

Fehlerquellen im Interview

Zu unterscheiden sind mind. drei Typen von Fehlerquellen

1. Befragtenmerkmale (z.B. Tendenz zur sozialen Erwünschtheit, Meinungslose, Bildungsgrad etc.),
2. Fragemerkmale (Formulierung, Reihenfolge der Fragen, Antwortkategorien etc.),
3. Merkmale des Interviews, der Interviewsituation (Interviewermerkmale, Anwesenheit Dritter).

1. Verzerrungen durch Befragtenmerkmale

- Effekt der sozialen Erwünschtheit (Tendenz, sozial Erwünschtes anzugeben),
- Zentraltendenz, Response-Set, (Tendenz, Mittelkategorien eher anzukreuzen),
- Ja-Sage-Tendenz, Akquieszenz, (Tendenz, dem Interviewer „gefällig“ zu sein),
- Meinungslosigkeit, Non-Attitude-Problem,
- Spontane, zufällige Antworten,

2. Verzerrungen durch Fragemerkmale

a.) Einfluss der Frageformulierung,

(z.B.: Glauben Sie, dass die USA öffentliche Angriffe auf die Demokratie verbieten sollte? Ja 54% Nein 45%

Glauben Sie, dass die USA öffentliche Angriffe auf die Demokratie nicht erlauben sollte? Ja 75% Nein 25%)

Unterschiede bei Ranking-Verfahren versus Rating-Verfahren

(Ranking: Befragte sollen eine Rangfolge erstellen, z.B. welches ist das wichtigste Problem, mit dem wir es heute in der BRD zu tun haben?)

Rating: Befragte sollen eine Bewertung vornehmen, z.B. von „sehr wichtig“ bis „überhaupt nicht wichtig“)

Lenkung durch vorgegebene Antwortkategorien,

(Fragen nach der genauen Zeitangabe beruhen häufig auf Schätzungen, Antwortkategorien bieten den Befragten hier Anhaltspunkte zur Erinnerung aber auch zur sozialen Erwünschtheit)

Erinnerungsfilter bei Retrospektivfragen ,

(Erinnerungsselektion: Erinnerung an negative Ereignisse werden häufig verdrängt oder zeitlich nach hinten verschoben: „das ist schon lange her“)

Teleskopeffekte bei Positivereignissen,

(Positive Ereignisse bleiben besser in Erinnerung und rücken zeitlich häufig näher)

b.) Einfluss der Fragereihenfolge

Halo-Effekt, Reihenfolgeeffekt (Fragen können auf andere Fragen ausstrahlen),

(Kontexteffekte können z.B. bei Fragen nach der allgemeinen Lebenszufriedenheit eine Rolle spielen, wenn positive (oder negative) Erinnerungen aktiviert werden wie Rendezvous, Lebenszufriedenheit, saisonale Effekte usw.)

c.) Interviewer-Effekt, Versuchsleiter-Effekt,

Interviewer-Auftreten (Kleidung, Erscheinung, Sprachwahl),

(Verzerrungen sind geringer, wenn die soziale Distanz zwischen Interviewern und Befragten gering ist .Beispiele: Bei Befragung unter Drogenkonsumenten sollten die Interviewer keine Anzüge tragen; bei Befragungen auf dem Land können in der Mundart geführt werden

Interviewerwahrnehmung (Interviewer sind z.T. direkt an der Datenerhebung beteiligt,

(In Studien über Partnerwahl wird z.B. häufig die Attraktivitätseinstufung der Ehepartner durch die Interviewer vorgenommen; der soziale Status Befragter wird oft durch Einschätzung der Interviewer erhoben, z.B. anhand von Wohnung, Haus oder Auto etc.9

Interviewer-Fälschungen,

(z.B. nur Hauptfragen stellen, Bögen daheim vervollständigen, schlecht leserliche Bögen auslassen etc. " Allerdings: Simulationsstudien zeigen, dass ein gewisser Anteil Fälschung (5%) die Ergebnisse nicht beeinträchtigt)

Anwesenheit Dritter,

(bei Befragungen über Familie, Ehe und Ehezufriedenheit kann z.B. die Anwesenheit des Ehepartners dem Befragten Zurückhaltung auferlegen; Beispiel: Frage „wie hoch, glauben Sie, ist das Risiko Ihrer Ehescheidung?“)

Sponsorship-Effekt,

(Kenntnis über den Auftraggeber kann Antworten beeinflussen, z.B. Arbeitgeberverband vs. Gewerkschaft, Behörden (BfS) oder kommerzielle Umfragen etc.)