

Kognitionspsychologie und Umfrageforschung: Themen und Befunde eines interdisziplinären Forschungsgebietes

Schwarz, Norbert; Strack, Fritz; Hippler, Hans-Jürgen

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:

Schwarz, N., Strack, F., & Hippler, H.-J. (1990). *Kognitionspsychologie und Umfrageforschung: Themen und Befunde eines interdisziplinären Forschungsgebietes*. (ZUMA-Arbeitsbericht, 1990/07). Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen -ZUMA-. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-67248>

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.

Kognitionspsychologie und Umfrageforschung:
Themen und Befunde eines
interdisziplinären Forschungsgebietes

Norbert Schwarz, Fritz Strack,
Hans-J. Hippler

ZUMA-Arbeitsbericht Nr. 90/07

Zentrum für Umfragen, Methoden und
Analysen e.V. (ZUMA)
Postfach 12 21 55
D-6800 Mannheim 1

Seit Juli 1983 sind die 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 zur hausinternen Kommunikation bzw. zur Unterrichtung externer Kooperationspartner. Sie sind nicht zur allgemeinen Weitergabe bestimmt.

Der beiliegende Sonderdruck ersetzt ZUMA-Arbeitsbericht 90/07,
mit gleichem Titel.

N. Schwarz, F. Strack & H. J. Hippler (1991).
Kognitionspsychologie und Umfrageforschung: Themen und Befunde
eines interdisziplinären Forschungsgebietes.
Psychologische Rundschau, 42, 175-186.

Kognitionspsychologie und Umfrageforschung: Themen und Befunde eines interdisziplinären Forschungsgebietes

Norbert Schwarz, Fritz Strack und Hans-J. Hippler

In den letzten Jahren entwickelte sich eine enge Kooperation von kognitiven (Sozial-)Psychologen und Umfrageforschern, in deren Mittelpunkt die kognitiven und kommunikativen Prozesse stehen, die Antworten von Befragten zugrunde liegen. Wir stellen dieses interdisziplinäre Forschungsgebiet anhand zweier zentraler Fragestellungen vor. Zunächst gehen wir auf die Validität retrospektiver Berichte und ihre Abhängigkeit vom Forschungsinstrument ein. Dabei erweisen sich Verhaltensberichte und nachfolgende Urteile in wesentlichem Maße als Funktion der vom Forscher vorgegebenen Antwortalternativen. Anschließend behandeln wir das Auftreten von Kontexteffekten bei Meinungsfragen und spezifizieren die Bedingungen, unter denen Assimilations- oder Kontrasteffekte als Funktion vorausgegangener Fragen auftreten.

Seit Mitte der 80er Jahre entwickelte sich eine enge Kooperation von kognitiven (Sozial-)Psychologen und Umfrageforschern, in deren Mittelpunkt die kognitiven und kommunikativen Prozesse stehen, die Antworten von Befragten zugrunde liegen. Ziel des vorliegenden Beitrages ist es, dieses neue interdisziplinäre Forschungsgebiet anhand zweier zentraler Fragestellungen vorzustellen. Wir werden zunächst auf die kurze Geschichte dieses Arbeitsgebietes eingehen und dann einen Überblick über Forschungsaktivitäten und ausgewählte Befunde geben.

Zur Entwicklung der Kooperation

Kognitiv orientierte (Sozial-)Psychologen und Umfrageethodologen haben mit unterschiedlichen Methoden seit Jahrzehnten an verwandten Problemen gearbeitet, die von Methoden der Einstellungs-

messung über die Kontextabhängigkeit sozialer Urteile und die Veridikalität retrospektiver Berichte bis zu Problemen der sozialen Interaktion bei Befragungen reichen. Trotz dieser verwandten Problemstellungen ist das Interesse an einer Kooperation neueren Datums. Während in früheren Jahren die weitgehende Theorielosigkeit methodologischer Forschung im Umfragebereich einerseits, und die Beschränkung auf experimentelle Laborforschung mit Psychologiestudenten andererseits, eine Kooperation für beide Gruppen wenig attraktiv erscheinen ließ, wurde in den letzten Jahren bei Umfrageforschern der Ruf nach einer theoretischen Konzeptualisierung des Interviewprozesses (vgl. Groves & Lyberg, 1988; Irlé, 1983) laut. Zugleich stimulierte die Diskussion um „ökologische“ Aspekte von Gedächtnisprozessen (s. z. B. Neisser, 1982; Gruneberg, Morris & Sykes, 1988) das Interesse von Psychologen an Alltagsproblemen und den Wunsch, weniger restriktierte Populationen in ihrer Forschung zu berücksichtigen (s. z. B. Tulving & Press, 1984). Beide Entwicklungen in Kombination mit der Attraktivität und allgemeinen Erklärungskraft des Informationsverarbeitungsparadigmas in der Psychologie (vgl. Strack, 1988), bereiteten den Boden für eine engere Kooperation.

Zwei Konferenzen trugen wesentlich zur Initiierung dieser Kooperation bei. Im Herbst 1983 wurde

Anschrift der Verfasser: PD Dr. *Norbert Schwarz*, Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, ZUMA, Postfach 12 21 55, D - 6800 Mannheim.

Die berichteten Untersuchungen wurden unterstützt durch Mittel der Deutschen Forschungsgemeinschaft (Schw 278/2 und Str 264/2 an *N. Schwarz* und *F. Strack*), des Bundesministers für Forschung und Technologie (SWF 0044-6 an *N. Schwarz*), der National Science Foundation (SES 8821362 an *S. Sudman*, *N. Schwarz* und *J. Blair*) und des Zentrums für Umfragen, Methoden und Analysen, ZUMA.

vom Committee on National Statistics der amerikanischen National Academy of Sciences eine Tagung unter dem Titel "Cognitive Aspects of Survey Methodology" durchgeführt (s. Jabine, Straf, Tanur & Tourangeau, 1984), und im Sommer 1984 lud ZUMA zu einer Tagung unter dem Titel "Social Information Processing and Survey Methodology" ein (s. Hippler, Schwarz & Sudman, 1987). Mittlerweile existieren an verschiedenen staatlichen Umfrageeinrichtungen der USA "cognitive laboratories" (s. Sirken, Mingay, Royston, Bercini & Jobe, 1988), die Serviceleistungen für laufende Umfragen, insbesondere im Bereich der Arbeitsmarkt- und Gesundheitsforschung, erbringen. Im Bereich der akademischen Sozialforschung wurden Forschungsschwerpunkte zu kognitiven Aspekten der Umfragemethodologie am Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, ZUMA, in Mannheim, am National Opinion Research Center der University of Chicago und am Survey Research Laboratory der University of Illinois at Urbana-Champaign eingerichtet. Eine gemeinsam von ZUMA und dem Survey Research Laboratory durchgeführte jährliche Konferenzreihe (vgl. Schwarz & Sudman, im Druck, a, b), ein regelmäßig erscheinender „ZUMA Newsletter on Cognition and Survey Research“, sowie das erste Sonderheft einer etablierten Zeitschrift zu diesem Themenbereich (Jobe & Loftus, im Druck), sind weitere Zeichen der beginnenden Institutionalisierung dieses Forschungsgebietes.

Die derzeitigen Forschungsaktivitäten zentrieren sich um zwei Fragestellungen, die sich auf unterschiedliche Teilbereiche der Psychologie beziehen. Einen Schwerpunkt bilden Untersuchungen zur Validität retrospektiver Berichte im Kontext von Theorien des autobiographischen Gedächtnisses (vgl. Bradburn, Rips & Shevell, 1987; Schwarz, 1990; Schwarz & Sudman, im Druck b; Strube, 1987 zu Übersicht). Den zweiten Schwerpunkt bilden Untersuchungen zur Einstellungsmessung im Kontext neuerer Theorien der "social cognition"-Forschung (vgl. Schwarz & Sudman, im Druck a; Strack, im Druck b; Strack & Martin, 1987; Tourangeau & Rasinski, 1988). Im folgenden sollen ausgewählte Befunde beider Forschungsschwerpunkte dargestellt werden. Zuvor bedürfen jedoch die unterschiedlichen Aufgaben von Befragten in standardisierten Befragungssituationen einer einführenden Diskussion.

Die Aufgaben der Befragten

Die Teilnehmer einer Befragung müssen mehrere Aufgaben lösen (Strack & Martin, 1987; Tourangeau & Rasinski, 1988). Sie müssen zunächst die ihnen gestellte Frage verstehen, was sich oft als schwieriger

erweist, als meist angenommen wird (vgl. Belson, 1981). Handelt es sich um eine Meinungsfrage, müssen sie ein früher gebildetes Urteil erinnern oder relevante Information aus dem Gedächtnis abrufen, die ihnen die Bildung eines Urteils zum Befragungszeitpunkt erlaubt. Handelt es sich um eine Verhaltensfrage, müssen sie relevante Episoden erinnern und, falls ein bestimmter Zeitraum zu berücksichtigen ist, diese Episoden datieren. Bezieht sich die Frage auf die Verhaltenshäufigkeit, müssen sie darüber hinaus die Zahl der relevanten Episoden bestimmen oder auf anderer Grundlage eine Schätzung vornehmen. Haben die Befragten ein „privates“ Urteil gebildet, stehen sie vor der Aufgabe, dieses Urteil zu Protokoll zu geben. Dies kann erfordern, daß sie das Urteil in ein vorgegebenes Antwortformat einpassen müssen. Darüber hinaus können Erwägungen der sozialen Erwünschtheit den Befragten bei diesem Schritt eine „Editierung“ ihres Urteils nahelegen, um situativen Anforderungen der Interaktionssituation gerecht zu werden.

