

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 5. Auflage	5
Aus dem Vorwort zur 1. Auflage	7
1 Zur Begründung, dem Fragebogen eine eigene Darstellung zu widmen	13
1.1 Definition	13
1.2 Probleme mit dem Fragebogen	14
1.3 Der Fragebogen – ein subjektives oder objektives Verfahren?	15
1.4 Plädoyer für eine angemessene Verwendung des Fragebogens	17
1.5 Die Universalität der Fragebogen-Methode	19
1.6 Einige Bemerkungen zum Sprachgebrauch	21
1.7 Literaturhinweise	22
2 Einige Grundbegriffe vorab: Persönlichkeit – Einstellung – Selbstkonzept – Eigenschaft – Person – Situation	24
2.1 Persönlichkeit	24
2.2 Einstellung	26
2.3 Selbstkonzept	28
2.4 Eigenschaft	32
2.5 Person und Situation	34
2.6 Literaturhinweise	36
3 Kognitive Prozesse bei der Fragenbeantwortung	38
3.1 Einflüsse des Fragebogens auf die Fragenbeantwortung	38
3.2 Interpretation der Items	40
3.3 Urteilsbildung über Items	43
3.4 Formatierung der Antworten	46
3.5 Außendarstellung	48
3.6 Erinnerungsprobleme und Erinnerungshilfen	52
3.6.1 Personen- und Ereignisschemata	52
3.6.2 Erinnerungshilfen	54
3.6.3 Stabilitäts- und Veränderungsschemata	56
3.7 Literaturhinweise	57
4 Schritte der Fragebogen-Konstruktion	60
4.1 Bestimmung der Form des Fragebogens	61
4.2 Bestimmung des Urteilsobjektes und Itemsammlung	63
4.3 Itemrevision	66
4.4 Richtung der Fragen	70

4.5	Reihenfolge der Items	72
4.6	Offene oder geschlossene Fragen?	74
4.7	Art und Anzahl der Antwortmöglichkeiten	75
4.8	Vage oder konkrete Häufigkeitsangaben?	81
4.9	Auswahl und grafisches Design der Antwortskala	82
4.10	Formulierung der Instruktion	86
4.11	Zusammenstellung größerer Fragebogen-Batterien	89
4.12	Pretest	90
4.13	Befragung einer Personenstichprobe	91
4.14	Befragungsmodus	93
4.15	Vorbereitung der Auswertung	94
4.16	Itemanalyse	97
4.17	Fragebogen-Reliabilität	100
4.18	Fragebogen-Validität	102
4.18.1	Inhaltsvalidität	102
4.18.2	Kriteriumsvalidität	103
4.18.3	Interne Validität	106
4.18.4	Konstruktvalidität	106
4.19	Zusammenhänge zwischen Itemkennwerten und Gütekriterien	109
4.20	Alternative und ergänzende Konstruktionsprinzipien	109
4.21	Literaturhinweise	110
5	Beispiel einer Fragebogen-Konstruktion	114
5.1	Definition des Konstrukts	114
5.2	Form des Fragebogens	115
5.3	Itemsammlung	115
5.4	Itemrevision	116
5.5	Itemreihenfolge	117
5.6	Auswahl der Antwortalternativen und Antwortskalen	117
5.7	Instruktion	118
5.8	Datenerhebung	118
5.9	Vorbereitung der Auswertung	121
5.10	Itemanalyse und Reliabilitätsprüfung	123
5.11	Faktorenanalyse	129
5.12	Reihenfolge der Auswertungsschritte	133
5.13	Validitätsprüfung	134
5.14	Interpretation der Befunde	137
5.15	SPSS-Kommandos	140
5.16	Literaturhinweise	142
6	Weitere Fragebogen-Konstruktionen	143
6.1	Prototypenanalyse: Erfassung emotionaler Nähe	143
6.2	Skalen-Diskriminations-Technik: Erfassung von Misogynie	147
6.3	Literaturhinweise	152

7	Ja-Sage-Tendenz und Itemreversibilität	154
7.1	Das Problem der Reversibilität von Items	155
7.2	Antwortstile und Antworttendenzen: Das Problem des Jasagens	156
7.3	Differenzierung von Antwortstilen	160
7.4	Weitere Untersuchungen zur sprachlichen Formulierung	161
7.5	Literaturhinweise	163
8	Antworttendenzen in Fragebogen: Das Problem der Sozialen Erwünschtheit	165
8.1	Fragebogen als reaktive Messinstrumente	165
8.2	Die Unangemessenheit des Lügenbegriffes	165
8.3	Soziale Erwünschtheit als Antworttendenz	166
8.4	Das Zustimmung zum sozial Erwünschten	167
8.5	Der Erwünschtheitswert von Items und Eigenschaften	168
8.6	Differenzierung des Erwünschtheitskonzeptes?	169
8.7	Antworttendenz als Persönlichkeitsmerkmal	171
8.8	Literaturhinweise	172
9	Methoden der Kontrolle Sozialer Erwünschtheit	174
9.1	Kontrolle oder Nichtkontrolle?	174
9.2	Kontrolle bei der Itemkonstruktion und -selektion	175
9.3	Kontrolle durch den Antwortmodus	176
9.4	Kontrolle durch Kontrollskalen	178
9.5	Kontrolle durch Faktor-Elimination	181
9.6	Kontrolle durch Fragebogen-Instruktion	182
9.7	Kontrolle durch garantierte Anonymität	184
9.8	Kontrolle durch Abweichungsinstruktion	185
9.9	Kontrolle durch erwartete Wahrheitsprüfung	186
9.10	Literaturhinweise	189
10	Der Fragebogen als Instrument der Selbstdarstellung: Selbstpräsentation in Persönlichkeits- und Selbstkonzeptforschung	192
10.1	Beispiel einer Selbstdarstellung von Persönlichkeitsmerkmalen	193
10.2	Eine impression-management-theoretische Erklärung	194
10.3	Empirische Untersuchungen zum Impression-Management bei der Beantwortung von Fragebogen	196
10.4	Selbstdarstellung oder Selbsttäuschung?	197
10.5	Öffentlichkeit und Privatheit der Beantwortung von Fragebogen	199
10.6	Literaturhinweise	201
	Literatur	203
	Autoren- und Personenregister	217
	Sachregister	221