

Was ist sozial erwünscht? Der Grad sozialer Erwünschtheit von Einstellungstests

Krebs, Dagmar

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:

Krebs, D. (1991). *Was ist sozial erwünscht? Der Grad sozialer Erwünschtheit von Einstellungstests*. (ZUMA-Arbeitsbericht, 1991/18). Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen -ZUMA-. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-69010>

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.

Was ist sozial erwünscht?
Der Grad sozialer Erwünschtheit
von Einstellungsitems

Dagmar Krebs

ZUMA-Arbeitsbericht Nr. 91/18

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

1. Einleitung

Ein zentraler Bereich der empirischen Sozialwissenschaften, wenn nicht sogar **der** zentrale Bereich, ist das Messen. Messen ist eine *conditio sine qua non* in der empirischen Sozialforschung. Der Grund hierfür liegt darin, daß die meisten Begriffe, mit denen wir in der empirischen Forschung zu tun haben, subjektiv und trügerisch sind. Das gilt natürlich nicht für alle soziologischen Variablen, obwohl sich selbst solche scheinbar einfachen Begriffe wie Alter, Geschlecht und Einkommen als tückisch erweisen können, je näher man der Aufgabe des Messens kommt. Das gilt aber auf jeden Fall für die Mehrzahl der Schlüsselnbegriffe in den Sozialwissenschaften wie z.B. Einstellungen, Überzeugungen, Wahrnehmungen, Fähigkeiten, Ambitionen, Interessen, Werte usw.. In der Literatur wird der Bereich des Messens oft unter rein technischen Gesichtspunkten im Zusammenhang mit Skalierung und der Konstruktion von Einstellungsskalen abgehandelt. So eng will ich den Begriff hier nicht fassen, sondern den Vorgang des Messens zunächst allgemein beschreiben und dann speziell auf Bedeutung und Arten von Meßfehlern eingehen.

2. Messen und Meßfehler: wahre und beobachtete Werte

Das Messen soziologischer und sozialpsychologischer Variablen impliziert einen theoretischen und einen methodischen Bereich. Messen ist definiert als die Zuordnung von Zahlen zu Beobachtungen unter Beachtung bestimmter Regeln. Messen ohne inhaltliche Theorie ist nicht möglich. Dem Messen geht immer die Formulierung von Hypothesen voraus. Diese führen zu Beobachtungen, dem empirischen Relativ, die in Zahlen, das numerische Relativ, überführt werden. Diese Transformation basiert auf Vorschriften, die den Regeln der Isomorphie oder wenigstens der Homomorphie entsprechen müssen und die der Anforderung der Bedeutungsäquivalenz von Relationen im empirischen und numerischen Relativ genügen müssen. Mit anderen Worten: die adäquate Repräsentation von Inhalten in Zahlen wird durch die Anwendung bestimmter Korrespondenzregeln gewährleistet.

Bei aller Sorgfalt in der theoretischen Konzeption, der Formulierung von Hypothesen, der Operationalisierung und der Ableitung von Korrespondenzregeln läßt sich jedoch ein gewisser Fehler in der Messung nicht ganz vermeiden. Dieser Meßfehler bringt die Differenz zwischen der beobachtbaren und der nicht beobachtbaren Variablen zum Ausdruck. Im einfachsten Fall kann man sich die beobachtete Variable, also die Antwort eines Befragten, als eine lineare Funktion der dieser Antwort zugrunde liegenden, nicht beobachtbaren "wahren" Variablen und des Meßfehlers vorstellen, wobei der Meßfehler sich als Differenz zwischen beobachtetem und "wahrem" Wert ergibt. Der "wahre" Wert ist dabei nicht im Sinne von Wahrheit zu verstehen, sondern ist definiert als der Erwartungswert, d.h. als der Wert, der zu erwarten wäre, wenn man die Messung unendlich viele Male wiederholen würde. Dabei wird angenommen, daß der Erwartungswert für die eine beobachtete Variable gleich ihrem wahren Wert ist. Der Erwartungswert des Fehlers ist dann gleich Null, da der wahre Wert ja fehlerfrei ist. Häufig besteht jedoch berechtigter Grund zu der Annahme, daß ein **systematischer Meßfehler** vorliegt, der gegen diese Annahmen verstößt. Bei einer systematischen Verzerrung kann aber nicht mehr davon ausgegangen werden, daß bei einer unendlichen Wiederholung der Messungen der beobachtete Wert gleich dem wahren Wert ist, da ja in jeder Meßwiederholung der systematische Fehler enthalten ist.

