleiben.

Der kulturell induzierte Nutzen (U_c) beruht auf dem Ziel der Entsprechung von Erwartungen des alltäglichen Beziehungsmilieus einer Person und der Konsonanz mit wichtigen Bezugspersonen (neben dem Beitrag, den die Internalisierung einer Norm zu diesem Nutzenaspekt liefert).

In ähnlicher Weise hat der situational induzierte Nutzen (U_s) mit allen denjenigen Zielsetzungen eines Befragten zu tun, die evtl. in einem außeralltäglichen Kontakt tangiert sein könnten. Hierzu lassen sich selbstverständlich a priori keinerlei genauere Angaben machen. Dies macht nämlich die Problematik solcher undefinierten Situationen aus: Man vermutet zwar vielleicht eine gewisse Relevanz der Situation für die eigene Zielstruktur, ist aber über das konkret erforderliche "rationale" Handeln zur Realisierung der Ziele im unklaren. Entscheidend werden nach dem o.a. allgemeinen Modell die subjektiven Zielrelevanzen, mithin also die Kognition der genauen subjektiven Wahrscheinlichkeiten (E_{ij}) in der Befragungssituation für die verschiedenen Ziele.

Wichtigstes allgemeines Merkmal der Situation ist für die "Definition" dieser subjektiven Wahrscheinlichkeiten die Transparenz der Situation: Eindeutigkeit des Fragestimulus und Eindeutigkeit in der Zuordnung von Fragethema, Interviewermerkmalen, vermuteten Sponsoren u.a. Erst hieraus können sich einigermaßen sichere Zielrelevanzen für bestimmte Antwortalternativen ergeben. Bezogen auf den Nutzenbereich "wahre Antwort" (U_t) wäre mit gegebener Transparenz der E_{ij} -Wert gleich 1, damit also UE_{tj} gleich der Nutzenintensität U_t . Mit sinkender Transparenz ist eine solche eindeutige Zuordnung zum Antwortverhalten nicht mehr möglich: Die Reliabilität des Antwortverhaltens sinkt - bei gegebenen wahren Werten - mit der Stimuluseindeutigkeit. Die Transparenz der Situation ist selbstverständlich auch personenabhängig: Befragte unterscheiden sich durchaus nach ihrer Fähigkeit, Fragen zu verstehen oder ihnen einen eindeutigen Sinn zu unterlegen.

Die subjektiven Erwartungen für die kulturelle Konformität hängen dagegen sowohl von der - situational vorgegebenen - Stimuluseindeutigkeit wie von der Stärke und Eindeutigkeit der kulturellen Verhaltensvorschriften ab. Beides ist seinerseits auch von Merkmalen der Befragten abhängig: Wie eindeutig kann er die Situation als strukturiert wahrnehmen? In welchen Rollen- und Bezugsbereichen mit welchen Verhaltensvorschriften hält er sich auf?

Weitgehend extern über die jeweilige - vom Interviewer initiierte - Situation der Befragung sind die situationalen Erwartungen bestimmt: Ob ein bestimmtes Antwortverhalten den (vermuteten) Konsensus im Interview stört oder nicht, hängt weitgehend von den Merkmalen der aktuellen Interviewer-Befragten-Relation ab, während die kulturellen Erwartungen eher situationsunabhängig sind. Wie stark die Erwartungen und damit die UE-Werte in diesem Fall sind, ist allerdings dann auch wieder von personenbezogenen Merkmalen sowie von der Transparenz der Gesamtsituation abhängig. Insgesamt kann in diesem Zusammenhang vermutet werden, daß mit steigender Relevanz der Situation für einen Befragten (d.h.: dem Wissen, daß sein Verhalten in der Situation überhaupt relevante Konsequenzen haben kann, ohne daß die genauen Verhaltenserwartungen bekannt wären) die Suche nach Hinweisen auf die Konkretisierung der Verhaltenserwartungen deutlich verstärkt wird: Bei hoher Relevanz tendieren Befragte danach, die Situation entweder transparent zu machen oder ihr wenigstens eine gewisse Transparenz zuzuschreiben.

Zusammengefaßt: Das Antwortverhalten kann grob auf drei Zielrelevanzbereiche bezogen werden: Die wahre Antwort (mit dem Nutzen des Identitätserhalts), die kulturell konforme Antwort (mit dem Nutzen der Konformität zu relevanten Bezugsgruppen im Alltag), die situational angemessene Antwort (mit sehr verschiedenen möglichen Nutzenbereichen, von denen der Befragte vermutet, daß sie in der Situation tangiert sind). Zur Erklärung des konkreten Verhaltens werden neben den Nutzenintensitäten die jeweiligen subjektiven Erwartungen bedeutsam, die sich ihrerseits aus Vorkenntnissen und Deutungen des Befragten wie aus Merkmalen der Situation selbst ergeben. Zur Strukturierung des Satzes der Erwartungen und damit des Satzes der Zielrelevanzen (UE-Werte) sind die kognitiven Fähigkeiten des Befragten einerseits und die Ambiguität der Situation andererseits bedeutsam. Diese bestimmen die Transparenz der Situation und diese wieder die UE-Werte. Die Nutzenintensitäten und eine (zunächst auch: grobe) Wahrnehmung, daß die Situation relevante Konsequenzen haben kann, bestimmen die wahrgenommene Relevanz der Situation. Für diese Relevanz ist ein besonderer Aspekt der Situationswahrnehmung von hoher Bedeutung: Wenn die Situation als von anderen Lebensbereichen "isoliert" wahrgenommen wird (Situationssegregation), dann haben nur die internalisierten Nutzenaspekte Verhaltensrelevanz. Anonymitätszusicherungen haben genau dies zum Ziel: die Erhebungssituation und das Antwortverhalten von anderen Bereichen der Konsequenzen des Antwortverhaltens abzuschotten, so daß nur noch der auf die abgefragte Einstellung bezogene Nutzen einer wahren Antwort verhaltensrelevant werde. Aus der Wahrnehmung der Situation, aus Transparenz und Relevanz ergeben sich die Zielrelevanzen für die drei Bereiche. Für den Aspekt der "wahren Antwort" tritt die Intensität der jeweiligen Einstellung (opinionation) hinzu (vgl. Abb. 3).