Merkmale der Befragungssituation und des Erhebungsinstruments können die kognitiven Prozesse, und damit die erhaltenen Befunde, bei jedem dieser Schritte beeinflussen. Ihr Einfluß ist darüber hinaus davon abhängig, ob die Befragung persönlich, telefonisch oder schriftlich erfolgt, da unterschiedliche Modi der Datenerhebung mit unterschiedlichen kognitiven Anforderungen verbunden sind (vgl. Bishop, Hippler, Schwarz & Strack, 1988; Schwarz, Strack, Hippler & Bishop, im Druck).

Das autobiographische Gedächtnis und die Validität retrospektiver Berichte

Zahlreiche Kenntnisse über den Alltag in modernen Gesellschaften, von der Arbeitsmarktstatistik über Gesundheitsdaten bis zu Konsumgewohnheiten, beruhen auf Verhaltensberichten, die Befragte in repräsentativen Umfragen zu Protokoll geben. Da diese Kenntnisse eine wesentliche Grundlage für weitreichende politische und wirtschaftliche Entscheidungen darstellen, ist es nicht verwunderlich, daß die Validität dieser Daten große Aufmerksamkeit findet. Während Validitätsschätzungen auf der Aggregatebene eine lange Tradition in der angewandten Statistik haben (vgl. Groves, 1989), hat die psychologische Analyse der diesen Berichten zu Grunde liegenden kognitiven Prozesse erst kürzlich Interesse gefunden.

Probleme der Erinnerung und Datierung

Meist wird in der Praxis der Umfrageforschung angenommen, daß Fragen nach der Häufigkeit eines Verhaltens auf der Basis der Erinnerung und Zählung relevanter Auftretensepisoden beantwortet würden (Bradburn, Sudman & Associates, 1974). Neuere Untersuchungen zeigen jedoch, daß dies die Lösungsstrategie ist, die von Befragten am seltensten gewählt wird. Häufig wiederkehrendes Alltagsverhalten ist im Gedächtnis nicht in getrennten Episoden repräsentiert. Vielmehr verschwimmen einzelne Episoden in einer generischen Repräsentation des Verhaltenstypus, die eine getrennte Identifikation einzelner Episoden nur begrenzt erlaubt (Bradburn, Rips & Shevell, 1987; Linton, 1982; Schwarz, 1990; Strube, 1987). Die Gedächtnisrepräsentation von Alltagsverhalten entspricht daher eher der Form allgemeinen Wissens, ohne spezifische Indikatoren von Ort und Zeit, als der Form episodischer Gedächtnisinhalte. Während experimentelle Untersuchungen gezeigt haben, daß die Erinnerung an spezifische Episoden durch geeignete Suchreize verbessert werden kann (z. B. Means, Mingay, Nigam & Zarrow, 1988), sind der praktischen Nutzung dieser Möglichkeit bei heterogenen Stichproben enge Grenzen gesetzt. Das Modell des „Erinnerns und Zählens“ ist daher nur für selten gezeigtes Verhalten von hoher persönlicher Wichtigkeit zutreffend. Für häufig auftretendes Alltagsverhalten sind Befragte hingegen auf Schätzstrategien angewiesen, die meist auf partieller Erinnerung und der Anwendung subjektiver Theorien über das Auftreten des erfragten Verhaltens beruhen (z. B. Blair & Burton, 1987; Ross, 1989; Sudman & Schwarz, 1989).

Weitere Schwierigkeiten ergeben sich aus der Notwendigkeit, erinnerte Episoden zu datieren, etwa um zu bestimmen, ob sie in die erfragte Referenzperiode (z. B., die „letzten drei Monate“) fallen oder nicht. Da das Datum selten in die Gedächtnisrepräsentation eingeht, sind Fehldatierungen die Regel. Dabei werden weit zurückliegende Erfahrungen meist als „näher“, und kurze Zeit zurückliegende Erfahrungen als „entfernter“, datiert als sie real sind (Bradburn et al., 1979). Die Verwendung von "temporal landmarks" (Loftus & Marburger, 1983), wie etwa „seit Weihnachten“, statt anderer Referenzperioden kann diese Datierungsprobleme reduzieren, jedoch nicht eliminieren. Auch bei optimalen Such- und Datierungshilfen (s. Bradburn et al., 1987; Schwarz, 1990 zum Überblick) ist zu erwarten, daß die Befragten zahlreiche Episoden nicht erinnern können (Linton, 1975; Wagenaar, 1986), was generell in einer Unterschätzung der Häufigkeit eigener Alltagserfahrungen und Verhaltensweisen

resultiert. Viele Forscher nehmen daher an, daß Berichte höherer Verhaltenshäufigkeit wahrscheinlich valider sind als Berichte geringerer Wahrscheinlichkeit, weshalb in der Forschung zur Erinnerung an Alltagsverhalten eine „je mehr, desto besser“-Regel häufig die schwierige externe Überprüfung der Validität der Verhaltensberichte ersetzt.

Anbetrachts dieser und verwandter Schwierigkeiten, ist es nicht überraschend, daß bei der Erinnerung alltäglicher Verhaltensweisen Schätzstrategien eine herausragende Rolle zukommt. Wie Bradburn et al. (1987) feststellten, ziehen Befragte jede verfügbare Information heran, die es ihnen erlaubt, eine plausible Schätzung zu generieren. Die wichtigsten Schätzstrategien beinhalten u. a. die Dekomposition der Aufgabe in einfacher zu bearbeitende Teilaufgaben (Blair & Burton, 1987), die Nutzung der von Tversky und Kahneman (1973) beschriebenen Verfügbarkeitsheuristik, und die Heranziehung subjektiver Theorien über den erfragten Inhaltsbereich (Ross & Conway, 1986; Ross, 1989). Für die Forschungspraxis als besonders prekär erweist sich eine Art von „subjektiver Theorie“, die direkt durch das Forschungsinstrument selbst angeregt wird, nämlich die Annahme, daß die mit der Frage verbundenen Antwortvorgaben das Wissen des Forschers über die Verteilung des erfragten Verhaltens wiedergeben. Da Antwortvorgaben auch in der psychologischen Forschung und klinischen Diagnostik eine große Bedeutung zukommt, gehen wir auf diesen Aspekt nachfolgend ausführlicher ein.

Die informative Funktion von Antwortvorgaben: Was Befragte aus Skalen lernen

Meist werden Befragte gebeten, ihre Verhaltenshäufigkeit zu berichten, indem sie aus einer Liste von Antwortalternativen die auf sie zutreffende auswählen. Während wir als Forscher in der Regel davon ausgehen, daß Antwortalternativen ein quasi neutrales „Meßinstrument“ seien, zeigen neuere Untersuchungen, daß Antwortvorgaben für die Befragten selbst eine Informationsquelle darstellen, die sie systematisch nutzen. Sie nehmen an, der Wertebereich der Antwortvorgaben gebe das Wissen des Forschers über die Verteilung des erfragten Verhaltens wieder. Gemäß dieser Annahme wird die durchschnittliche oder „typische“ Verhaltenshäufigkeit durch Werte im Mittelbereich der Skala abgebildet, während die Extreme der Skala den Extremen der Verteilung entsprechen. Auf der Grundlage dieser Annahme können Befragte den Wertebereich der Skala als Bezugsrahmen zur Schätzung ihrer eigenen Verhaltenshäufigkeit heranziehen und der Skala

Tabelle 1 Antwortvorgaben und berichteter täglicher Fernsehkonsum

Hohe Antwortvorgaben		Geringe Antwortvorgaben	
Bis 2 1/2 Stunden	62,5 %	bis 1/2 Stunde	7,5 %
2 1/2 bis 3 Stunden	23,4 %	1/2 bis 1 Stunde	17,7 %
3 bis 3 1/2 Stunden	7,8 %	1 bis 1 1/2 Stunden	26,5 %
3 1/2 bis 4 Stunden	4,7 %	1 1/2 bis 2 Stunden	14,7 %
4 bis 4 1/2 Stunden	1,6 %	2 bis 2 1/2 Stunden	17,7 %
mehr als 4 1/2 Stunden	0,0 %	mehr als 2 1/2 Stunden	16,2 %

Aus Schwarz, N., Hippler, H. J., Deutsch, B. & Strack, F. (1985).

Response scales: Effects of category range on reported behavior and subsequent judgments. *Public Opinion Quarterly*, 1985, 49, 1460—1469. Copyright: American Association for Public Opinion Research; Nachdruck mit Genehmigung.

Vergleichsinformation über das Verhalten anderer entnehmen. Dies beeinflusst die *Verhaltensberichte* und nachfolgende *komparative Urteile*, wie die folgenden Beispiele zeigen (s. Schwarz, 1990; Schwarz & Hippler, 1987, für eine ausführlichere Diskussion).

Schwarz, Hippler, Deutsch & Strack (1985) baten Befragte, ihren täglichen Fernsehkonsum auf einer der in Tabelle 1 wiedergegebenen Skalen zu berichten.