Da diese Fehler die Überprüfung von Theorien erschweren, wenn nicht sogar unmöglich machen können, sind Methoden zur Feststellung und Behandlung systematischer Verzerrungen von existentieller Notwendigkeit für die empirische Sozialforschung. Solche systematischen Meßfehler werden in der Umfrageforschung durch Verzerrungen des Antwortverhaltens hervorgerufen, die auf **Antwortmuster** zurückzuführen sind, deren prominentestes die Tendenz des Befragten ist, unabhängig vom Inhalt der Fragen sozial erwünschte Antworten zu geben.

3. Soziale Erwünschtheit: Überblick über das Problem

Soziale Erwünschtheit als Quelle der Verzerrung von Antworten wurde wissenschaftlich zuerst in der Psychologie und dort im Bereich der Persönlichkeitsforschung untersucht. Zu nennen sind hier vor allem die Arbeiten von *Edwards (1957)*, der auf Grund der Ergebnisse von Persönlichkeitsfragebögen die Vermutung äußerte, daß Personen bei der Beantwortung dieser Bögen dazu tendieren, zu "lügen", indem sie bei der Selbstbeschreibung ihre positiven Persönlichkeitsmerkmale im Vergleich zu den negativen überschätzen. Inzwischen gehört es in der empirischen Sozialforschung zum common sense, daß bei jeglicher Art der Selbstbeschreibung Verzerrungen, also Abweichungen vom wahren Wert auftreten, die durch die Tendenz der Befragten, sich selbst in einem positiven Licht darzustellen, bedingt sind. Theoretisch wird diese Tendenz aus einem allgemeinen Bedürfnis nach sozialer Anerkennung abgeleitet. Die Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben, wird in der Psychologie als Persönlichkeitsmerkmal definiert und ist so der empirische Referent des nicht direkt beobachtbaren Bedürfnisses nach sozialer Anerkennung. In den Skalen zur Messung dieses Bedürfnisses wird die Tendenz zur Abgabe sozial erwünschter Antworten durch Items erfaßt, die positive Eigenschaften umschreiben, die für die meisten Menschen üblicherweise nicht zutreffen bzw. durch Items, die negative Eigenschaften umschreiben, die in der Mehrzahl der Fälle für die meisten Menschen zutreffen. Ein Beispiel für eine derartige Skala ist die von *Marlowe & Crowne (1960)* entwickelte Skala zur Messung der sozialen Erwünschtheit. Durch die Bejahung der positiven und die Verneinung der negativen Eigenschaften kann jeder befragten Person ein Wert für das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung bzw. das Bedürfnis, sich selbst in einem positiven Licht darzustellen, zugewiesen werden. Der Summenwert dieser Skalen wird dazu benutzt, das Ausmaß der durch soziale Erwünschtheit verursachten Verzerrung im Antwortverhalten auf Einstellungsfragen statistisch zu kontrollieren.