Befragte haben immer mehrere Alternativen. Im einfachsten Fall: ja (y) oder nein (x) zu sagen. Welche Antwort gegeben wird, hängt nach dem allgemeinen Modell von der relativen Stärke der Handlungstendenzen ab. Diese ergeben sich aus der Summe der jeweiligen Zielrelevanzen bzw. den Produkten aus Nutzen und subjektiven Erwartungen. Für die Antwortalternativen y und x ergibt sich also:

$$\begin{aligned} HT_y &= (U_t \cdot E_{ty}) + (U_c E_{cy}) + (U_s E_{sy}) \\ HT_x &= (U_t \cdot E_{tx}) + (U_c E_{cx}) + (U_s E_{sx}) \end{aligned}$$

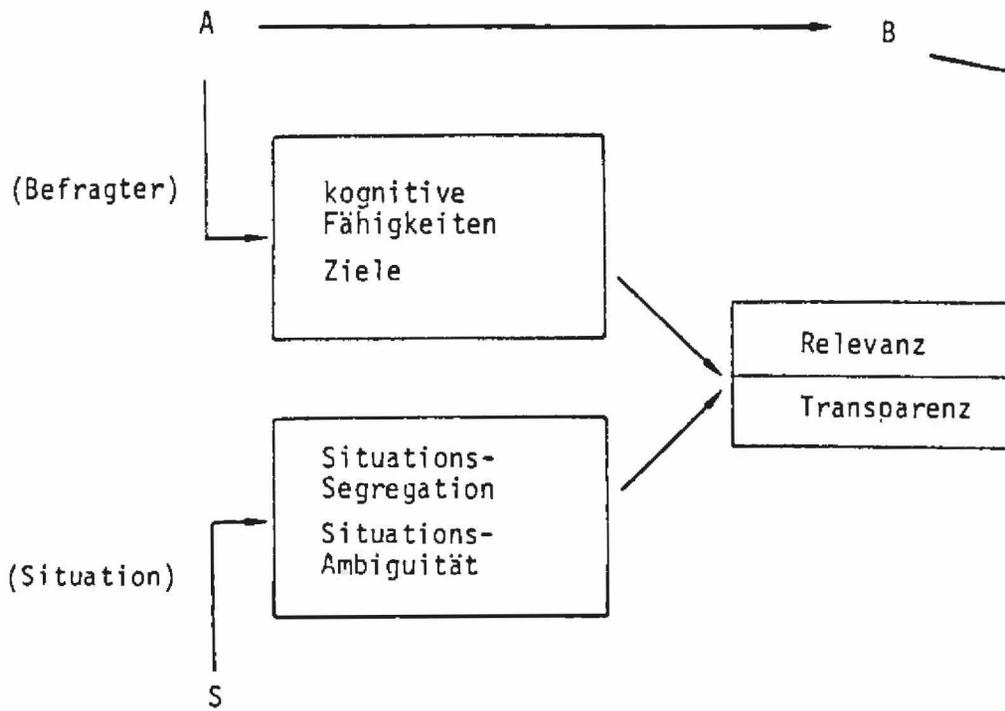
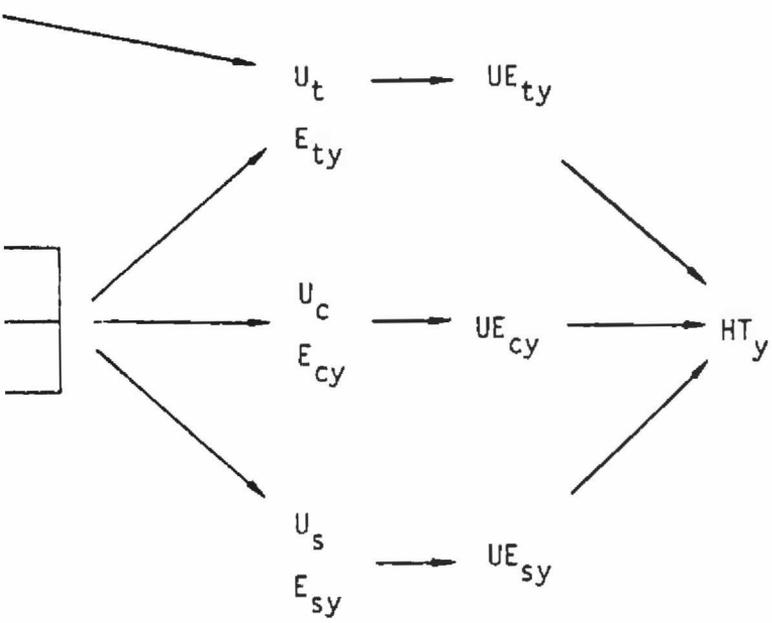


Abbildung 3: Nutzenerwartungen und Handlungstendenzen in der Interviewsituation (für eine Reaktion y)

