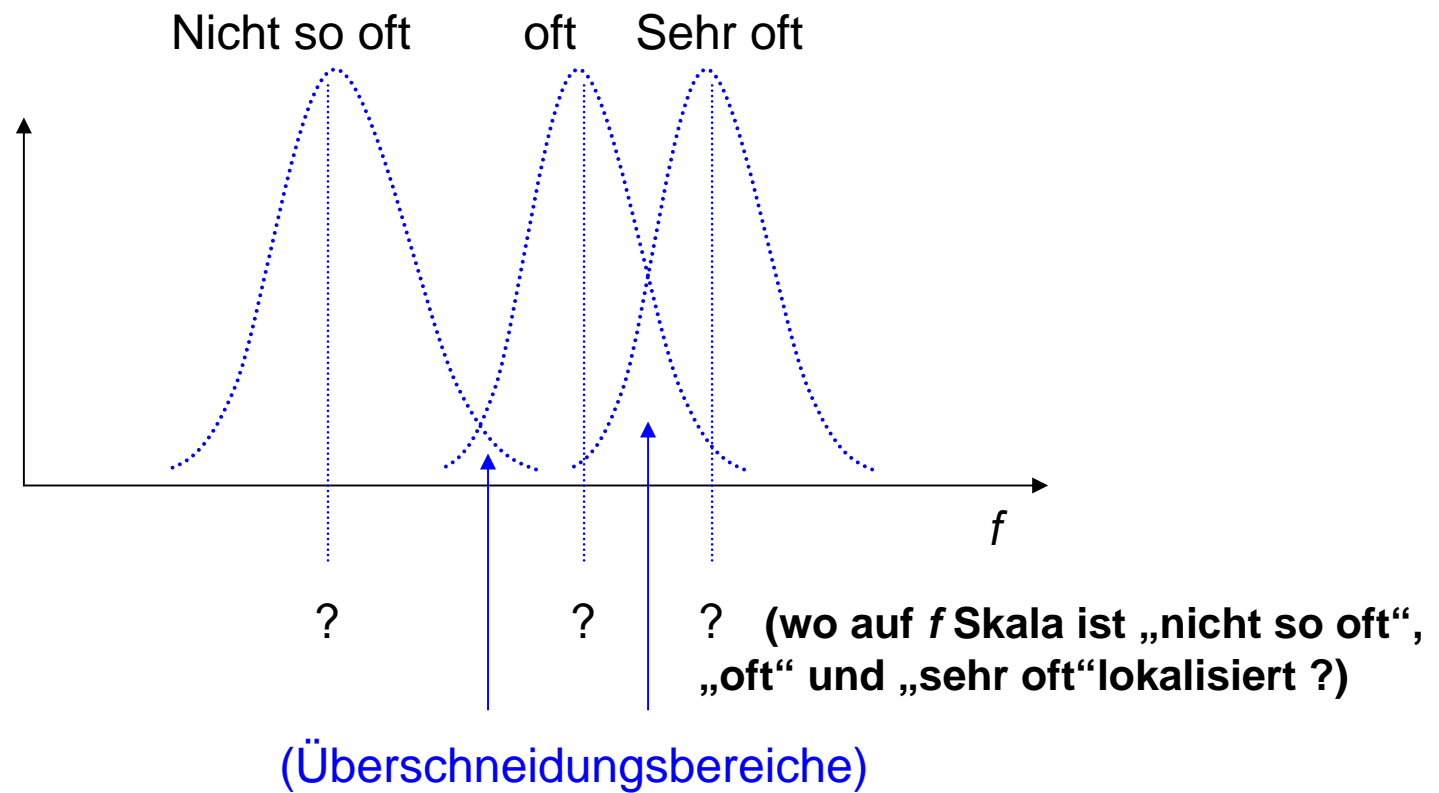


## Vague quantifiers



Kognitive Prozesse  
bei der Beantwortung einer Surveyfrage  
(nach Tourangeau et al. 2000)

1. Frage verstehen/interpretieren
2. Ggf. Gespeicherte Informationen abrufen
3. Vollständigkeit und Relevanz dieser Informationen einschätzen
4. Informationen integrieren und daraus eine Schlussfolgerung ziehen
5. die so gewonnene Einschätzung auf einer der vorgegebenen Antwortalternativen abbilden

## Gedächtnis

Wie ist das Gedächtnis organisiert?

Gespeichert werden Ereignisse

Was ist ein „Ereignis“?

„midlevel descriptions“ täglicher Aktivitäten

bestehend aus Sequenzen von Aktionen

(verfügbar als Skripte=mentale Abbildungen

[Einkaufen, zum Arzt gehen, ins Kino gehen, ...])

Level 3: „lifetime periods“ (jemandes erster Job, Collegejahre,  
mit identifizierbaren zeitlichen Grenzen,  
zeitlich und thematisch organisiert  
z.B.: Phasen des Arbeitsleben, des Lebens  
zu Hause, der Wohnungsgeschichte, ..