4. Soziologische Sichtweise der sozialen Erwünschtheit

Vom soziologischen Standpunkt aus wird das Antwortmuster der sozialen Erwünschtheit interessant, wenn es um die Frage geht, inwiefern Einstellungsunterschiede zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen auf eine möglicherweise subkulturspezifische Tendenz zu sozial erwünschten Antworten zurückzuführen sind. Diese Sichtweise impliziert nicht mehr das Bedürfnis, die eigene Person in einem möglichst positiven Licht darzustellen, sondern das Bedürfnis, in Meinungen und Einstellungen möglichst konform mit der subjektiv wahrgenommenen Mehrheitsmeinung in einer Gesellschaft, einer Subgruppe oder einer Bezugsgruppe zu sein. Insofern geht die soziologische Betrachtung der sozialen Erwünschtheit von einer subkulturspezifischen Motivation zur Konformität mit sozialen Normen aus. Wichtig sind hier vor allen Dingen die Inhalte, die in den Einstellungsitems angesprochen werden. Alle Empfindungen, Ansichten, Denk- oder Verhaltensweisen, die in Einstellungsitems beschrieben werden, sind mit sozialen Normen assoziiert, die die Billigung oder Mißbilligung, die die Gesellschaft diesen Verhaltensweisen zuschreibt, reflektieren. Diese Normen gelten jedoch nicht nur für konkretes, sondern auch für verbal berichtetes Verhalten. Insofern regulieren die Normen, die im Iteminhalt implizit enthalten sind, das Antwortverhalten. Soziale Erwünschtheit drückt sich dann in der Zustimmung zu solchen Items aus, die gesellschaftlich gebilligte Verhaltensweisen beschreiben und entsprechend in der Ablehnung solcher Items, die gesellschaftlich nicht gebilligte Verhaltensweisen zum Inhalt haben. Die Tendenz, sozial erwünschte Antworten in einer Interviewsituation zu geben wird hier als habituelles Verhalten angesehen, das in Abhängigkeit vom Inhalt der Fragen aktiviert wird. Soziale Erwünschtheit stellt sich in dieser Perspektive als ein Antwortverhalten dar, das situations- und inhaltsabhängig ist und zwischen gesellschaftlichen Subgruppen variieren kann.

Vom Standpunkt einer "rational choice" Perspektive, die Verhalten allgemein und damit auch das Antwortverhalten als einen bewußt ablaufenden entscheidungsprozeß ansieht, könnte eingewendet werden, daß die allgemein gültige "conversational norm", in einer Befragungssituation im allgemeinen die Wahrheit zu sagen, die Tendenz zur Abgabe sozial erwünschter Antworten

nicht aufkommen läßt (Esser, 1986). Der kognitive Prozeß, die Konversionsnorm zu verletzen, um verbal Konformität mit einer subjektiv perzipierten subkulturellen Norm zum Ausdruck zu bringen, erscheint in der Tat reichlich kompliziert und an den Haaren herbei gezogen. Geht man jedoch davon aus, daß die Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben, in Abhängigkeit von den jeweiligen Inhalten habituell erfolgt, dann reduziert sich der kognitive Prozeß auf einen durch Erfahrung und/oder Gewohnheit erworbenen Mechanismus. Wichtig ist dann die Klärung der Frage, welche situativen und/oder inhaltlichen Stimuli diesen habituellen Antwortmechanismus in Gang setzen.

Die Verzerrung des Antwortverhaltens, die durch soziale Erwünschtheit entsteht, basiert auf unterschiedlichen theoretischen Annahmen je nachdem ob man von psychologischer oder von soziologischer Seite an das Problem herangeht. Die inhaltliche Theorie ist aber von zentraler Bedeutung für die Festlegung dessen, was gemessen werden soll. Dies zeigt sich vor allen Dingen in der Operationalisierung. Und hier weist sowohl die Psychologie als auch die Soziologie Defizite der Art auf, daß keineswegs klar operational definiert wird, was soziale Erwünschtheit eigentlich sein soll. Dieser Mangel an Definition ist sicherlich als Ursache dafür anzusehen, daß soziale Erwünschtheit in der empirischen Sozialforschung vorrangig als eine ex post Erklärung und als Interpretationshilfe für nicht erwartete Ergebnisse benutzt wird.

Um die Operationalisierung der sozialen Erwünschtheit sowie die Quantifizierung der durch dieses Antwortmuster bedingten Verzerrung und damit die meßtheoretische Behandlung dieser Verzerrung zu beschreiben, werden im folgenden die Ergebnisse von zwei aufeinander aufbauenden Studien vorgestellt. Gegenstand der ersten Studie ist die Konstruktion einer Skala zur Messung der Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben. Aus den Ergebnissen dieser Studie ergab sich die Notwendigkeit, in einer weiteren Studie empirisch zu ermitteln, was soziale Erwünschtheit ist, bzw. was von den Befragten als sozial erwünscht angesehen wird.