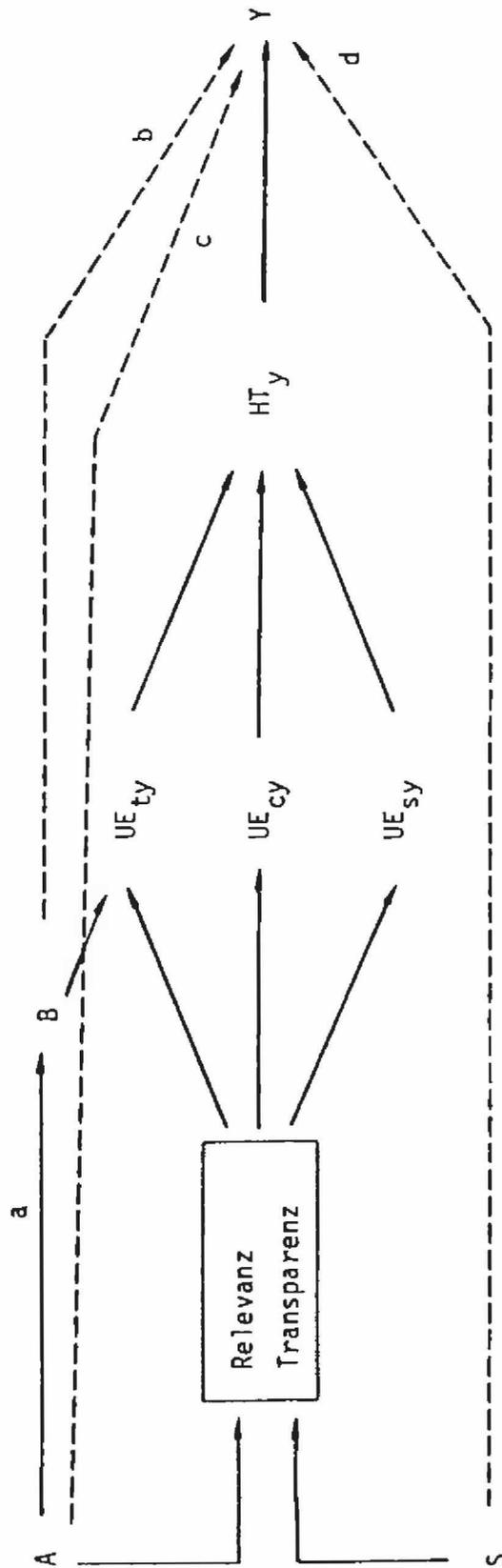


t: "wahre" Einstellung
c: kulturelle Erwünschtheit
s: situationale Erwünschtheit

Zur Vorhersage des Antwortverhaltens wären damit die Nutzenintensitäten für die drei Bereiche sowie die subjektiven Erwartungen, die sich an die Handlungsalternativen knüpfen, zu bestimmen. Daraus ergeben sich die Handlungstendenzen für jede Alternative. Aus der Höhe der höchsten Handlungstendenz (Intensität), der Differenz der Handlungstendenzen untereinander (Struktur) und dem jeweiligen Anteil von "Kosten" bei der höchsten Handlungstendenz bestimmt sich dann die schließliche Wahl und die Intensität bei der Durchführung der Handlung, in diesem Fall: ja oder nein zu sagen. In einem vereinfachenden Modell seien diese Zusammenhänge als handlungstheoretische Erklärung des o.a. statistisch konzipierten Basismodells der verschiedenen möglichen Kausaleinflüsse auf den gemessenen Wert eines Indikators y verdeutlicht (vgl. Abb. 4).

Aus dem Modell wird ersichtlich, daß isolierte Faktoren der Interviewsituation (z.B. Interesse am Fragethema, Ambiguität, Interviewermerkmale) niemals alleine und ohne gleichzeitige Berücksichtigung der Determinanten anderer Reaktionsalternativen das Befragtenverhalten erklären können. Auch wird deutlich, daß im Modell sehr einfach erscheinende Pfadkoeffizienten und "Fremdladungen" auf höchst komplexe Weise zustande kommen können: sie sind das in den Daten schließlich vorfindbare Resultat von systematisch verteilten Handlungsentscheidungen der Befragten je nach sozialer Zugehörigkeit und Situationsinterpretation. Darüber hinaus wird die Richtigkeit einer alten methodischen Regel nachdrücklich bestätigt: daß nichts das zuverlässige und gültige Messen ersetzen kann; denn: Bei einem bereits hohen UE-Wert für eine bestimmte Antwortalternative (z.B. bei opinionation und Transparenz der Situation) ist für Fremdeffekte kaum noch Spielraum, weil deren UE-Werte entsprechend höher sein müßten. Weiter kann man nun verstehen, warum bei geringer Relevanz und Transparenz der Situation die Zuverlässigkeit der Reaktionen insgesamt abnimmt: Keine der Antwortalternativen hat eine deutlich strukturierte und intensive Handlungstendenz, so daß das Antwortverhalten Zufallsschwankungen unterliegt. Andererseits kann nun auch geklärt werden, warum relativ geringe Situationsänderungen bereits drastische Auswirkungen auf das Antwortverhalten haben können: Wenn für ein hoch relevantes Ziel (z.B. soziale Anerkennung) sich situationsbezogen ein Erwartungswert (E_{ij}) ändert, verändert sich zugleich auch der UE-Wert mit entsprechenden Folgen für die