Vergleicht man den Prozentsatz der Befragten, die einen Fernsehkonsum von 2 1/2 Stunden und mehr angaben, zeigen die Ergebnisse einen starken Einfluß der Antwortvorgaben: Während 37,5 % der Befragten, denen die Liste mit hohen Antwortvorgaben vorlag, einen Fernsehkonsum von mindestens 2 1/2 pro Tag berichteten war dies nur bei 16,2 % der Befragten der Fall, die ihren Fernsehkonsum auf der Skala mit geringen Häufigkeitsvorgaben berichten sollten. Dieser Einfluß der Antwortvorgaben ist um so ausgeprägter, je weniger episodische Information den Befragten kognitiv leicht verfügbar ist. Er ist deshalb größer, wenn über das Verhalten anderer berichtet wird ("proxy reports") als wenn über das eigene Verhalten berichtet wird (Schwarz & Bienias, 1990) und er bleibt aus, wenn dem Bericht eine Aufgabe vorausgeht, die die Erinnerung an relevante Episoden fördert. Analoge Einflüsse von Antwortvorgaben wurden für eine Vielzahl von Inhaltsbereichen, darunter auch Symptombereiche im Bereich der psychologischen und medizinischen Diagnostik (Schwarz & Scheuring, im Druck), dokumentiert.

Da Befragte annehmen, der Wertebereich der Skala bilde die Verteilung des Verhaltens ab, beinhaltet die Auswahl einer Antwortalternative auch die Bestimmung der eigenen (vermeintlichen) Platzierung in der Verteilung. Befragte, die einen Wert

im oberen Bereich der Antwortvorgaben wählen, können z. B. folgern, daß sie das betreffende Verhalten häufiger zeigen als der Durchschnitt der Bevölkerung. Demgemäß schätzten Befragte in der obigen Untersuchung die Wichtigkeit des Fernsehens in ihrer Freizeit höher ein (Schwarz et al., 1985, Experiment 1), und waren mit der Vielfalt ihrer Freizeitaktivitäten weniger zufrieden (Experiment 2), wenn sie zuvor ihren Fernsehkonsum auf einer Skala mit geringen Häufigkeitsvorgaben berichtet hatten, als wenn sie ihren Fernsehkonsum auf einer Skala mit hohen Vorgaben berichtet hatten. Dies ist darauf zurückzuführen, daß ihre eigene Platzierung auf den in Tabelle 1 gezeigten Skalen (bei dem in der Bundesrepublik modalen Fernsehkonsum von ca. 2 Stunden) ihnen bei geringen Vorgaben nahelegte, sie sähen *mehr fern* als „üblich“, während sie ihnen bei hohen Vorgaben nahelegte, sie sähen *weniger fern* als „üblich“.

In weiteren Untersuchungen konnte der Einfluß von Antwortvorgaben auch für involvierendere Verhaltensweisen und Urteile, wie etwa die Häufigkeit unterschiedlicher sexueller Erfahrungen und die Beurteilung der Zufriedenheit mit der eigenen Beziehung, nachgewiesen werden (Schwarz & Scheuring, 1988). Darüber hinaus zeigte sich, daß außer den Befragten selbst auch die Benutzer ihrer Antworten vom Wertebereich der Antwortvorgaben beeinflusst werden (Schwarz, Bless, Böhner, Harlacher & Kellenbenz, im Druck). So beurteilten z. B. praktizierende Ärzte zweimal die Woche auftretende Rückenschmerzen als bedenklicher, wenn diese Symptommhäufigkeit von einem Patienten auf einer Liste mit geringen Häufigkeitsvorgaben statt auf einer Liste mit hohen Häufigkeitsvorgaben angekreuzt wurde. Insgesamt zeigen diese Befunde, daß

die Befragten, wie die Benutzer ihrer Antworten, der Liste der Antwortvorgaben Verteilungsinformation entnehmen, die sie bei späteren Urteilen berücksichtigen. Antwortalternativen beeinflussen daher nicht nur die Verhaltensberichte selbst, sondern auch die Antworten auf nachfolgende verwandte Fragen.

Darüber hinaus beeinflusst der Wertebereich von Antwortvorgaben die *Interpretation* des Frageinhaltes. Sollen Befragte z. B. berichten, wie oft sie sich „ärgern“, stehen sie vor der Aufgabe zu bestimmen, was mit „sich ärgern“ gemeint ist. Bezieht sich die Frage auf kleine alltägliche Ärgernisse oder auf große Auseinandersetzungen? In einem solchen Fall können Befragte wiederum den Antwortvorgaben Information entnehmen, die eine Klärung des Fragegegenstandes erlaubt. Reichen die Antwortvorgaben bei einer Frage nach der Ärgerhäufigkeit z. B. von „weniger als zweimal die Woche“ bis „mehrmals täglich“, könnten die Befragten schließen, daß wohl kleinere Ärgernisse gemeint sein müssen, da bedeutsamere Ärgernisse nicht so häufig vorkommen. Andererseits würden Vorgaben von „weniger als einmal im Jahr“ bis „mehrmals im Monat“ nahelegen, daß seltene — und somit vermutlich bedeutsamere — Ärgernisse Gegenstand der Frage sind. Demgemäß fanden Schwarz, Strack, Müller & Chassein (1988), daß Befragte extremere Beispiele „typischer Ärgernisse“ beschrieben, wenn sie zuvor ihre Ärgerhäufigkeit auf einer Skala mit geringen statt mit hohen Antwortvorgaben berichten mußten. Die Definition des Fragegegenstandes durch die Befragten selbst ist somit nicht nur eine Funktion der Frageformulierung, sondern auch eine Funktion der vorgelegten Antwortalternativen. Demgemäß erfassen identisch formulierte Fragen bei unterschiedlichen Häufigkeitsvorgaben unterschiedliche Erfahrungen.

Wie diese Untersuchungen verdeutlichen, sind Antwortvorgaben somit nicht nur „Meßinstrumente“ auf denen Befragte quasi passiv ihren Verhaltensbericht abgeben. Vielmehr stellen Antwortvorgaben selbst eine Informationsquelle dar, die von den Befragten aktiv genutzt wird. Es zeigt sich dabei, daß nicht nur die jeweils verfügbaren „Werkzeuge“ des Alltags die wissenschaftliche Theoriebildung anregen (Gigerenzer & Murray, 1987), sondern auch umgekehrt die „Werkzeuge“ des Wissenschaftlers zur Grundlage begrenzter Laientheorien werden. Diese informative Funktion von Forschungsinstrumenten ist weder auf Umfragen noch auf die Erfassung von Verhaltenshäufigkeiten beschränkt, und wurde ebenso für Instrumente der psychologischen und medizinischen Diagnostik (z. B. Schwarz, Bless, Bohner, Harlacher & Kellenbenz, im Druck; Schwarz & Scheuring, im Druck) wie für andere Merkmale von Fragebögen belegt (z. B. Hippler & Schwarz, 1989).

Während die dokumentierten Einflüsse im Kontext der hier vorgetragenen Annahmen gut konzeptualisierbar sind, können konkurrierende Prozeßannahmen jeweils nur Teile der Befunde erklären. So erlaubt etwa die von Tversky & Kahnemann (1974) vorgestellte Verankerungshypothese die Vorhersage eines Einflusses des Wertebereiches auf Verhaltensberichte, ohne den Einfluß auf komparative Urteile und die Definition des Fragegegenstandes fassen zu können. Andererseits erlauben z. B. Ostrom & Upshaws (1968) Perspektiventheorie der Urteilsbildung oder verwandte Modelle eine Vorhersage des Einflusses auf komparative Urteile, jedoch nicht eine Erklärung des Einflusses auf die Fragedefinition und die Häufigkeitsberichte selbst.

Während die Beachtung des informativen Gehaltes von Forschungsprozeduren für die Untersuchungsteilnehmer in der experimentellen Forschung eine lange Tradition hat, und im Rahmen des Informationsverarbeitungsparadigmas zu zahlreichen Reinterpretationen klassischer Experimente führte (vgl. Wyer, 1974), wird dieser Aspekt bei der Konstruktion von Fragebögen und Tests nach wie vor wenig beachtet. Gerade in standardisierten Erhebungssituationen, in denen Rückfragen nur begrenzt möglich sind, sind die Probanden aber in besonderem Maße auf die Nutzung der Information angewiesen, die ihnen das Forschungsinstrument zur Verfügung stellt.

Künftige Entwicklungen

Wie dieser selektive Überblick zeigt, kommt Inferenzstrategien bei autobiographischen Berichten eine große Bedeutung zu. Neben der Analyse der kognitiven Repräsentation von Alltagsverhalten entwickelt sich daher die Analyse von Inferenzstrategien zu einer zentralen Fragestellung in der Erforschung des autobiographischen Gedächtnisses. Aus praktischer Sicht ist zu erwarten, daß Einsichten in die kognitive Repräsentation von Alltagsverhalten Hinweise auf die Konstruktion adäquater Suchreize geben können, während die Analyse von Inferenzstrategien die gezielte Berücksichtigung „adäquater“ Strategien beim Fragebogenaufbau ermöglichen könnte. Erste Untersuchungen zeigen, daß diese Bemühungen in einer erhöhten Validität retrospektiver Berichte resultieren können (vgl. die Beiträge in Jobe & Loftus, im Druck, und Schwarz & Sudman, im Druck b), wenn auch eine routinemäßige Anwendung entsprechender Strategien in repräsentativen Umfragen wegen des inhaltspezifischen Charakters der bisherigen Untersuchungen derzeit nur sehr begrenzt möglich ist.

Zugleich schwimmt mit der Dokumentation der Rolle von Inferenzstrategien bei retrospektiven Berichten die klassische Unterscheidung in „Faktenfragen“ und „Meinungsfragen“ (z. B. Schumann & Presser, 1981; Sudman & Bradburn, 1983). Während für erstere angenommen wurde, sie würden primär auf der Basis von vergleichsweise verlässlichen Gedächtnisleistungen beantwortet, wurde für letztere vermutet, daß ihrer Beantwortung weniger verlässliche Urteilsprozesse zu Grunde lägen. Wie die nachfolgende Diskussion von Kontexteffekten bei Meinungsfragen verdeutlichen wird, beruht die Beantwortung von Meinungsfragen jedoch ebenso auf Gedächtnisleistungen, wie die Beantwortung von Faktenfragen komplexe Urteilsleistungen erfordert.