5. Konstruktion und Ergebnisse einer Skala zur Messung der Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben

Die Skala zur Messung der Tendenz, sozial erwünscht zu antworten, (responding desirably: RD) wurde von *Schuessler, (1982)* konstruiert. Mit dieser Skala soll die Neigung zur Übereinstimmung mit gesellschaftlich anerkannten Wertvorstellungen gemessen werden. Dabei wurde davon ausgegangen, daß diese Neigung in der Äußerung von sozial allgemein anerkannten und akzeptierten (und deshalb als sozial erwünscht eingeschätzten) Ansichten und Überzeugungen zum Ausdruck kommt.

Die zentralen Kriterien bei der Konstruktion der Skala waren inhaltliche Vielfalt, Extremität der Skalenwerte und niedrige Streuungen der Skalenwerte, die auf der Basis einer Beurteilung der Items nach dem Grad ihrer sozialen Erwünschtheit berechnet wurden. Auf die Methode der Beurteilung wird weiter unten näher eingegangen. Hohe und niedrige Skalenwerte für das Ausmaß der Erwünschtheit von Einstellungsitems kennzeichnen die Endpunkte einer als Kontinuum gedachten Dimension sozialer Erwünschtheit. Niedrige Streuungen indizieren die Übereinstimmung in der Beurteilung der Items. Inhaltliche Vielfalt sollte in einer Erwünschtheitsskala deshalb gegeben sein, weil die Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben, praktisch immer mit der Reaktion auf Iteminhalte konfundiert ist, ein Faktum, das durch inhaltliche Monotonie verstärkt, durch die Diversifikation der Inhalte jedoch abgeschwächt wird. Ganz ausschalten läßt sich diese Konfundierung jedoch nicht.

Die so konstruierte RD-Skala stellt einen ersten Versuch dar, soziale Erwünschtheit mit Hilfe von Einstellungsitems zu messen. Die Skala bestand ursprünglich aus 16 Items, wurde jedoch in der deutschen Replikation (*Krebs & Schuessler, 1987*) auf 10 Items mit sozial erwünschten und sozial unerwünschten Inhalten reduziert.

Zustimmung zu sozial erwünschten und Ablehnung sozial unerwünschter Inhalte wird mit 1 bewertet, so daß ein hoher Summenwert eine starke Tendenz zur Abgabe sozial erwünschter Antworten, ein niedriger Wert dagegen eine gering ausgeprägte Tendenz zu sozialer Erwünschtheit indiziert. Die Itemformulierungen und -kennwerte sind in Tabelle 1 aufgeführt.

Der Zusammenhang von sozialen Hintergrundvariablen mit sozialer Erwünschtheit zeigt, daß dieses Antwortmuster in der Gesellschaft nicht einheitlich verteilt ist. Die Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben ist bei Männern und Frauen gleichermaßen ausgeprägt, variiert aber mit Alter, Schulbildung, Einkommen und Familienstand (Tabelle 2). Die Gruppen der jüngsten (18-29 Jahre) und der ältesten (60 + Jahre) Befragten haben die niedrigsten Erwünschtheitswerte, während die mittleren Altersgruppen (30-44 Jahre und 45-59 Jahre) deutlich stärkere Tendenzen zu diesem Antwortmuster aufweisen. Personen der Altersgruppe der 18-29jährigen zeigen wenig Bereitschaft zu gesellschaftlich anerkannten Antworten, weil sich bei ihnen auf Grund mangelnder Erfahrung mit den gesellschaftlichen Zuständen noch kein habituelles Verhalten der Übereinstimmung mit den allgemein anerkannten Wertvorstellungen herausgebildet hat. Die Gruppe der über 60jährigen Personen zeigen gleichfalls wenig Bereitschaft, gesellschaftliche Wertvorstellungen in ihren Antworten zu bestätigen, weil es für sie nicht mehr wichtig oder notwendig ist, sozial erwünschte Antworten abzugeben. Diese Altersgruppe - ebenso wie die der 18-29jährigen - profitiert weniger vom status quo als die beiden mittleren Altersgruppen, die die höchsten Werte auf der RD-Skala erzielen. Mit steigender Schulbildung und steigendem Einkommen nimmt die Tendenz zu sozialer Erwünschtheit zu und ist bei den Verheirateten am höchsten ausgeprägt.