Abbildung 4: Handlungstheoretisch interpretiertes Kausalmodell des Antwortverhaltens (bezogen auf eine Reaktion y)



a, b, c, d entsprechen den Koeffizienten-
aus Abb. 2

Handlungstendenz insgesamt. Die Folgen zum Beispiel mißlingender Anonymitätszusicherungen (die ja für bestimmte Zielkonsequenzen Erwartungen von einem Wert deutlich über 0 auf 0 reduzieren sollen) werden so unmittelbar einsichtig. Auch kann nun auf leichte Weise verständlich gemacht werden, auf welche Art Interviewereffekte (im Sinne von Effekten der Merkmale der Interviewer) zustande kommen. Merkmale des Interviewers füllen die zuvor leere Erwartungsmatrix für situationsadäquates Verhalten (z.B. vor dem Ziel der Konsensuserhaltung im Interaktionsprozeß der Befragung) auf. Diese Matrix sieht selbstverständlich für jeden Befragten für unterschiedliche Typen von Interviewern anders aus. Auch wandelt sich die Intensität der jeweiligen Erwartungen mit der Deutlichkeit der Interviewermerkmale und dem Bezug auf das Fragethema. Vor diesem Hintergrund wird auch ein stets wieder festgestelltes Resultat der empirischen Untersuchung von Interviewereffekten unmittelbar einsichtig: Interviewereffekte treten vor allem dann auf, wenn die sonstige Stimulussituation (z.B. die Verständlichkeit von Frage und Kategorienvorgabe) nur undeutlich ist. In diesen Fällen kann schon der UE-Wert für eine wahre Antwort nur recht gering sein, so daß die UE-Werte für Erwünschtheitsreaktionen entsprechend höheres Gewicht bekommen.

4. Zur Erklärung spezieller Effekte

Anlaß und Hintergrund des vorgelegten Versuchs, das Befragtenverhalten als rationales Handeln zu konzipieren, war einerseits die Präzisierung der eingangs angesprochenen allgemeinen Orientierungshypothesen zum Interview als sozialer Prozeß. Zur Entwicklung bzw. zur Formulierung einer Instrumententheorie der Befragung, über die die verschiedenen Fehler zu erklären wären, ist andererseits solch ein allgemeines Modell noch nicht spezifisch genug. In einem ersten Schritt wären daher einige der bekannten Verzerrungseffekte innerhalb des o.a. Rahmens zu interpretieren und als Folge bestimmter Konfigurationen von Zielrelevanzen für bestimmte personale Dispositionen, Situationen und Reaktionsalternativen verständlich zu machen. Fragen der Messung und empirischen Überprüfung können an dieser Stelle nicht weiter verfolgt werden, sind aber der nächste Schritt auf dem Weg zu einer Theorie der Befragung.

Der Einfachheit halber werde die Vorgabe nur eines Fragestimulus angenommen, der in infinitesimal kleinen Differenzen unterschiedlich intensiv abgelehnt (-) oder bejaht (+) werden kann. Zweitens wird - ebenfalls aus Einfachheitsgründen - nur von Zielrelevanzen (also dem Produkt von U und E) ausgegangen, wobei offen bleiben soll, ob Änderungen in der Nutzenintensität jeweils auf die Zielintensitäten oder die Erwartungsstärken zurückzuführen sind. Drittens wird nur zwischen "opinionation"-Effekten einerseits und Erwünschtheitseffekten andererseits (die oben noch in kulturelle und situationale Erwünschtheit differenziert worden waren) unterschieden.

Vor diesem Hintergrund können zwei Basisfunktionen unterschieden werden: Die Nutzenerwartungsfunktion für das Antwortverhalten bezogen auf die Einstellungsintensität (vgl. Abb. 5a) und bezogen auf verschiedene Richtungen und Ausprägungen von sozialer Erwünschtheit (Abb. 5b). Hinsichtlich der Einstellungsintensität können zwei Extremfälle unterschieden werden: hohe und niedrige Einstellungsintensität bzw. opinionation (vgl. die Kurven a und b). Die Zielrelevanz der verschiedenen Handlungsalternativen ist bei geringer Einstellungsintensität überall nahezu gleich; bei hoher opinionation hätte eine ablehnende Antwort (Negativ-Bereich) - bei angenommener "positiver" Einstellung - negative Zielrelevanzwerte (also: Kosten). Entsprechendes würde selbstverständlich für eine anders gerichtete Einstellung gelten. Die Entscheidung für eine (extrem) positive Antwort wäre ohne sonstige Einflüsse eindeutig. Selbstverständlich könnte die UE-Funktion auch andere Verläufe haben. Beispielsweise würde das Maximum der Funktion bei "moderater Zustimmung" auf der latenten Einstellungsdimension nicht bei den extrem positiven Antwort-Alternativen liegen (vgl. Kurve c in Abb. 5a). Generell wird also davon ausgegangen, daß das Maximum der UE-Werte hinsichtlich der latenten Einstellungsdimension genau auf der Antwortalternative verankert ist, die die wahre Einstellung repräsentiert.