Kontexteffekte in der Einstellungsmessung: Einflüsse der Fragereihenfolge

Das gemeinsame Interesse von Umfrageforschern und kognitiv orientierten Psychologen gilt neben der Validität retrospektiver Berichte den kognitiven und kommunikativen Prozessen, die der Beantwortung von Meinungsfragen zu Grunde liegen. Es ist hier nicht unser Ziel, diese Prozesse umfassend zu diskutieren (siehe dazu Schwarz & Strack, im Druck; Strack & Martin, 1987; Strack, im Druck b). Vielmehr wollen wir einige ausgewählte Aspekte vorstellen, die illustrieren, daß die Beschäftigung mit Umfrageproblemen auch in diesem Bereich interessante Fragestellungen für die psychologische Grundlagenforschung aufwirft, die die psychologische Theoriebildung befruchten können. Wir werden uns dabei auf Probleme der Fragenreihenfolge konzentrieren, ohne auf verwandte Probleme der Reihenfolge von Antwortalternativen (z. B. Krosnick & Alwin, 1987; Schwarz, Hippler & Noelle-Neumann, im Druck) oder der Wiederholung von Fragen bei Mehrfachbefragungen (z. B. Bohrnstedt, Mohler & Müller, 1987) einzugehen.

Informationsaktivierung und -nutzung als theoretischer Ansatz

Daß vorausgehende Fragen die Antworten auf nachfolgende Fragen nachhaltig beeinflussen können, ist allgemein bekannt und gilt in gleicher Weise für Umfragen (siehe Hippler, Schwarz & Sudman, 1987; Schuman & Presser, 1981; Schwarz & Sudman, im Druck a, für Forschungsbeispiele), wie für psychologische Tests (z. B. Knowles et al., im Druck; Nebel,

Strack & Schwarz, 1989). Die Bedingungen unter denen dies der Fall ist oder nicht, sowie die Richtung des Einflusses, sind jedoch derzeit nur begrenzt vorhersagbar. Aus kognitionspsychologischer Perspektive sind Kontexteffekte konzeptualisierbar als Phänomene der Informationsaktivierung und -nutzung (vgl. Strack, im Druck b; Tourangeau, im Druck, für eine ausführliche Diskussion). Generell gilt, daß Personen zur Urteilsbildung nie sämtliche potentiell relevanten Informationen heranziehen, sondern die Informationssuche abbrechen, sobald „genügend“ Information verfügbar ist, um das Urteil mit hinreichender subjektiver Sicherheit bilden zu können (s. Bodenhausen & Wyer, 1987; Hastie, 1987, zum Überblick). Das Urteil beruht daher auf der Teilmenge potentiell relevanter Information, die der Person zum Urteilszeitpunkt am leichtesten in den Sinn kommt. Dies ist insbesondere Information, die erst kürzlich benutzt wurde („recency“ Prinzip), z. B. weil sie für die Beantwortung einer vorausgegangenen Frage erforderlich war.

Zwei Experimente in denen Beurteilungen der eigenen Lebenszufriedenheit erhoben wurden, wie sie in den Sozialwissenschaften als subjektive sozial Indikatoren Verwendung finden (vgl. Campbell, 1981; Glatzer & Zapf, 1984; Schwarz, 1987 a; Strack, Argyle & Schwarz, im Druck), illustrieren dieses Prinzip. In einem dieser Experimente beurteilten einige der studentischen Befragten zunächst ihre allgemeine Lebenszufriedenheit und berichteten anschließend, wie häufig sie ein Rendezvous haben (Strack, Martin & Schwarz, 1988). Dies erbrachte eine Korrelation von $r = -.12$, die sich nicht signifikant von 0 unterscheidet und nahelegt, daß die Häufigkeit von Rendezvous die Lebenszufriedenheit nicht beeinflußt. Andere Befragte beantworteten beide Fragen jedoch in umgekehrter Reihenfolge. Unter dieser Bedingung stieg die Korrelation auf $r = .66$. In ähnlicher Weise stieg in einer verwandten Untersuchung der Zusammenhang zwischen der berichteten allgemeinen Lebenszufriedenheit und der berichteten Beziehungszufriedenheit von $r = .32$ auf $r = .67$, wenn die Frage nach der Beziehungszufriedenheit der Frage nach der Lebenszufriedenheit vorausging (Schwarz, Strack & Mai, im Druck). Die Befragten zogen somit Information über ihre Rendezvoughäufigkeit oder ihre Beziehung mit höherer Wahrscheinlichkeit zur Beurteilung ihrer allgemeinen Lebenszufriedenheit heran, wenn diese Information kognitiv leicht verfügbar war, da sie zur Beantwortung der ersten Frage benutzt wurde. Demgemäß berichteten Personen, die mit ihrer Beziehung unzufrieden waren auch im Mittel geringere, und Personen die mit ihrer Beziehung zufrieden waren höhere, allgemeine Lebenszufriedenheit, wenn

die Beziehungsfrage der allgemeinen Frage vorausging als wenn sie ihr folgte.

Allerdings wird leicht verfügbare Information nicht immer zur Urteilsbildung genutzt und wenn sie genutzt wird, kann ihr Einfluß in unterschiedliche Richtungen gehen. Dies macht die Komplexität dieses Forschungsbereiches aus und sorgt für eine Vielzahl interessanter kognitionspsychologischer Probleme.

Determinanten der Nutzung verfügbarer Information

Ob eine Person leicht verfügbare Information bei der Urteilsbildung berücksichtigt, hängt zunächst von der inhaltlichen Relevanz der Information ab. Von der Person als irrelevant betrachtete Information wird nicht herangezogen (Higgins & King, 1981; Wyer & Srull, 1989). Aber auch als relevant betrachtete Information wird bei nachfolgenden Urteilen unter manchen Bedingungen ignoriert. Wann dies der Fall ist, wird u. a. durch Regeln der Konversationslogik (Grice, 1975) bestimmt. Ein zentrales Erfordernis bei Konversationen ist, „informativ“ zu sein, d. h., dem Gesprächspartner die Information zu geben, die er *benötigt*. Dies beinhaltet auch, daß man Redundanz vermeidet und keine Information gibt, die der Gesprächspartner schon hat. In der Konversationsforschung ist dies als "given — new contract" (Clark, 1985) bekannt.

Ein von Strack & Martin (1987) berichtetes Beispiel illustriert dieses Prinzip:

A. Frage: Wie geht es Ihrer Familie?

B. Frage: Wie geht es Ihrer Frau?

Antwort:

Frage: Wie geht es Ihrer Familie?

Während im ersten Fall die Frage nach der Familie die Ehefrau des Befragten beinhaltet, ist dies im zweiten Beispiel nicht der Fall. D. h., Information die bereits in Reaktion auf vorausgegangene Fragen gegeben wurde, die der Gesprächspartner also schon „hat“, wird nicht wiederholt. Dies läßt vermuten, daß durch Vorlauffragen aktivierte Information ignoriert wird, wenn die nachfolgende Frage dem gleichen Konversationszusammenhang zugeordnet wird.

Empirisch ist dies der Fall. In den oben berichteten Experimenten wurde in weiteren Bedingungen ein expliziter Zusammenhang zwischen beiden Fragen hergestellt, indem den Fragen eine gemeinsame Einleitung vorangestellt wurde, z. B.:

„Zunächst möchten wir Sie bitten, uns etwas über zwei Aspekte mitzuteilen, die für das Wohlbefinden von Menschen wichtig sein können: (a) Zufriedenheit mit der Partnerschaft; (b) Zufriedenheit mit dem Leben insgesamt“.

Unter dieser Bedingung fiel die Korrelation von Beziehungs- und Lebenszufriedenheit $r = .67$ auf $r = .18$. D. h., die aktivierte Information wurde *nicht* genutzt, wenn die Frage nach der Beziehungszufriedenheit explizit dem gleichen Konversationskontext zugeordnet wurde wie die Frage nach der Lebenszufriedenheit, obwohl die Information in beiden Bedingungen bei gleicher Fragenreihenfolge kognitiv leicht verfügbar war. Es scheint, daß die Befragten in dieser Bedingung die Frage nach ihrer allgemeinen Lebenszufriedenheit als Aufforderung interpretierten, nun über *andere* Aspekte ihres Lebens zu berichten. Demgemäß ergab sich in einer Kontrollgruppe, die gefragt wurde, wie zufrieden sie mit „anderen Aspekten“ ihres Lebens, abgesehen von der Partnerschaft, sei, eine nahezu identische Korrelation von $r = .20$ (Schwarz et al., im Druck).

Die inhaltlichen Folgerungen, die man aus diesen Daten über den Zusammenhang von Rendezvouthäufigkeit oder Beziehungszufriedenheit und allgemeiner Lebenszufriedenheit ziehen würde, hängen somit einerseits von der Reihenfolge der Fragen und andererseits, bei identischer Reihenfolge, von der Wahrnehmung des Befragten ab, ob beide Fragen Teil des gleichen Konversationskontextes sind oder nicht (s. auch Ottati, Riggie, Wyer, Schwarz & Kuklinski, 1989, für verwandte Ergebnisse). Zugleich zeigen die berichteten Befunde, daß die Nutzung von Information nicht nur eine Funktion ihrer kognitiven Verfügbarkeit und inhaltlichen Relevanz ist, wie in rein kognitiven Modellen angenommen wird (vgl. exemplarisch Higgins & Bargh, 1987). Vielmehr erweist sich der kommunikative Kontext, in den die Urteilsbildung eingebettet ist, als weitere wichtige Determinante, die derzeit Eingang in die kognitive Theoriebildung findet, wie die Beiträge in Schwarz und Strack (im Druck b) exemplarisch zeigen.

