

## VON DER FORSCHUNGSFRAGE ZUM FRAGEBOGEN: HANDOUT

### 1. Datentypen

- **Introspektion** (Befragung der eigenen Intuition)
- Auswertung **bereits bestehender Daten**, z. B. literarische Texte, historische Quellen, Wörterbücher
- **Direkte Erhebung** (Forschende Person kommt in direkten Kontakt zu den Gewährspersonen, z.B. Interviews, Beobachtung, Experiment)
- **Indirekte Erhebung** (Daten werden durch Fragebogen erhoben, die ohne die Anwesenheit der forschenden Person bearbeitet werden)

### 2. Gütekriterien für empirische Untersuchungen

**Reliabilität (Zuverlässigkeit):** Das Ergebnis der Untersuchung sollte bei Gleichheit aller relevanten Bedingungen immer dasselbe sein, d.h. bei einer Wiederholung der Untersuchung unter gleichen Bedingungen sollte dasselbe Ergebnis herauskommen.

**Validität (Messgenauigkeit):** Die Untersuchung sollte wirklich das messen, was sie zu messen vorgibt.

**Geltungsbereich:** Die Stichprobe der UntersuchungsteilnehmerInnen sollte repräsentativ sein, d.h. nicht nur über die konkret untersuchten Personen/Situationen, sondern über die Grundgesamtheit Aufschluss geben.

<b>Pro Fragebogen</b>	<b>Kontra Fragebogen</b>
Sie müssen nicht (wie bei bestehenden Daten) nach Ihrem Phänomen suchen, sondern können relevante Kontexte selbst erzeugen und Informationen gezielt abfragen. → höhere Validität, weil mehr Messpunkte <b>ABER</b> Validität kann gesteigert werden, z. B. durch die Bregenzung der Fragen-Anzahl (kürzere Bearbeitungszeit und deshalb höhere Konzentration der Teilnehmenden)	Hawthorne-Effekt (Beobachtereffekt): Gewährspersonen verhalten sich weniger natürlich als sie es in unbeobachteten Situationen tun. → geringe Validität  Vergleichsweise schwere Replizierbarkeit aller Untersuchungsbedingungen. Evtl. keine Kontrolle über die Umstände der Bearbeitung → geringe Reliabilität <b>ABER:</b> Kann kontrolliert werden, indem statt auf Online-Erhebungen auf analoge Fragebögen in Papierform gesetzt wird, bei denen Sie Ihre Zielgruppe und die Erhebungsbedingungen kontrollieren

Entscheiden Sie basierend auf Ihrer Forschungsfrage, ob eine schriftliche Befragung für Sie als Methode geeignet ist!

### 3. Tools zur Erstellung von Fragebögen im Vergleich

	Google Forms	Fragebogen Online	SoSciSurvey
Vorteile	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfache Anmeldung über bestehendes Google-Konto</li> <li>• Intuitive und simple Werkzeuge</li> <li>• Von beliebig vielen NutzerInnen zeitgleich bearbeitbar</li> <li>• Einfacher Excel-Export für Ergebnisse (auch online verwaltbar mit Google-Tabellen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kostenfreie Lizenz für Studierende</b> der JGU (dazu Anmeldung mit Uni-Mail notwendig!)</li> <li>• <b>Komplexe Weiterleitungen</b> und automatische <b>Mehrfachversionen</b> (z.B. zweisprachige Fragebögen und wenn-dann-Abfolgen)</li> <li>• <b>Eigenes Layout</b> samt individuellem Logo</li> <li>• Verschiedene Downloadformate (pdf, xlsx, csv).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kostenfrei</b> für wissenschaftliche und private Zwecke <u>ohne kommerziellen Hintergrund</u>. (Achtung! Kommerziell sind Abschlussarbeiten, die in Kooperation mit Unternehmen stehen, auch dann, wenn Sie selbst kein Geld dafür bekommen.)</li> <li>• Sehr viele <b>Funktionen</b> (z.B. Einladungen per SMS, barrierefreie Modi, Arbeitsgruppensitzungen, Live-Auswertungen, Einbindung von PHP- und HTML-Code...)</li> </ul>
Nachteile	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergleichsweise eingeschränkte Möglichkeiten, z.B.</li> <li>• Keine „Aufgabenpfade“ (Weiterleitungen)</li> <li>• Keine Individualisierungsmöglichkeiten</li> <li>• Kein Datenschutz, keine Kontrolle über die Verbreitung personenbezogener Daten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Keine Übertragung von Umfragen</b> auf andere NutzerInnen (bzw. nur bei kostenpflichtiger Flatrate)</li> <li>• <b>Wesentliche Einschränkungen</b> bei Nutzung <b>ohne Studierenden-Account</b> (z.B. maximal 350 Antworten insgesamt und limitierte Teilnehmerzahlen pro Bogen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Werbeschaltung</b> am Umfrageende, falls die Umfrage im Rahmen einer Veranstaltung (Hausarbeit, Studienleistung etc.) erbracht wird. Gilt also <u>nicht für Abschlussarbeiten!</u></li> <li>• <b>Voraussetzungen für kostenlose Nutzung</b> müssen durch ein kurzes Abstract (2-3 Sätze) und einige Angaben validiert werden. Diese Angaben sind bindend.</li> <li>• Tool erfordert <b>Einarbeitung</b>.</li> </ul>
Eignung	Geeignet für kleinere Studien in Rahmen von Seminaren ohne die Erhebung personenbezogener Daten	Geeignet für Haus- und Abschlussarbeiten für Studierende der Uni Mainz	Geeignet für Abschlussarbeiten und größere Forschungsprojekte mit langer Einarbeitungszeit