Auch für die Erwünschtheitseffekte lassen sich höchst unterschiedliche Funktionsverläufe annehmen (Abb. 5b). Bei fehlenden kulturellen/situationalen Konsequenzenerwartungen sind die UE-Werte hierfür über alle Alternativen hinweg gleich (niedrig; Kurve a). Kulturelle Unterschiedlichkeiten der sozialen Erwünschtheit ließen sich für die gegebenen Einstellungs-Antwort-Konstellationen als Funktionen mit jeweils unterschiedlichen Verläufen im Nutzen-

Ablehnung

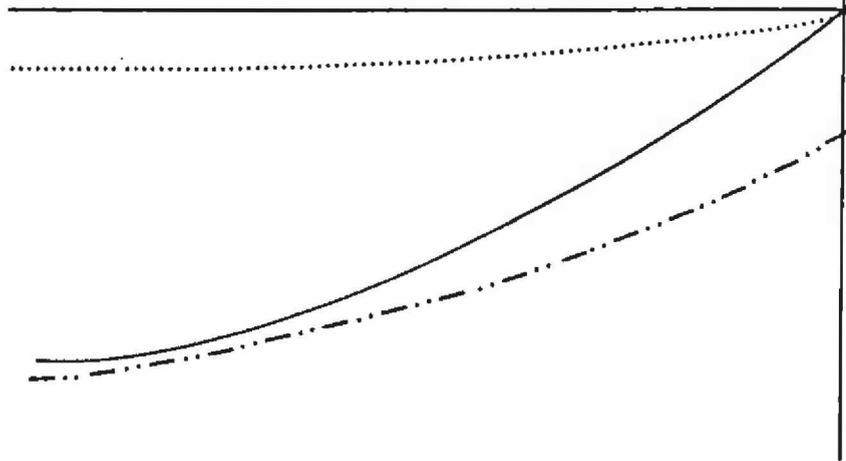
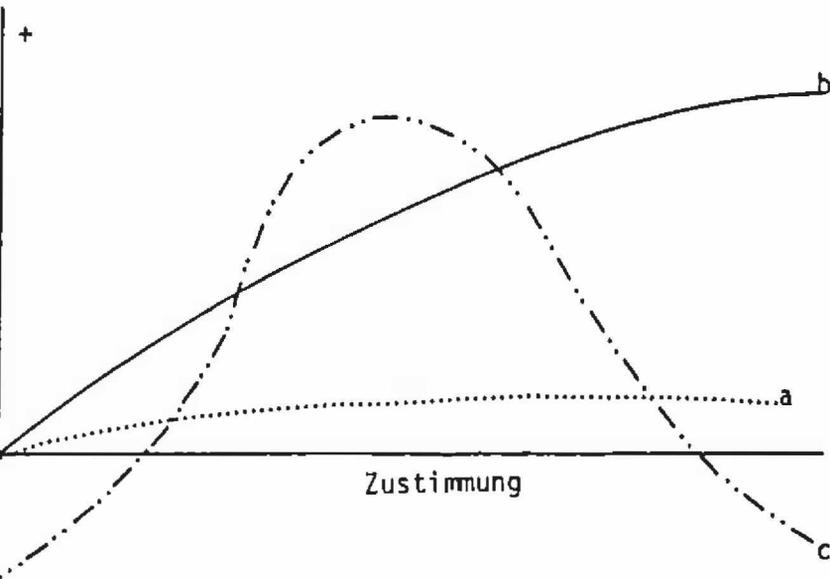


Abbildung 5a: Zielrelevanzfunktionen bei unterschiedlichen "wahren" Einstellungen und Einstellungsintensitäten



- a: Schwache Einstellungsintensität
- b: starke Einstellungsintensität
- c: starke Einstellungsintensität
bei "Schwacher" Zustimmung

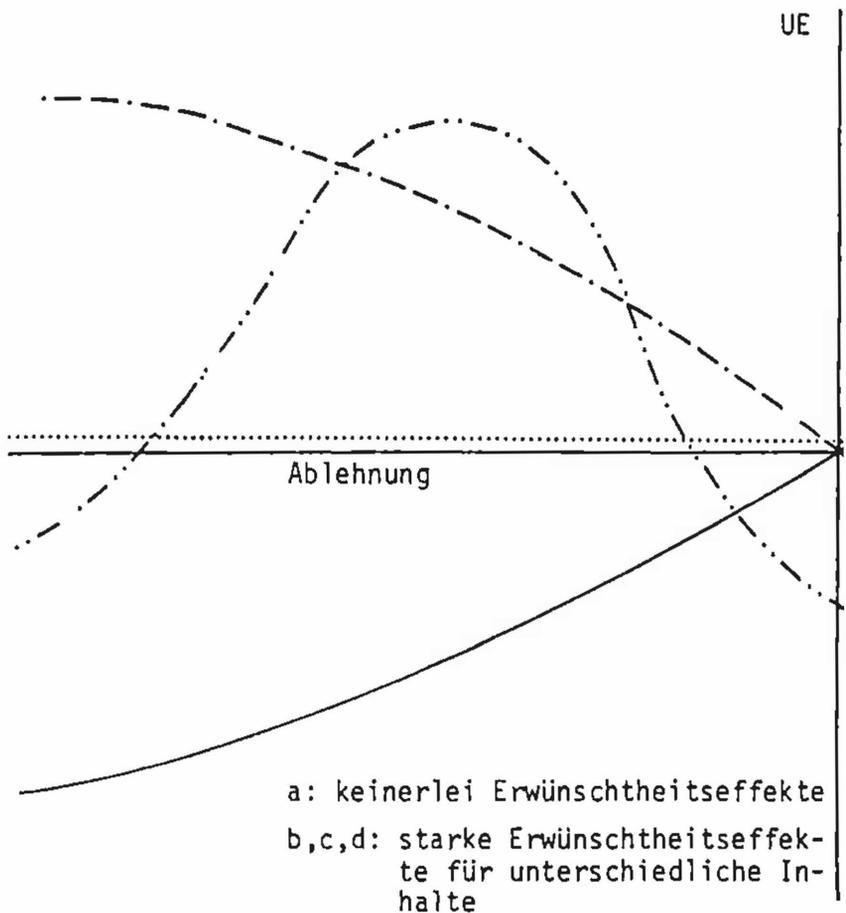
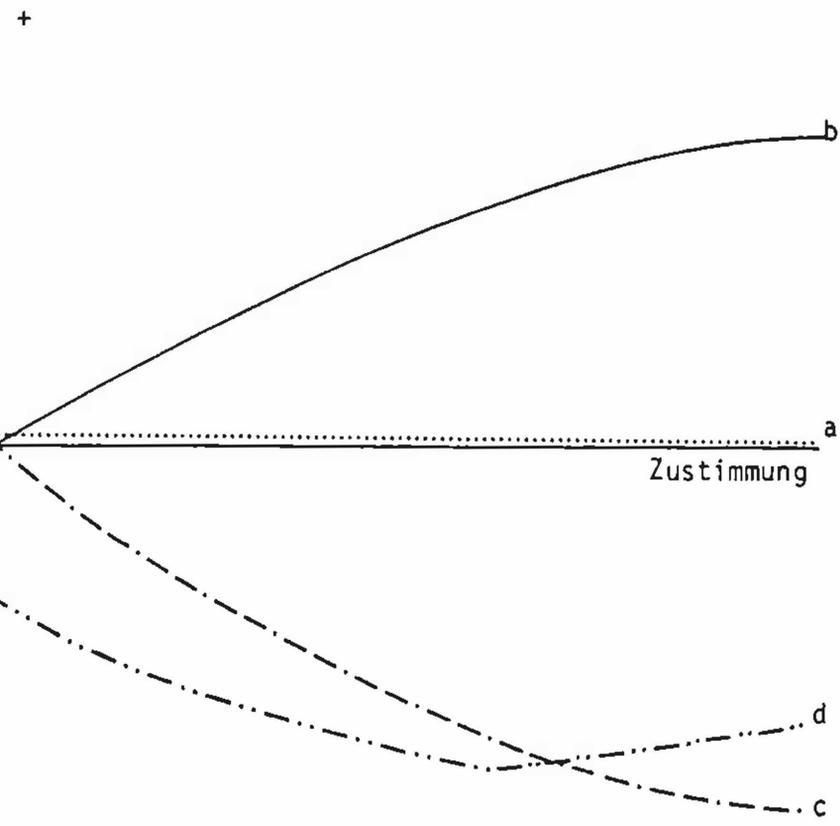