Determinanten der Richtung des Einflusses

Unterstellen wir nun, daß Befragte die durch vorausgegangene Fragen aktivierte Information nutzen. In welche *Richtung* geht dann ihr Einfluß? D. h., wird die Antwort auf nachfolgende Fragen der Antwort auf vorausgegangene Frage ähnlicher oder unähnlicher? Treten also Assimilations- oder Kontrasteffekte auf?

Dazu wieder ein Beispiel aus dem Bereich subjektiver sozialer Indikatoren. In einer Untersuchung von

Strack, Schwarz und Gschneidinger (1985, Exp. 1; vgl. auch Tversky & Griffin, im Druck) wurden Befragte gebeten, entweder ein positives oder ein negatives Ereignis zu berichten, das entweder kürzlich eingetreten war oder schon längere Zeit zurücklag. Anschließend beurteilten sie ihre derzeitige allgemeine Lebenszufriedenheit. Lag das Ereignis erst kurze Zeit zurück, berichteten sie, mit ihrem Leben zufriedener zu sein, wenn sie an ein positives als wenn sie an ein negatives Ereignis denken mußten. D. h., es trat ein Assimilationseffekt infolge der Aktivierung von Information über das jeweilige Ereignis auf. Lag das Ereignis aber schon mehrere Jahre zurück, resultierte das Nachdenken über das Ereignis in einem Kontrasteffekt. In diesem Fall berichteten die Vpn, mit ihrem Leben zufriedener zu sein, wenn das Ereignis *negativ* war als wenn es positiv war.

Allgemein gesprochen erweist sich die Richtung des Einflusses als Funktion der Kategorisierung der aktivierten Information. Im obigen Beispiel bestand die Urteilsaufgabe darin, die Qualität der derzeitigen Lebensbedingungen zu evaluieren. Information, die einer „anderen“ Kategorie als der zu beurteilenden, hier einem anderen Abschnitt des eigenen Lebens, zugeordnet wurde, diente anscheinend als Vergleichsstandard. Dies resultierte in Kontrasteffekten. Information die der zu beurteilenden Kategorie selbst zugeordnet wurde, hier den derzeitigen Lebensumständen, ging hingegen als Merkmal dieser Kategorie in das Urteil ein. Dies resultierte in einem Assimilationseffekt. Mehrere Untersuchungen unterstützen die hier vorgetragene Hypothese, daß Inklusions- und Exklusionsprozesse dieser Art das Auftreten von Assimilations- und Kontrasteffekten moderieren (vgl. Schwarz & Bless, im Druck, für eine ausführlichere Diskussion).

In einer dieser Untersuchungen berichteten Befragte ihre Meinung über Politiker der CDU. Einige Befragte wurden jedoch zuvor, als Teil eines scheinbaren Wissenstests, gebeten, die Partei zu nennen, der „Richard von Weizsäcker seit mehr als 20 Jahren angehört“. Die Antwort „CDU“ sollte in der Inklusion von Richard von Weizsäcker in dieser Kategorie, und damit in einem Assimilationseffekt, resultieren. Andere Teilnehmer wurden hingegen gefragt, welches Amt Richard von Weizsäcker „bekleidet, das ihn außerhalb des Parteigeschehens stellt“. Die Antwort „Bundespräsident“ sollte in der Exklusion Richard von Weizsäckers aus der zu beurteilenden Kategorie „CDU-Politiker“, und damit in einem Kontrasteffekt, resultieren. Empirisch war dies der Fall. Befragte, die die Partei des hoch respektierten Politikers nennen mußten, beurteilten Politiker der CDU im allgemeinen positiver, und Befragte, die sein Amt nennen mußten, negativer, als Befragte

einer Kontrollgruppe, denen keine Frage über Richard von Weizsäcker gestellt wurde. Ob die Berücksichtigung leicht verfügbarer Information in einem Assimilations- oder in einem Kontrasteffekt bei nachfolgenden Urteilen resultiert, ist somit eine Funktion der Zuordnung der Information zur zu beurteilenden Kategorie (Schwarz & Bless, im Druck).

Kontexteffekte als Forschungsinstrument

In der Regel werden Kontexteffekte der oben beschriebenen Art in Umfragen als unliebsamer Störfaktor betrachtet und es wird versucht, sie zu vermeiden. Diese Perspektive ist aus kognitionspsychologischer Sicht einseitig. Ein „Störfaktor“ sind Kontexteffekte nur, wenn das Ziel der Umfrage ist, die „wahre“ Verteilung eines Merkmals in der Population zu schätzen. Häufig ist aber die Prüfung von Hypothesen über Zusammenhänge zwischen Variablen von zentralerem Interesse als die Deskription von Randverteilungen. In diesen Fällen kann eine gezielte Aktivierung von Information durch Vorlauffragen als Instrument zur Prüfung *inhaltlicher* Hypothesen eingesetzt werden. Die grundlegende Idee ergibt sich direkt aus dem oben diskutierten Zusammenhang zwischen Informationsaktivierung und Urteilsbildung: Wenn eine Variable einen Einfluß auf ein Urteil oder ein Verhalten hat, sollte dieser Einfluß ausgeprägter sein, wenn diese Variable der Person zum Urteilszeitpunkt in den Sinn kommt als wenn dies nicht der Fall ist (vgl. Schwarz, 1987b; Schwarz & Strack, 1981).

Eine Untersuchung zum Einfluß des Radikalerlasses auf die Bereitschaft, sich politisch zu engagieren, eignet sich zur Illustration dieses Prinzips. Sekundäranalysen von Umfragedaten zeigten, daß Studenten, die eine Anstellung im öffentlichen Dienst anstrebten, häufiger die Antwort auf politische Fragen verweigerten als Studenten, die nicht in den öffentlichen Dienst wollten (Strack, Schwarz, Weidner, Hippler & Schwarz, 1983). Es erweist sich aber im Rahmen von Umfragedaten als unmöglich, diesen Befund auf den Einfluß des Radikalerlasses zurückzuführen, da sich beide Gruppen auch auf einer Vielzahl anderer Variablen als der potentiellen Betroffenheit durch den Radikalerlaß unterscheiden. Darüber hinaus ist nicht bekannt, welche Variablen dies sind, was die Möglichkeit ihrer statistischen Kontrolle einschränkt. Unter diesen Bedingungen bot sich eine experimentelle Forschungsstrategie als Alternative an, bei der einige Versuchspersonen im Rahmen einer Befragung veranlaßt wurden, über die Implikationen politischer Aktivitäten im Lichte des Radikalerlasses nachzudenken. Einige Stunden

später wurden alle Versuchspersonen von Mitgliedern einer fiktiven Bürgerinitiative gebeten, eine Petition gegen die Luftverschmutzung im Raum Mannheim zu unterschreiben. Während Versuchspersonen, die keine Stelle im öffentlichen Dienst anstrebten, vom vorherigen Nachdenken über den Radikalenerlaß nicht beeinflusst wurden, sank die Bereitschaft zur Unterzeichnung bei Anwärtern für den öffentlichen Dienst um 50 Prozent (Schwarz & Strack, 1981). Die Manipulation der kognitiven Verfügbarkeit der Variable „Bedrohung durch den Radikalenerlaß“ erlaubt es somit, den Einfluß des Radikalenerlasses auf die Bereitschaft zu politischem Engagement experimentell zu testen. Die Wahl einer kognitiven Strategie ermöglichte es, eine Variable zu manipulieren, über die direkte experimentelle Kontrolle nicht möglich war.

Während die experimentelle Aktivierung potentiell urteilsrelevanter Information im obigen Beispiel zeitlich von der Erhebung der abhängigen Variablen getrennt war, ist es prinzipiell möglich, durch eine Variation der Fragereihenfolge beides in einer Erhebung durchzuführen (z. B. Schwarz & Brand, 1983; Schwarz, Wagner, Bannert & Mathes, 1987). Dies ermöglicht eine gezielte Verwendung von „Kontexteffekten“ zur Prüfung inhaltlicher Hypothesen, die das sozialwissenschaftliche Methodenarsenal um eine interessante Variante erweitern könnte.

Ausblick

Wie dieser selektive Überblick über derzeitige Forschung in zwei zentralen Bereichen des interdisziplinären Forschungsgebietes „kognitive Prozesse bei Befragten“ zeigt, verspricht die Kooperation von Umfrageforschern und kognitiv orientierten Psychologen für alle Beteiligten wichtige Anregungen. Einerseits erhoffen sich Umfrageforscher in so verschiedenen Disziplinen wie Soziologie, Politikwissenschaft, Epidemiologie, Kriminologie oder Marketing von dieser Entwicklung eine Verbesserung der Qualität der von ihnen erhobenen Daten, die häufig eine wichtige Grundlage weitreichender politischer und wirtschaftlicher Entscheidungen sind. Andererseits stellen die inhaltlichen Probleme ihrer Erhebungsmethoden Psychologen vor interessante theoretische Herausforderungen. Die psychologische Analyse der kognitiven und kommunikativen Prozesse in standardisierten Befragungen stellt daher ein besonders vielversprechendes Gebiet für interdisziplinäre Grundlagenforschung von hoher Praxisrelevanz dar.