### 4. Weitere Tipps für einen guten und attraktiven Fragebogen

- Um sicherzustellen, dass Ihr Fragebogen verständlich ist und das misst, was er messen soll, planen Sie genug Zeit ein und lassen ihn von wenigen Personen testen (=Pretest).
  - Geben Sie mit dem Link auch die ungefähre Bearbeitungsdauer an (v.a. bei kurzen Fragebögen senkt dies die Hemmschwelle, teilzunehmen).
  - Signalisieren Sie den Teilnehmenden kurz und deutlich, dass ihre Expertise gefragt ist, z.B.: „Ihr Sprachempfinden/Ihre persönliche Meinung ist gefragt!“.
  - Sie können Ihren Fragebogen promoten lassen oder ein Gewinnspiel beifügen. Die Seite thesius.de sponsert Sie dabei kostenlos.
  - Verbreiten Sie Ihren Fragebogen über Social Media, Messenger-Apps und Aushänge oder erstellen Sie einen Barcode, der mit dem Smartphone gescannt werden kann und direkt zum Fragebogen-Link führt.
- ABER VORSICHT:** Wollen Sie Ihre Teilnehmenden selbst auswählen und die Erhebung kontrollieren, sollten Sie nicht zu diesen Möglichkeiten greifen, sondern auf analoge Fragebögen in geschlossenen Räumen setzen!

## 5. Fragetypen

Fragentyp	<b>Geschlossene Frage</b> Antworten durch Ankreuzen vorgegebener Kategorien/Einfügen von Ziffern/Anordnung auf Skala
Beispiel	<p><i>Welche Geräte befinden sich in Ihrem Haushalt?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Spülmaschine <input type="checkbox"/> Waschmaschine (...)</p> <p>Häufigkeitsangaben: <i>Wie viel Zeit verbringen Sie täglich am PC?</i></p> <p><input type="checkbox"/> 0 Stunden <input type="checkbox"/> 1 bis 2 Stunden <input type="checkbox"/> 2 bis 5 Stunden <input type="checkbox"/> mehr als 5 Stunden</p>
Erstellung	Aufwendig! Sie müssen alle Kategorien berücksichtigen!
Auswertung	Simpel. Die Antworten können nach Schema X (automatisch) ausgewertet werden.

Fragentyp	<b>Offene Frage</b> Teilnehmende haben die Möglichkeit, etwas selbst Formuliertes aufzuschreiben.
Beispiel	<p><i>Übersetzen Sie den folgenden Satz in Ihren Heimatdialekt!</i> <i>Wir essen gerade Kartoffeln.</i></p> <p>Oder: <i>Welche Verbesserungen ihrer Lebensqualität haben Sie nach Ihrem medizinischen Eingriff festgestellt?</i></p>
Erstellung	Simpel. Fragestellung allein genügt.
Auswertung	Aufwendig, muss manuell geschehen, unvorhergesehene Antworten möglich.