Abbildung 5b: Zielrelevanzfunktionen für unterschiedliche Intensitäten und Richtungen sozialer Erwünschtheit



Kosten-Bereich der verschiedenen Reaktionsalternativen darstellen: Mittelschichtangehörige mögen z.B. intolerante Antworten (unabhängig von ihrer privaten Einstellung) eher mit Kosten, tolerante Antworten mit Konformitäts-Nutzen versehen einschätzen, während in Unterschichten-Milieus dies umgekehrt sein mag (vgl. die Kurven b und c). Viertens kann es schließlich bestimmte andere Antwortbereiche geben, in denen die Zielrelevanz maximal ist: Man nimmt an, daß z.B. eine moderate Ablehnung eines items "normal" sei, wodurch davon abweichende Reaktionen diesbezüglich in den Kostensektor rutschen (vgl. Kurve d). Auf diese Weise ließe sich leicht die Anfälligkeit von Randverteilungen insbesondere bei heiklen Fragen gegenüber Änderungen in der Fragevorgabe erklären: Die Vorgaben legen bestimmte Anker einer "normalen" Reaktion nahe, definieren also jeweils den spezifischen Verlauf der zuvor für den Befragten unstrukturierten Zielrelevanzfunktion, wodurch dann - freilich immer: ceteris paribus - eine Veränderung des Antwortverhaltens eintritt.

Auch andere Effekte beim Befragtenverhalten lassen sich auf diese Weise wenigstens von der Annahme her nutzentheoretisch interpretieren. Antwort-Stile (wie z.B. Ja-Sage-Tendenz oder die Tendenz Extrem- bzw. Mittelkategorien zu bevorzugen) könnte man nun als die von Personen unterschiedlich internalisierte Einschätzung der Nützlichkeit bestimmter Antwortmuster verstehen. Beispielsweise ist die Ja-Sage-Tendenz als eine internalisierte Verhaltensstrategie von Unterprivilegierten in hierarchisierten Kontakten des öfteren nachgewiesen worden. Ob es sich dabei um eine generalisierte Beschwichtigungsstrategie oder um eine habitualisierte Verhaltensweise handelt, ist in diesem Fall gleich: In jedem Fall wird für eine bestimmte Antwortalternative eine vergleichsweise höhere nutzenstiftende Zielrelevanz angenommen, die dann handlungsrelevant wird, wenn andere Zielrelevanzen entsprechend geringer sind oder sich gegebenenfalls neutralisieren.

Wenn man nun davon ausgeht, daß die Vorhersage des Befragtenverhaltens erst aus der Kenntnis der Handlungstendenzen für die verschiedenen Alternativen möglich ist, wird auch klar, daß man immer mindestens Annahmen über zwei Zielrelevanzfunktionen haben muß: die über die wahre Antwort und die über die soziale Erwünschtheit. Sofort wird dann auch klar, daß Erwünschtheitseffekte nur unter zwei Bedingungen verzerrende Auswirkungen haben können: wenn die Zielrelevanzfunktion für die wahre Antwort nicht deutlich mit den Antwortalternativen kovariert und wenn die Richtung der Funktion für die soziale Erwünschtheit von der für die wahre Antwort abweicht (vgl. Abb. 6).