Exkurs: Betrachtet man im Vergleich dazu den Zusammenhang zwischen sozialen Hintergrundvariablen und der Marlowe-Crowne (MC)-Skala, so wird die Bedeutung der Unterschiedlichkeit in der Konzeptualisierung der sozialen Erwünschtheit deutlich: zwischen dem Alter und den Werten der MC-Skala ist eine lineare Beziehung beobachtbar, die anzeigt, daß die Tendenz, die eigene Person in einem positiven Licht darzustellen, mit zunehmendem Alter steigt.

Tabelle 2: Ergebnisse der einfaktoriellen Varianzanalysen für die MC- und RD-Skala mit sozio-demographischen Merkmalen als unabhängigen Variablen: Kategorienmittelwerte und pro Variable erklärte Varianzanteile (PEV) für die deutsche (GE: N=2003) und die amerikanische (AM: N=1522) Stichprobe.

Unabhängige Variable	MC		RD	
	GE	AM	GE	AM
ALTER				
18-29	4.91	5.44	7.19	7.77
30-44	5.28	6.12	7.46	8.03
45-59	5.94	6.82	7.24	8.00
60+	6.59	7.48	6.93	7.66
PEV	.10	.09	.01	.01
GESCHLECHT				
männlich	5.42	6.21	7.31	7.94
weiblich	5.88	6.56	7.13	7.83
PEV	.01	.01	.00	.00
SCHULBILDUNG				
niedrig	6.00	7.33	6.97	7.22
mittel	5.42	6.59	7.52	7.39
-	-	6.59	-	8.09
hoch	4.92	5.59	7.53	8.35
PEV	.04	.06	.03	.08
FAMILIENSTAND				
verheiratet	5.77	6.43	7.46	8.07
verwitwet	6.82	7.31	6.66	7.46
geschieden	5.28	6.45	6.57	7.40
ledig	4.99	5.45	7.09	7.69
PEV	.07	.04	.04	.03
EINKOMMEN				
niedrig	5.54	6.77	6.87	6.85
	6.00	6.56	6.68	7.60
	6.00	6.57	7.03	7.97
	5.78	6.03	7.28	8.38
hoch	5.37	5.92	7.76	8.47
PEV	.02	.02	.05	.12
ERWERBSSTATUS				
erwerbstätig	5.45	6.14	7.43	8.06
nicht erwerbst.	5.87	6.75	7.03	7.64
PEV	.01	.02	.02	.02
HAUSHALTSGRÖSSE				
1 Person	5.90	6.95	6.70	7.63
2 u. mehr Pers.	5.60	6.32	7.39	7.93
PEV	.00	.01	.04	.01

Diese Zusammenhänge der Tendenz, Antworten zu geben, die in der subjektiven Wahrnehmung der Befragten im Einklang mit allgemein anerkannten Wertvorstellungen stehen, mit sozio-demographischen Variablen verdeutlichen, daß das Antwortmuster der sozialen Erwünschtheit eine ärgerliche Störgröße bei der Messung von Werten, Einstellungen und Überzeugungen sein kann, die sich besonders dann auswirkt, wenn es um die Feststellung der Effekte sozio-demographischer Merkmale auf Einstellungen geht. Gerade wenn die sozio-demographischen Variablen sowohl auf die Einstellungen als auch auf die Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben "wirken", ist es notwendig, die Effekte sozialer Hintergrundvariablen auf Einstellungen um den Einfluß zu bereinigen, den die soziale Erwünschtheit hat. Diese Bereinigung erfolgt dadurch, daß das Antwortmuster, d.h. die Werte der Rd-Skala als statistische Kontrollgröße in die Analyse des Zusammenhanges von Befragtenmerkmalen und Einstellungen einbezogen werden.