Fragentyp	<b>Halboffene Frage</b> Mischtyp, enthält neben vorgegebenen Antwortkategorien auch Freitextfelder.
Beispiel	<p><i>Welchen Supermarkt besuchen Sie am häufigsten?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Aldi <input type="checkbox"/> Lidl <input type="checkbox"/> andere: _____</p> <p><i>Bitte füllen Sie die Lücke in dem folgenden Satz mit einem Artikel (Form von der, die, das):</i> <i>Wegen ... vielen Menschen sind wir zu spät gekommen.</i></p>
Auswertung	arbeitsteilig

**TIPP:** Offene Fragen eignen sich besonders gut, wenn Sie noch nicht viel über ein Thema wissen bzw. ein Phänomen in der Forschung noch nicht oft behandelt wurde. Ist ein Thema noch gänzlich oder überwiegend unerforscht, eignet sich eine Fragebogenstudie generell weniger gut!

## 6. Die 10 Gebote der Fragenformulierung nach Porst (2009)

1. Verwende einfache, unzweideutige Begriffe, die von allen Befragten in gleicher Weise verstanden werden.
2. Vermeide lange und komplexe Fragen.
3. Vermeide hypothetische Fragen.
4. Vermeide doppelte Stimuli und Verneinungen.
5. Vermeide Unterstellungen und suggestive Fragen.
6. Vermeide Fragen, die auf Informationen abzielen, über die Befragte maßgeblich nicht verfügen.
7. Verwende Fragen mit eindeutigem zeitlichen Bezug.
8. Verwende Antwortkategorien, die erschöpfend und disjunct (überschneidungsfrei) sind.
9. Stelle sicher, dass der Kontext einer Frage sich nicht (unkontrolliert) auf der Beantwortung auswirkt.
10. Definiere unklare Begriffe.

## 7. Messskalen

- Instrumente zur **Messung von (theoretischen) Konzepten**, wie Intelligenz, Einstellung
- Ziel ist die **Zuordnung von eines Skalenwerts** zu z.B. einer Person hinsichtlich eines zu untersuchenden Konzepts oder Merkmals
- Skalen haben unterschiedliche **Komplexitätsniveaus**, die sich darauf auswirken, welche Berechnungen man damit anstellen kann.

## 8. Skalenniveaus

**Nominalskala:** Zugehörigkeit zu einer Klasse (z.B. Geschlecht: 1 = männlich/2 = weiblich, 3 = divers; Augenfarbe, Wohnort etc.)

### **Numerische Skalen:**

- Ordinalskala: z.B. Ränge wie Schulnoten (1,2,3,4,5,6) oder Akzeptabilitätsstufen (schlecht, eher schlecht, eher gut, gut...)
- Intervallskala
- Verhältnisskala

**WICHTIG FÜR DIE AUSWERTUNG!** Bei nominalen Skalen können Sie nur Häufigkeiten angeben, aber keine Rechnungen anstellen (wie z.B. Durchschnittsangaben)!

## 9. So sollten Sie vorgehen, wenn Sie ein Forschungsthema bearbeiten möchten

1. Einlesen
2. Forschungsfrage formulieren
3. Methode auswählen
  - Falls sich ein Fragebogen eignet, überlegen Sie:
    - Welche Zielgruppe habe ich?
    - Welche Fragentypen eignen sich?
    - Soll mein Fragebogen digital oder analog sein?
    - Welches Tool eignet sich für mich?
4. Konzeption des Fragebogens
5. Pretest (falls Überarbeitungen notwendig, zurück zu Schritt 4!)
6. Durchführung
7. Auswertung

## 10. Literatur

- Albert, Ruth (2007): Methoden des empirischen Arbeitens in der Linguistik. In: Schnittstellen der germanistischen Linguistik. Hrsg. von Markus Steinbach. Stuttgart: Metzler, 15–52.
- Fleischer, Jürg, Simon Kasper und Alexandra Lenz (2012): Die Erhebung syntaktischer Phänomene durch die indirekte Methode: Ergebnisse und Erfahrungen aus dem Forschungsprojekt „Syntax hessischer Dialekte“ (SyHD). In: Zeitschrift für Dialektologie und Linguistik 79, 2–42.
- Kallus, Wolfgang (2016): Erstellung von Fragebogen. 2. Auflage. UTB.
- Porst, Rolf (2013): Fragebogen: Ein Arbeitsbuch. 4. erweiterte Auflage: Springer.
- Raab-Steiner, Elisabeth/Michael Benesch (2018): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. 5. aktualisierte und überarbeitete Auflage. UTB.