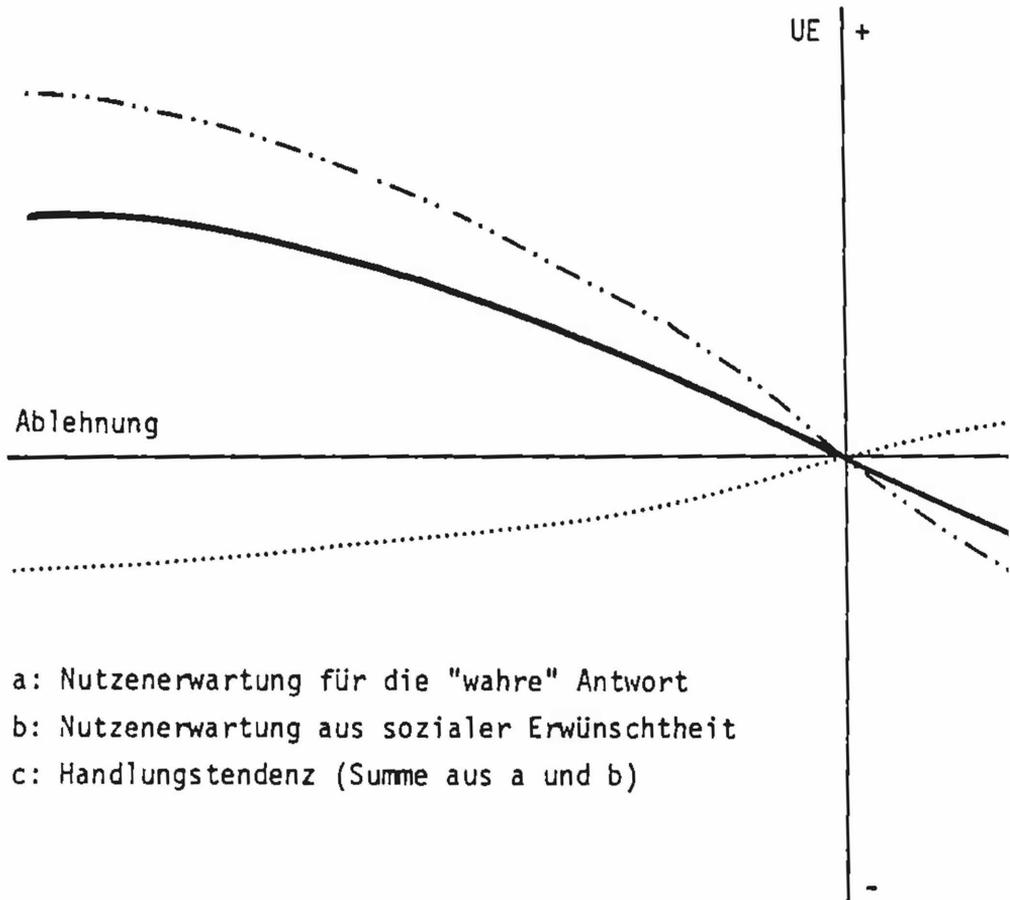
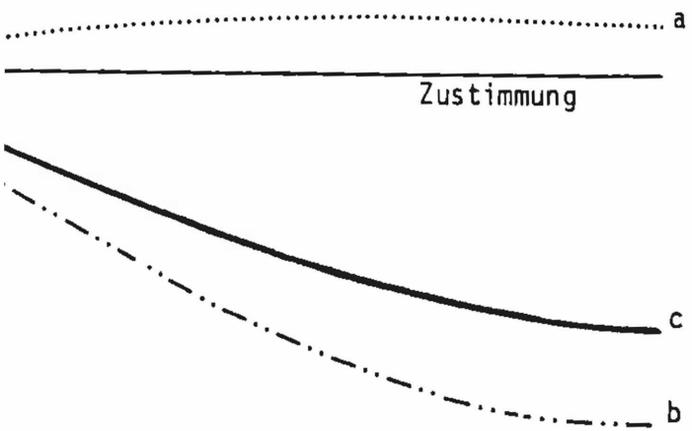


Abbildung 6: Beispiel für "invalides" Antwortverhalten als Resultat geringerer Einstellungsintensität und starker gegenläufiger Erwünschtheit



Wenn jedoch hohe UE-Werte für eine wahre Antwort vorliegen, können relativ schwächere Erwünschtheitstendenzen nur wenig ausrichten. Dann wird auch die Anwesenheit eines Interviewers oder die vermutete Sanktion eines kulturellen Milieus nur wenig am Antwortverhalten in der Interviewsituation verändern. Wenn es gelingt, die Datenerhebungssituation von den vermuteten Sanktionen zu isolieren, dann werden allerdings auch bereits schwache UE-Werte für eine "wahre Antwort" zu einem validen Antwortverhalten führen, da in diesem Fall die Erwünschtheitseffekte einen UE-Wert nahe 0 haben würden. An dieser Stelle wird die Situation der Datenerhebung zentral: Wenn bei gegebener vermuteter Relevanz der Situation die Transparenz nur gering ist, sind wahrscheinlich sowohl die UE-Werte für "wahre Antworten" wie für die Erwünschtheit nur gering. Die Folge ist allerdings eine stark verringerte Reliabilität der Daten. Mit Zunahme der Transparenz strukturiert sich die Zielrelevanz für die "wahre Antwort", da "Transparenz" die klare Zuordnung von subjektiven Wahrscheinlichkeiten zu den Handlungsalternativen ausdrückt. Gleichzeitig strukturiert sich aber auch die UE-Funktion für die Erwünschtheitsbereiche. Wenn dies für bestimmte Befragtenkategorien systematisch geschieht, ist die Gefahr für "Methoden-Artefakte" äußerst hoch. Man könnte sich eine Vielzahl unterschiedlicher Konstellationen denken, in denen z.B. trotz hoher Erwünschtheit valide geantwortet wird oder trotz ausgeprägter opinionation die "wahre Antwort" nicht geäußert wird. Man könnte die verschiedenen Kunstregeln des Interviews in ihren vermuteten Auswirkungen auf die UE- und HT-Funktionen modellieren (z.B. Anonymitätssicherungen, Erhöhung der Frageeindeutigkeit, Vorgabe von Ankern usw.). Man könnte weiter die Resultate zum Beispiel der Interviewereffektforschung oder die Untersuchung zu Versuchsleitereffekten als Spezialfälle der situational veränderten UE-Funktionen darstellen usw. Dies sei an dieser Stelle jedoch nicht weiter verfolgt.