Level 2: Wissen über „allgemeine Ereignisse“ („Schlüsselmomente“ in persönlichen Geschichten, z.B.: Lernen, ein Auto zu fahren, den ersten Kuss erleben)  
„Mini-Geschichten“ bzw. Erzählungen für solche Episoden

Level 1: Ereignis-spezifisches Wissen; Details der allg. Ereignisse: sensorische bzw. Wahrnehmungsdaten (z.B. visuelle Eindrücke) evtl. in separatem Gedächtnissystem abgespeichert

### **Retrieval (Informationsabruf)**

- Im Langzeitgedächtnis: inaktive Informationen
- Im „Arbeitsgedächtnis“, aktivierte Informationen
- Verbreitung der Aktivierung erfolgt unbewusst entlang möglicher Linien, die Erinnerungen verknüpfen können : z.B. zeitlich, Teil-Ganzes,
- Kontrollierte Komponente des Retrieval Prozesses, in dem wir Hinweise generieren, die eine Erinnerung veranlassen sollen (zyklisch: Start mit einer partiellen Beschreibung, die selbst die Hinweise liefert, die weitere Informationen aktiviert )

## Erinnerung: Abruf von Erfahrungen oder Inferenz/Rekonstruktion?

- Häufig dem Akteur unklar, ob Erfahrungsabruf oder Inferenz
- Folglich unklar, worauf die Antwort auf eine gegebene Surveyfrage beruht:

### Ursachen von Erinnerungs**fehl**leistungen:

- Respondenten haben die kritischen Informationen gar nicht aufgenommen
- Sie sind unwillig, die Mühe auf sich zu nehmen, die Informationen abzurufen
- Selbst wenn sie es versuchen, mögen sie nicht in der Lage sein, das Ereignis selbst abzurufen, sondern nur allg. Informationen über Ereignisse dieser Art
- Sie können nur partielle Informationen über das Ereignis abrufen und folglich keinen Bericht abliefern
- sie rufen fehlerhafte Informationen über das Ereignis a, ggf. incl. falscher in das Ereignis eingebetteter Schlüsse

Faktoren, die den Abruf von Informationen aus dem Gedächtnis beeinflussen

<b>Charakteristik des Ereignisses</b>	<b>Ergebnis aus der Kognitionsforschung</b>	<b>Implikation für das Survey Design</b>
Zeitpunkt des Eintritts	Länger zurückliegende Ereignisse schwerer abzurufen; Interferenz mit aktuelleren Ereignissen gleicher Art	Verkürze die Referenzperiode
Nähe zu zeitlichen Grenzen	Ereignisse in der Nähe signifikanter zeitl. Grenzen leichter abzurufen („Kalendereffekt“)	Verwende persönliche Marksteine, Lebensereignis-Kalender, um Abruf zu befördern
Besonderheit	Distinkte (markante) Ereignisse leichter abzurufen	Schneide Länge der Referenzperiode auf Eigenschaften des Ereignisses zu;

### **Charakteristik des Ereignisses**

### **Ergebnis aus der Kognitionsforschung**

### **Implikation für das Survey Design**

Wichtigkeit, emotionaler  
Einfluss

bedeutsame, emotional  
beteiligende Ereignisse  
leichter abzurufen

Schneide Länge der  
Referenzperiode auf  
Eigenschaften des  
Ereignisses zu

### **Charakteristik der Frage**

Abruffolge

rückwärts gerichtete Suche  
mag volleren Abruf befördern

Nicht klar, ob rück-  
wärts gerichtete  
Abfolge besser in  
Surveys

Anzahl und Art der  
Hinweise

Multiple Hinweise besser als  
einzelne; Hinweise über Art des  
Ereignisses (was) besser als  
Hinweise über Teilnehmer oder  
Lokalisierung (wer und wo), die  
besser sind als Hinweise über  
die Zeit (wann)

Biete multiple  
Hinweise an;  
verwende  
Zerlegung

## Charakteristik der Frage

---

Zeit für die Aufgabe

sich mehr Zeit zu nehmen,  
verbessert den Abruf

Verwende längere  
Einleitungen zu  
den Fragen; langsame  
Geschwindigkeit des  
Interviews

---



## Methoden zur Bestimmung von kognitiven Prozessen und Fragebogenproblemen

- » [Retrospektive] Verbale Protokolle
- » Kodierung der Respondenten – Interviewer – Interaktion
  - Bemerkungen des Respondenten zur Klärung von etwas
  - Inadäquate Antworten (Frage nicht oder erkennbar falsch verstanden)
- » Latente Antwortzeiten ermitteln
- » Sortieraufgaben
- » Fokusgruppen

## Retrospektive Protokolle

- » auf Worte in Fragen bzw. auf ganze Fragen bezogen
- » Paraphrasierung (Beschreibung der Frage in eigenen Worten)
- » Gedanken laut äußern, die der Befragte bei der Erledigung der jeweiligen kognitiven Aufgabe hatte
- » Mit der gegebenen Antwort konfrontieren und erfragen, wie es zu ihr kam

1996er Studie am Statistics Netherlands (Snijkers, Hox, de Leeuw/  
de Leeuw 1999)