Der Erfolg dieses Unternehmens wird allerdings wesentlich von einer möglichst breiten Beteiligung psychologischer Forscher abhängen. Während die

Kooperation derzeit primär von Forschern im Bereich des autobiographischen Gedächtnisses und der sozialen Urteilsbildung getragen wird, wären weitere wichtige Beiträge durch die Beteiligung von Forschern zu erwarten, die sich mit Problemen des Lesens und des Textverständnisses, der Analyse sozialer Diskurse, oder der Selbstdarstellung in der sozialen Interaktion beschäftigen. Ebenso könnten Forscher im Bereich der Mensch-Maschinen-Interaktion wesentlich zur Analyse von Problemen bei computerunterstützten Befragungsmethoden beitragen, deren Verbreitung schnell zunimmt. Diese Technologie bietet zugleich ausgezeichnete Möglichkeiten, komplexe experimentelle Designs in repräsentative Umfragen einzubetten, was auch der psychologischen Forschung neue Optionen eröffnet. Bleibt zu hoffen, daß die praktische und theoretische Relevanz der Fragestellungen, und der Enthusiasmus der beteiligten Forscher aus verschiedenen Disziplinen, Psychologen unterschiedlicher theoretischer Orientierung zu einer breiten Beteiligung an diesem interdisziplinären Forschungsgebiet motivieren wird.

Summary

During recent years, cognitive (social) psychologists and survey methodologists developed a joint interest in the cognitive and communicative processes that underlie the responses provided by research participants. We introduce this interdisciplinary research area, focussing on two of its key issues. First, we explore the validity of retrospective behavioral reports, paying special attention to the impact of formal features of the questionnaire on respondents' reports. Subsequently, we address the emergence of context effects in attitude measurement, and delineate the conditions that give rise to assimilation and contrast effects.

Literatur

- Belson, W. A. (1981). *The design and understanding of survey questions*. Aldershot: Gower.
- Bishop, G. F., Hippler, H. J., Schwarz, N. & Strack, F. (1988). A comparison of response effects in self-administered and telephone surveys. In R. M. Groves, P. Biemer, L. Lyberg, J. Massey, W. Nicholls, and J. Wakseberg (Eds.), *Telephone survey methodology* (pp. 321—340). New York: Wiley.
- Blair, E. & Burton, S. (1987). Cognitive processes used by survey respondents to answer behavioral frequency questions. *Journal of Consumer Research*, 14, 280—288.

- Bodenhausen, G. V. & Wyner, R. S. (1987). Social cognition and social reality: Information acquisition and use in the laboratory and the real world. In H. J. Hippler, N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Social information processing and survey methodology* (pp. 6—41). New York: Springer Verlag.
- Bohrstedt, G. W., Mohler, P. P. & Müller, W. (Eds.) (1987). An empirical study of the reliability and stability of survey research items. Special issue of *Sociological Methods and Research*, 15, No. 3.
- Bradburn, N. M., Rips, L. J. & Shevell, S. K. (1987). Answering autobiographical questions: The impact of memory and inference on surveys. *Science*, 236, 157—161.
- Bradburn, N., Sudman, S. & Associates (1979). *Improving interviewing methods and questionnaire design*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Campbell, A. (1981). *The sense of well-being in America*. New York: McGraw-Hill.
- Clark, H. H. (1985). Language use and language users. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology*. Vol. 2, pp. 179—232. New York: Random House.
- Clark, H. H. & Clark, E. V. (1977). *Psychology and language*. New York: Hartcourt, Brace, Jovanovich.
- Feldman, J. M. (im Druck). Constructive processes in survey research: Explorations in self-generated validity. In N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Context effects in social and psychological research*. New York: Springer Verlag.
- Gigerenzer, G. & Murray, D. J. (1987). *Cognition as intuitive statistics*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Glatzer, W. & Zapf, W. (1984). Lebensqualität in der Bundesrepublik. In W. Glatzer & W. Zapf (Hrsg.), *Lebensqualität in der Bundesrepublik*. Frankfurt: Campus.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics*, Vol. 3: *Speech acts*. pp. 41—58. New York: Academic Press.
- Groves, R. M. (1989). *Survey errors and survey costs*. New York: Wiley.
- Groves, R. M. & Lyberg, L. E. (1988). An overview of nonresponse issues in telephone surveys. In R. M. Groves, P. Biemer, L. Lyberg, J. Massey, W. Nicholls, and J. Waksberg (Eds.), *Telephone survey methodology* (pp. 191—211). New York: Wiley.
- Gruneberg, M. M., Morris, P. E. & Sykes, R. N. (Eds.) (1988). *Practical aspects of memory: Current research and issues* (2 Vols.). Chichester: Wiley.
- Hastie, R. (1987). Information processing theory for the survey researcher. In H. J. Hippler, N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Social information processing and survey methodology* (pp. 42—70). New York: Springer Verlag.
- Higgins, E. T. & Bargh, J. A. (1987). Social cognition and social perception. *Annual Review of Psychology*, 38, 369—345.
- Higgins, E. T. & King, G. (1981). Accessibility of social constructs: Information processing consequences of individual and contextual variability. In N. Cantor & J. F. Kihlstrom (Eds.), *Personality, cognition, and social interaction*. Hillsdale: Erlbaum.
- Hippler, H. J. & Schwarz, N. (1987). Response effects in surveys. In H. J. Hippler, N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Social information processing and survey methodology* (pp. 102—122). New York: Springer Verlag.
- Hippler, H. J. & Schwarz, N. (1989). "No opinion" filters: A cognitive perspective. *International Journal of Public Opinion Research*, 1, 77—87.
- Hippler, H. J., Schwarz, N. & Sudman, S. (Eds.) (1987). *Social information processing and survey methodology*. New York: Springer Verlag.
- Irlle, M. (1983). Umfrageforschung — Auch in Zukunft der „Königsweg“ der empirischen Sozialforschung? In M. Kaase, W. Ott & E. K. Scheuch (Hrsg.), *Empirische Sozialforschung in der modernen Gesellschaft*. Frankfurt: Campus.
- Jabine, T. B., Straf, M. L., Tanur, J. M. & Tourangeau, R. (Eds.) (1984). *Cognitive aspects of survey methodology: Building a bridge between disciplines*. Washington, DC: National Academy Press.
- Jobe, J. B. & Loftus, E. F. (im Druck). Special issue on cognition and survey measurement. *Applied Cognitive Psychology*.
- Knowles, E., Coker, M. C., Cook, D. A., Diercks, S. R., Irwin, M. E., Lundeen, E. J., Neville, J. W. & Sibicky, M. E. (im Druck). Order effects within personality measures. In N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Context effects in social and psychological research*. New York: Springer Verlag.
- Krosnick, J. A. & Alwin, D. F. (1987). An evaluation of a cognitive theory of response order effects in survey measurement. *Public Opinion Quarterly*, 51, 201—219.
- Linton, M. (1975). Memory for real-world events. In D. A. Norman & D. E. Rumelhart (Eds.), *Explorations in cognition* (pp. 376—404). San Francisco: Freeman.
- Linton, M. (1982). Transformations of memory in everyday life. In U. Neisser (Ed.), *Memory observed: Remembering in natural contexts* (pp. 77—91). San Francisco: Freeman.
- Loftus, E. F. & Marburger, W. (1983). Since the eruption of Mt. St. Helens, has anyone beaten you up? *Memory and Cognition*, 11, 114—120.
- Means, B., Mingay, D. J., Nigam, A. & Zarrow, M. (1988). A cognitive approach to enhancing health survey reports of medical visits. In M. M. Gruneberg, P. E. Morris & R. N. Sykes (Eds.) (1988). *Practical aspects of memory: Current research and issues* (Vol. 1, pp. 537—542). Chichester: Wiley.