Insgesamt sollte verdeutlicht werden, daß die Analyse von Verzerrungen und Fehlern in der Datenerhebungssituation sich letztlich auf die Rationalität des Befragten in einer für ihn problematischen Situation und auf die vom Befragten gewählten Lösungsstrategie zu beziehen hat und daß "objektive Faktoren" (wie Alter, Geschlecht und soziale Schicht von Befragten und Interviewern) nur sehr indirekt, nämlich als Indikator für bestimmte Zielrelevanz-

Funktionen wirksam sein können. Die Erklärung des Befragtenverhaltens ist immer eine "Interpretation" der Rationalität des Verhaltens im Datenerhebungsprozeß.

Literatur

- ATTESLANDER, P. & H.U. KNEUBÖHLER
1975 Verzerrungen im Interview. Zu einer Fehlertheorie der Befragung, Opladen: Westdeutscher
- ESSER, H.
1975 Soziale Regelmäßigkeiten des Befragtenverhaltens, Meisenheim: Hain
- HOLM, K.
1974 Theorie der Frage, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 26: 91-114
- KAHN, R. & Ch.F. CANNELL
1968 Interviewing, International Encyclopedia of the Social Sciences, Vol. 8, 149-161
- PHILLIPS, D.L.
1971 Knowledge From What? Chicago: Rand McNally
- 1973 Abandoning Method, San Francisco: Jossey-Bass
- STEINERT, H.
1984 Das Interview als soziale Interaktion, in: H. Meulemann & K.-H. Reuband (eds.) Soziale Realität im Interview. Empirische Analysen methodischer Probleme, Frankfurt: Campus 17-59

ZUMA-Arbeitsberichte

- 80/15 Gerhard Arminger, Willibald Nagl, Karl F. Schuessler
Methoden der Analyse zeitbezogener Daten. Vortragsskripten der ZUMA-
Arbeitstagung vom 25.9.-5.10.79
- 81/07 Erika Brückner, Hans-Peter Kirschner, Rolf Porst, Peter Prüfer, Peter
Schmidt
Methodenbericht zum "Nationalen Sozialen Survey 1980"
- 81/19 Manfred Küchler, Thomas P. Wilson, Don H. Zimmerman
Integration von qualitativen und quantitativen Forschungsansätzen
- 82/03 Gerhard Arminger, Horst Busse, Manfred Küchler
Verallgemeinerte Lineare Modelle in der empirischen Sozialforschung
- 82/08 Glenn R. Carroll
Dynamic analysis of discrete dependent variables: A didactic essay
- 82/09 Manfred Küchler
Zur Messung der Stabilität von Wählerpotentialen
- 82/10 Manfred Küchler
Zur Konstanz der Recallfrage
- 82/12 Rolf Porst
"ALLBUS 1982" - Systematische Variablenübersicht und erste Ansätze zu
einer Kritik des Fragenprogramms
- 82/13 Peter Ph. Mohler
SAR - Simple AND Retrieval mit dem Siemens-EDT-Textmanipulationsprogramm
- 82/14 Cornelia Krauth
Vergleichsstudien zum "ALLBUS 1980"
- 82/21 Werner Hagstotz, Hans-Peter Kirschner, Rolf Porst, Peter Prüfer
Methodenbericht zum "ALLBUS 1982"
- 83/09 Bernd Wegener
Two approaches to the analysis of judgments of prestige: Interindividual
differences and the general scale
- 83/11 Rolf Porst
Synopsis der ALLBUS-Variablen. Die Systematik des ALLBUS-Fragenprogramms
und ihre inhaltliche Ausgestaltung im ALLBUS 1980 und ALLBUS 1982
- 84/01 Manfred Küchler, Peter Ph. Mohler
Qualshop (ZUMA-Arbeitstagung zum "Datenmanagement bei qualitativen Erhe-
bungsverfahren") - Sammlung von Arbeitspapieren und -berichten, Teil I +
II)
- 84/02 Bernd Wegener
Gibt es Sozialprestige? Konstruktion und Validität der Magnitude-Presti-
ge-Skala
- 84/03 Peter Prüfer, Margrit Rexroth
Beschreibung eines Verfahrens zur Bewertung von Interviewerverhalten

- 84/04 Frank Faulbaum
Ergebnisse der Methodenstudie zur internationalen Vergleichbarkeit von Einstellungsskalen in der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) 1982
- 84/05 Jürgen Hoffmeyer-Zlotnik
Wohnquartiersbeschreibung. Ein Instrument zur Bestimmung des sozialen Status von Zielhaushalten
- 84/06 Rolf Porst
ALLBUS-Bibliographie (3. Fassung, Stand: 30.06.84)
- 84/07 Hans-Jürgen Hippler, Gabriele Hippler
Reducing Refusal Rates in the Case of Threatening Questions: The 'Door-in-the-Face' Technique