- 22 erfahrene CAPI Interviewerinnen
- Altersdurchschnitt: 48 (Range: 37 – 56 Jahre alt)
- Im Durchschnitt mehr als 11 Jahre Interviewererfahrung  
Range 2,5 bis 19 Jahre
- Interviewer Response Rates: 50 – 77% (Mittelwert: 63%) in  
Labour Force Survey 1996
- „concept mapping“ : strukturierte Interviewer-Nachbesprechung, um  
die reichhaltigen Interviewererfahrungen  
auszuwerten (innerhalb von Fokusgruppen)

5 Schritte:

1) Vorbereitung und Entwicklung des Fokus

Fokus: „Was ist effektiv, um Kooperation in einem Survey  
zu erzielen: Was können Sie als Interviewerin tun?  
Welche Taktik funktioniert? Was können wir,  
als Amt (Institution), tun, um Ihnen zu helfen?“  
(„brainstorming“-Session)

2) Generierung von Statements durch die Gruppe

3) Sortierung nach Ähnlichkeit und Rating der Statements durch die Gruppe

Rating: Geben Sie für jede Taktik eine Einschätzung  
ihrer Effektivität: Verwenden Sie folgende Antwortkategorien:

-1 diese Taktik kann nach hinten losgehen

0 diese Taktik hat wahrscheinlich keinen Effekt

+1 diese Taktik wirkt ein wenig

+2 diese Taktik wirkt gut

+3 diese Taktik wirkt sehr gut

+4 diese Taktik wirkt nahezu immer

4) Statistische Analyse

5) Interpretation der Ergebnisse durch die Gruppe

Resultat:

40 unterschiedliche Statements bzgl. „effektiver Taktik“

Zugeschnittene Einführung (tailoring introduction) **Cluster 5:**  
[Subjektiver] Effektivitätsscore: 3,08

Begreife die Situation an der Haustür (doorstep situation);  
Passe Einführung an (flexibilisiere sie); passe die Vorstellung deiner eigenen Person an; (modifiziere sie gemäß sozialer und kultureller Klasse); verfolge kein Set fixierter Regeln; passe Dich an die Situation an.

Kompetente Einführung, *Cluster 7 [-]\**: Effektivitätsscore: 2,97

Erwähne Statistics Netherlands nahezu sofort; beginne damit, dich zu auszuweisen (identifying yourself); erwähne den Einführungsbrief; sei flexibel beim Abmachen von Terminen für Interviews; Kenne eine kurze Einführung auswendig; frage, ob jetzt die richtige Zeit ist (treffe eine Terminabsprache), falls nicht, erzeuge keinen Druck;

## [Sei] Respondenten-zentriert, Cluster 6: Effektivitätsscore: 2,94

Sei ehrlich (z.B. bzgl. Dauer, Fragen); reagiere flexibel auf die Situation; respektiere den Respondenten;  
Kleide dich für die Wohngegend passend;

## Wissen, Cluster 3: Effektivitätsscore: 2,68

Wisse, worüber du sprichst; sei positiv zum Survey eingestellt; mache klar, dass du viel vom Survey hältst;

## Vermittle (entwerfe) ein positives Bild (Image), *Cluster 1 [+]*: Effektivitätsscore: 2,51

Sei freundlich; bleibe freundlich; erwecke Vertrauen; sei sympathisch; vermittele Selbstvertrauen;  
Vermittle einen entspannten Eindruck; sei/bleibe du selbst; vermittele den Eindruck, dass du deinen  
Job gern machst; verwende Einfühlungsvermögen, Gefühl und Humor;

## Public relations, **Cluster 4**: Effektivitätsscore: 2,13

Statistics Netherlands sollte mehr Aufmerksamkeit auf Public Relations und ein positives Image richten;  
Beziehe dich auf Punkte in den Nachrichten oder in der Gesellschaft, die zur Zeit von Bedeutung sind  
und mit dem Thema der Befragung verbunden werden können

Persönlichkeit, *Cluster 2 [++]*: Effektivitätsscore: 1,85

Sei beharrlich; habe Selbstvertrauen (starte jede Interaktion von der Perspektive aus, dass die kontaktierte Person kooperativ sein wird); sei „überwiegend“

Halte Kommunikation aufrecht (maintain communication), treffe Verabredung für das Interview, Cluster 8/1: Effektivitätsscore: 1,93

Beruhige zögernde Respondenten: erwähne, dass es ok für dich wäre, wenn sie eine Frage nicht beantworten wollen; nach einer Terminabsprache: lasse eine Karte mit Datum und Zeit und deiner Telefonnummer zurück; nach einer Terminabsprache: notiere Telefonnummer des Respondenten (um Respondenten erinnern zu können, etc.)

Halte Kommunikation aufrecht (maintain communication), First-Contact Taktiken, Cluster 8/2: Effektivitätsscore: 1,20

Statistics Netherlands sollte Interviewern mehr Möglichkeiten für flexible Terminabsprachen geben; Für den ersten Kontakt: Lasse Papiere, Tasche und Laptop im Auto; gebe ihnen eine Wahl (kein Zwang); Kontaktiere jeden zunächst für eine Terminabsprache (zwischen 17 und 19 Uhr)