- Nebel, A., Strack, F. & Schwarz, N. (1989). Tests als Treatment: Wie die psychologische Messung ihren Gegenstand verändert. *Diagnostica*, 35, 191—200.
- Neisser, U. (Ed.) (1982). *Memory observed*. San Francisco: Freeman.
- Ostrom, T. M. & Upshaw, H. S. (1968). Psychological perspective and attitude change. In A. C. Greenwald, T. C. Brock & T. M. Ostrom, Eds., *Psychological foundations of attitudes*. New York: Academic Press.
- Ottati, V. C., Riggle, E. J., Wyer, R. S., Schwarz, N. & Kuklinski, J. (1989). The cognitive and affective bases of opinion survey responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 404—415.
- Ross, M. (1989). The relation of implicit theories to the construction of personal histories. *Psychological Review*, 96, 341—357.
- Ross, M. & Conway, M. (1986). Remembering one's own past: The construction of personal histories. In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition* (pp. 122—144). New York: Guilford.
- Schuman, H. & Presser, S. (1981). *Questions and answers in attitude surveys*. New York: Academic Press.
- Schwarz, N. (1987a). *Stimmung als Information. Untersuchungen zum Einfluß von Stimmungen auf die Beurteilung des eigenen Lebens*. Heidelberg: Springer.
- Schwarz, N. (1987b). Geschlechtsrollenorientierung und die Einstellung zu Gewalt gegen Frauen: Informationsaktivierung als Alternative zu ex post facto — Versuchsplänen. *Psychologische Rundschau*, 38, 145—154.
- Schwarz, N. (1990). Assessing frequency reports of mundane behaviors: Contributions of cognitive psychology to questionnaire construction. In C. Hendrick & M. S. Clark (Eds.), *Research methods in personality and social psychology* (Review of Personality and Social Psychology, Vol. 11, pp. 98—119). Beverly Hills, CA: Sage.
- Schwarz, N. & Bienias, J. (1990). What mediates the impact of response alternatives on frequency reports of mundane behaviors? *Applied Cognitive Psychology*, 4, 61—72.
- Schwarz, N. & Bless, H. (im Druck). Constructing reality and its alternatives: Assimilation and contrast effects in social judgment. In L. L. Martin & A. Tesser (Eds.), *The construction of social judgment*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Schwarz, N., Bless, H., Bohner, G., Harlacher, U. & Kellenbenz, M. (im Druck). Response scales as frames of reference: The impact of frequency range on diagnostic judgements. *Applied Cognitive Psychology*.
- Schwarz, N. & Brand, J. F. (1983). Effects of salience of rape on self-esteem, trust, and sex role attitudes in nonraped women. *European Journal of Social Psychology*, 13, 71—76.
- Schwarz, N. & Hippler, H. J. (1987). What response scales may tell your respondents. In H. J. Hippler, N. Schwarz, and S. Sudman (Eds.), *Social information processing and survey methodology* (pp. 163—178). New York: Springer Verlag.
- Schwarz, N., Hippler, H. J., Deutsch, B. & Strack, F. (1985). Response categories: Effects on behavioral reports and comparative judgments. *Public Opinion Quarterly*, 49, 388—395.
- Schwarz, N., Hippler, H. J. & Noelle-Neumann, E. (im Druck). A cognitive model of response order effects in survey measurement. In N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Context effects in social and psychological research*. New York: Springer Verlag.
- Schwarz, N. & Scheuring, B. (1988). Judgments of relationship satisfaction: Inter- and intraindividual comparisons as a function of questionnaire structure. *European Journal of Social Psychology*, 18, 485—496.
- Schwarz, N. & Scheuring, B. (im Druck). Die Erfassung gesundheitsrelevanten Verhaltens. In J. Haisch (Hrsg.), *Gesundheitspsychologie. Sozialpsychologische Grundlagen*. Bern: Huber.
- Schwarz, N. & Strack, F. (1981). Manipulating salience: Causal assessment in natural settings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 6, 554—558.
- Schwarz, N. & Strack, F. (im Druck a). Evaluating one's life: A judgment model of subjective well-being. In F. Strack, M. Argyle & N. Schwarz (Eds.), *Subjective well-being*. London: Pergamon.
- Schwarz, N. & Strack, F. (Eds.) (im Druck b). Social cognition and communication: Human judgment in its social context. Special issue of *Social Cognition*.
- Schwarz, N. & Strack, F. (im Druck c). Context effects in attitude surveys: Applying cognitive theory to social research. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 2). Chichester: Wiley.
- Schwarz, N., Strack, F., Hippler, H. J. & Bishop, G. (im Druck). Psychological sources of response effects in surveys: The impact of administration mode. In J. Jobe & E. F. Loftus (Eds.), *Cognitive aspects of survey methodology*. Special issue of *Applied Cognitive Psychology*.
- Schwarz, N., Strack, F. & Mai, H. P. (im Druck). Assimilation and contrast effects in part-whole question sequences: A conversational logic analysis. *Public Opinion Quarterly*.
- Schwarz, N., Strack, F., Müller, G. & Chassein, B. (1988). The range of response alternatives may determine the meaning of the question: Further evidence on informative functions of response alternatives. *Social Cognition*, 6, 107—117.
- Schwarz, N. & Sudman, S. (Eds.) (im Druck a). *Context effects in social and psychological research*. New York: Springer Verlag.

- Schwarz, N. & Sudman, S. (im Druck b). *Autobiographical memory and the validity of retrospective reports*. New York: Springer Verlag.
- Schwarz, N., Wagner, D., Bannert, M. & Mathes, L. (1987). Cognitive accessibility of sex role concepts and attitudes toward political participation: The impact of sexist advertisements. *Sex Roles*, 17, 593—601.
- Sirken, M. G., Mingay, D. J., Royston, P., Bercini, D. & Jobe, J. B. (1988). Interdisciplinary research in cognition and survey measurement. In M. M. Gruneberg, P. E. Morris & R. N. Sykes (Eds.), *Practical aspects of memory* (Vol. 1, pp. 531—536). New York: Wiley.
- Strack, F. (1988). "Social Cognition": Sozialpsychologie innerhalb des Paradigmas der Informationsverarbeitung. *Psychologische Rundschau*, 39, 72—82.
- Strack, F. (im Druck a). Order effects in survey research: Activative and informative functions of preceding questions. In N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Context effects in social and psychological research*. New York: Springer Verlag.
- Strack, F. (im Druck b). *Urteilsprozesse in standardisierten Befragungen*. Heidelberg: Springer Verlag.
- Strack, F., Argyle, M. & Schwarz, N. (Eds.) (im Druck). *Subjective well-being*. London: Pergamon.
- Strack, F. & Martin, L. (1987). Thinking, judging, and communicating: A Process account of context effects in attitude surveys. In H. J. Hippler, N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Social information processing and survey methodology* (pp. 123—148). New York: Springer Verlag.
- Strack, F., Martin, L. L. & Schwarz, N. (1988). Priming and communication: The social determinants of information use in judgments of life-satisfaction. *European Journal of Social Psychology*, 18, 429—442.
- Strack, F., Schwarz, N. & Gschneidinger, E. (1985). Happiness and reminiscing: The role of time perspective, mood, and mode of thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 1460—1469.
- Strack, F., Schwarz, N., Weidner, R., Hippler, G. & Schwarz, R. (1983). Politische Einschüchterung als sozialpsychologisches Problem. In J. Haisch (Ed.), *Angewandte Sozialpsychologie* (pp. 195—210). Bern: Huber.
- Strube, G. (1987). Answering survey questions: The role of memory. In H. J. Hippler, N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Social information processing and survey methodology* (pp. 86—101). New York: Springer Verlag.
- Sudman, S. & Bradburn, N. M. (1974). *Response effects in surveys: A review and synthesis*. Chicago: Aldine.
- Sudman, S. & Schwarz, N. (1989). Contributions of cognitive psychology to advertising research. In "Advertising Measurement"; special issue of: *Journal of Advertising Research*, 29, 43—53.
- Tourangeau, R. (1987). Attitude measurement: A cognitive perspective. In H. J. Hippler, N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Social information processing and survey methodology*. New York: Springer Verlag.
- Tourangeau, R. (im Druck). Attitudes as memory structures: Belief sampling and context effects. In N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Context effects in social and psychological research*. New York: Springer Verlag.
- Tourangeau, R. & Rasinski, K. A. (1988). Cognitive processes underlying context effects in attitude measurement. *Psychological Bulletin*, 103, 299—314.
- Tulving, E. & Press, S. J. (1984). A proposal for the development of a national memory inventory. T. B. Jabine, M. L. Straf, J. M. Tanur & R. Tourangeau (Eds.) (1984). *Cognitive aspects of survey methodology: Building a bridge between disciplines* (pp. 44—60.) Washington, DC: National Academy Press.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5, 207—232.
- Tversky, A. & Griffin, D. (im Druck). On the dynamics of hedonic experience: Endowment and contrast in judgments of well-being. In F. Strack, M. Argyle & N. Schwarz (Eds.), *Subjective well-being*. London: Pergamon.
- Wagenaar, W. A. (1986). My memory: A study of autobiographical memory over six years. *Cognitive Psychology*, 18, 225—252.
- Wyer, R. S. (1974). *Cognitive organization and change: An information processing approach*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Wyer, R. S. & Srull, T. K. (1989). *Memory and cognition in its social context*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

ZUMA-Arbeitsberichte

- 80/15 Gerhard Arminger, Willibald Nagl, Karl F. Schuessler
Methoden der Analyse zeitbezogener Daten. Vortragsskripten der ZUMA-
Arbeitstagung vom 25.09. - 05.10.79
- 81/07 Erika Brückner, Hans-Peter Kirschner, Rolf Porst, Peter Prüfer, Peter
Schmidt
Methodenbericht zum "ALLBUS 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-Textmanipulationspro-
gramm
- 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: Interindi-
vidual differences and the general scale
- 83/11 Rolf Porst
Synopsis der ALLBUS-Variablen. Die Systematik des ALLBUS-Fragenpro-
gramms und ihre inhaltliche Ausgestaltung im ALLBUS 1980 und ALLBUS
1982
- 84/01 Manfred Küchler, Peter Ph. Mohler
Qualshop (ZUMA-Arbeitstagung zum "Datenmanagement bei qualitativen
Erhebungsverfahren") - Sammlung von Arbeitspapieren und -berichten,
Teil I + II
- 84/02 Bernd Wegener
Gibt es Sozialprestige? Konstruktion und Validität der Magnitude-
Prestige-Skala

- 84/03 Peter Prüfer, Margrit Rexroth
Erfahrungen mit einer Technik 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
- 84/07 Gabriele Hippler, Hans-Jürgen Hippler
Reducing Refusal Rates in the Case of Threatening Questions: The "Door-in-the-Face" Technique
- 85/01 Hartmut Esser
Befragtenverhalten als "rationales Handeln" - Zur Erklärung von Antwortverzerrungen in Interviews
- 85/03 Rolf Porst, Peter Prüfer, Michael Wiedenbeck, Klaus Zeifang
Methodenbericht zum "ALLBUS 1984"
- 86/01 Dagmar Krebs
Zur Konstruktion von Einstellungsskalen im interkulturellen Vergleich
- 86/02 Hartmut Esser
Können Befragte lügen? Zum Konzept des "wahren Wertes" im Rahmen der handlungstheoretischen Erklärung von Situationseinflüssen bei der Befragung
- 86/03 Bernd Wegener
Prestige and Status as Function of Unit Size
- 86/04 Frank Faulbaum
Very Soft Modeling: The Logical Specification and Analysis of Complex Process Explanations with Arbitrary Degrees of Underidentification and Variables of Arbitrary Aggregation and Measurement Levels
- 86/05 Peter Prüfer, Margrit Rexroth (Übersetzung: Dorothy Duncan)
On the Use of the Interaction Coding Technique
- 86/06 Hans-Peter Kirschner
Zur Kessler-Greenberg-Zerlegung der Varianz der Meßdifferenz zwischen zwei Meßzeitpunkten einer Panel-Befragung
- 86/07 Georg Erdmann
Ansätze zur Abbildung sozialer Systeme mittels nicht-linearer dynamischer Modelle
- 86/09 Heiner Ritter
Einige Ergebnisse von Vergleichstests zwischen den PC- und Mainframe-Versionen von SPSS und SAS
- 85/11 Günter Rothe
Bootstrap in generalisierten linearen Modellen
- 87/01 Klaus Zeifang
Die Test-Retest-Studie zum ALLBUS 1984 - Tabellenband

- 87/02 Klaus Zeifang
Die Test-Retest-Studie zum ALLBUS 1984 - Abschlußbericht
- 87/04 Barbara Erbslöh, Michael Wiedenbeck
Methodenbericht zum "ALLBUS 1986"
- 87/05 Norbert Schwarz, Julia Bienias
What Mediates the Impact of Response Alternatives on Behavioral Reports?
- 87/06 Norbert Schwarz, Fritz Strack, Gesine Müller, Brigitte Chassein
The Range of Response Alternatives May Determine the Meaning of the Question: Further Evidence on Informative Functions of Response Alternatives
- 87/07 Fritz Strack, Leonard L. Martin, Norbert Schwarz
The Context Paradox in Attitude Surveys: Assimilation or Contrast?
- 87/08 Gudmund R. Iversen
Introduction to Contextual Analysis
- 87/09 Seymour Sudman, Norbert Schwarz
Contributions of Cognitive Psychology to Data Collection in Marketing Research
- 87/10 Norbert Schwarz, Fritz Strack, Denis Hilton, Gabi Naderer
Base-Rates, Representativeness, and the Logic of Conversation
- 87/11 George F. Bishop, Hans-Jürgen Hippler, Norbert Schwarz, Fritz Strack
A Comparison of Response Effects in Self-Administered and Telephone Surveys
- 87/12 Norbert Schwarz
Stimmung als Information. Zum Einfluß von Stimmungen und Emotionen auf evaluative Urteile
- 88/01 Antje Nebel, Fritz Strack, Norbert Schwarz
Tests als Treatment: Wie die psychologische Messung ihren Gegenstand verändert
- 88/02 Gerd Bohner, Herbert Bless, Norbert Schwarz, Fritz Strack
What Triggers Causal Attributions? The Impact of Valence and Subjective Probability
- 88/03 Norbert Schwarz, Fritz Strack
The Survey Interview and the Logic of Conversation: Implications for Questionnaire Construction
- 88/04 Hans-Jürgen Hippler, Norbert Schwarz
"No Opinion"-Filters: A Cognitive Perspective
- 88/05 Norbert Schwarz, Fritz Strack
Evaluating One's Life: A Judgment of Subjective Well-Being
- 88/06 Norbert Schwarz, Herbert Bless, Gerd Bohner, Uwe Harlacher, Margit Kellenbenz
Response Scales as Frames of Reference:
The Impact of Frequency Range on Diagnostic Judgments

- 88/07 Michael Braun
Allbus-Bibliographie (7. Fassung, Stand: 30.6.88)
- 88/08 Günter Rothe
Ein Ansatz zur Konstruktion inferenzstatistisch verwertbarer Indices
- 88/09 Ute Hauck, Reiner Trometer
Methodenbericht
International Social Survey Program - ISSP 1987
- 88/10 Norbert Schwarz
Assessing frequency reports of mundane behaviors:
Contributions of cognitive psychology to questionnaire
construction
- 88/11 Norbert Schwarz, B. Scheuring (sub.)
Judgments of relationship satisfaction: Inter- and intraindividual
comparison strategies as a function of questionnaire structure
- 88/12 Rolf Porst, Michael Schneid
Ausfälle und Verweigerungen bei Panelbefragungen
- Ein Beispiel -
- 88/13 Cornelia Züll
SPSS-X. Anmerkungen zur Siemens BS2000 Version
- 88/14 Michael Schneid
Datenerhebung am PC - Vergleich der Interviewprogramme "interv⁺"
und "THIS"
- 88/15 Norbert Schwarz, Bettina Scheuring
Die Vergleichsrichtung bestimmt das Ergebnis
von Vergleichsprozessen:
Ist - Idealdiskrepanzen in der Partnerwahrnehmung
- 89/01 Norbert Schwarz, George F. Bishop, Hans-J. Hippler, Fritz Strack
Psychological Sources Of Response Effects in Self-Administered
And Telephone Surveys
- 89/02 Michael Braun, Reiner Trometer, Michael Wiedenbeck,
Methodenbericht. Allgemeine Bevölkerungsumfrage der
Sozialwissenschaften - ALLBUS 1988 -
- 89/03 Norbert Schwarz
Feelings as Information:
Informational and Motivational Functions of Affective States
- 89/04 Günter Rothe
Jackknife and Bootstrap:
Resampling-Verfahren zur Genauigkeitsschätzung
von Parameterschätzungen
- 89/05 Herbert Bless, Gerd Bohner, Norbert Schwarz und Fritz Strack
Happy and Mindless?
Moods and the Processing of Persuasive Communications
- 89/06 Gerd Bohner, Norbert Schwarz und Stefan E. Hormuth
Die Stimmungs-Skala: Eine deutsche Version des "Mood Survey"
von Underwood und Froming

- 89/07 Ulrich Mueller
Evolutionary Fundamentals of Social Inequality, Dominance
and Cooperation
- 89/08 Robert Huckfeldt
Noncompliance and the Limits of Coercion:
The Problematic Enforcement of Unpopular Laws
- 89/09 Peter Ph. Mohler, Katja Frehsen und Ute Hauck
CUI - Computerunterstützte Inhaltsanalyse
Grundzüge und Auswahlbibliographie zu neueren Anwendungen
- 89/10 Cornelia Züll, Peter Ph. Mohler
Der General Inquirer III -
Ein Dinosaurier für die historische Forschung
- 89/11 Fritz Strack, Norbert Schwarz, Brigitte Chassein, Dieter Kern,
Dirk Wagner
The Salience of Comparison Standards and the Activation of
Social Norms: Consequences for Judgments of Happiness and their
Communication
- 89/12 Jutta Kreiselmaier, Rolf Porst
Methodische Probleme bei der Durchführung telefonischer
Befragungen: Stichprobenziehung und Ermittlung von Zielpersonen,
Ausschöpfung und Nonresponse, Qualität der Daten.
- 89/13 Rainer Mathes
Modulsystem und Netzwerktechnik.
Neuere inhaltsanalytische Verfahren zur Analyse von
Kommunikationsinhalten.
- 89/14 Jutta Kreiselmaier, Peter Prüfer, Margrit Rexroth
Der Interviewer im Pretest.
Evaluation der Interviewerleistung und Entwurf eines
neuen Pretestkonzepts. April 1989.
- 89/15 Henrik Tham
Crime as a Social Indicator.
- 89/16 Ulrich Mueller
Expanding the Theoretical and Methodological Framework of
Social Dilemma Research
- 89/17 Hans-J. Hippler, Norbert Schwarz, Elisabeth Noelle-Neumann
Response Order Effects in Dichotomous Questions:
The Impact of Administration Mode
- 89/18 Norbert Schwarz, Hans-J. Hippler, Elisabeth Noelle-Neumann,
Thomas Münkler
Response Order Effects in Long Lists:
Primacy, Recency, and Asymmetric Contrast Effects
- 89/19 Wolfgang Meyer
Umweltberichterstattung in der Bundesrepublik Deutschland
- 89/20 Michael Braun, Reiner Trometer
ALLBUS Bibliographie (8. Fassung, Stand: 30.6. 1989)

- 89/21 Günter Rothe
Gewichtungen zur Anpassung an Statusvariablen.
Eine Untersuchung am ALLBUS 1986
- 89/22 Norbert Schwarz, Thomas Münkel, Hans-J. Hippler
What determines a "Perspective"?
Contrast Effects as a Function of the Dimension
Tapped by Preceding Questions
- 89/23 Norbert Schwarz, Andreas Bayer
Variationen der Fragenreihenfolge als Instrument
der Kausalitätsprüfung: Eine Untersuchung zur Neu-
tralisationstheorie devianten Verhaltens
- 90/01 Norbert Schwarz, Fritz Strack, Hans-Peter Mai
Assimilation and Contrast Effects in Part-Whole
Question Sequences:
A Conversational Logic Analysis
- 90/02 Norbert Schwarz, Fritz Strack, Hans-J. Hippler, George Bishop
The Impact of Administration Mode on Response Effects in
Survey Measurement
- 90/03 Norbert Schwarz, Herbert Bless, Gerd Bohner
Mood and Persuasion: Affective States Influence the
Processing of Persuasive Communications
- 90/04 Michael Braun, Reiner Trometer
ALLBUS-Bibliographie 90
- 90/05 Norbert Schwarz, Fritz Strack
Context Effects in Attitude Surveys:
Applying Cognitive Theory to Social Research
- 90/06 Norbert Schwarz, Herbert Bless, Fritz Strack,
Gisela Klumpp, Annette Simons
Ease of Retrieval as Information:
Another Look at the Availability Heuristic