Tabelle 3 gibt exemplarisch das Ergebnis einer einfaktoriellen Varianzanalyse mit der unabhängigen Variable Einkommen, der abhängigen Variable Optimismus und der statistischen Kontrollgröße soziale Erwünschtheit als Kovariate wieder. Spalte 1 gibt Auskunft über die Variation euphorischer Stimmungen in Abhängigkeit von der Variation der Einkommenshöhe. Personen mit hohem Einkommen äußern im Durchschnitt ein höheres Ausmaß an Optimismus (niedrige Mittelwerte) als Personen mit niedrigem Einkommen. Der F-Wert von 21.97 reflektiert die Diskrepanz zwischen den beobachteten und den unter Annahme der Null-Hypothese erwarteten Mittelwerten in den einzelnen Einkommensgruppen. Der F-Wert dient hier nicht zur Schätzung von Vertrauensintervallen, sondern zur Beschreibung des "goodness of fit" alternativer Modellspezifikationen. Da der F-Wert unter der Annahme der Null-Hypothese, (daß die Variation der unabhängigen Variablen keine Variation in der abhängigen Variablen bewirkt), berechnet wird, indiziert ein hoher F-Wert die Widerlegung der Null-Hypothese aber gleichzeitig die Übereinstimmung des spezifizierten Modells mit den beobachteten Daten. Betrachtet man nur die Werte in Spalte 1, dann ergibt sich, daß der Grad des Optimismus eng mit der Höhe des Einkommens verbunden, wenn nicht sogar vom Einkommen abhängig ist.

Spalte 2 enthält die Werte, die sich ergeben wenn man die soziale Erwünschtheit, gemessen mit Hilfe der RD-Skala, statistisch kontrolliert. Die Unterschiede zwischen den einzelnen Einkommensgruppen werden geringer. Der F-Wert ist gegenüber Spalte 1 deutlich reduziert, was für die Null-Hypothese (die Variation der Einkommenshöhe bewirkt keine Variation in der Ausprägung optimistischer Stimmung) aber gegen das spezifizierte Modell spricht. Die Reduktion des F-Wertes ist inhaltlich so zu interpretieren, daß das unterschiedliche Ausmaß an Optimismus in der verschiedenen Einkommensgruppen nicht ausschließlich als Effekt der Variation der Einkommenshöhe sondern zum Teil als Effekt der mit der Einkommenshöhe variierenden Tendenz zu sozial erwünschten Antworten anzusehen ist. Die Abhängigkeit des Optimismus von der Einkommenshöhe wird durch die Konstanzhaltung der sozialen Erwünschtheit zwar verringert, aber nicht aufgehoben.

In diesem Beispiel verringert die Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben, die Stärke der Beziehung zwischen einem Befragtenmerkmal und einer Einstellung. Es ist aber ebensogut denkbar, daß soziale Erwünschtheit - oder andere Antwortmuster - die substanzwissenschaftlichen Relationen verstärken.

Tabelle 3 : Ergebnisse der Kovarianzanalyse der SLF-Skala 6 (Optimismus) mit der unabhängigen Variablen Einkommen und der RD-Skala als Kovariable

Einkommen	Kategorien Mittelwerte	RD
1 niedrig	1.81	1.68
2	2.05	1.83
3	1.41	1.36
4	1.17	1.25
5 hoch	0.88	1.20
F-Wert*	21.97 df = 4	9.57 df = 5

* Der F-Wert ist hier nicht als inferenzstatistische Prüfgröße, sondern als mathematischer Index für die Güte der Modellanpassung zu interpretieren.

...

6. Das Ausmaß der sozialen Erwünschtheit des Inhaltes von Einstellungsitems

Wie oben beschrieben, erfolgte die Konstruktion der RD-Skala auf der Basis von Skalenwerten für soziale Erwünschtheit. Diese Skalenwerte sind das Ergebnis der Einschätzung von Einstellungsitems auf einer Dimension der sozialen Erwünschtheit. Auf diese Weise kann man die Definition sozial erwünschter Inhalte von den Befragten erhalten, was sicher realistischer ist als eine vom Forscher selbst vorgenommene Bestimmung dessen, was als sozial erwünscht angesehen wird. Diese Art des Vorgehens ist keineswegs neu. Schon *Edwards (1957)* versuchte die soziale Erwünschtheit von Items in Persönlichkeitsfragebögen zu ermitteln, indem er die Items auf einer Erwünschtheitsdimension einschätzen ließ. Diese Dimension definierte er als ein Kontinuum, mit den Endpunkten sozial sehr bzw. sozial überhaupt nicht erwünscht mit einem neutralen Mittelpunkt. Zur Beurteilung der Items wurde eine 9-Punkte Skala verwendet, auf deren Basis die Skalenwerte für den Grad der Erwünschtheit jedes Items berechnet wurden.

Eine analoges Vorgehen wählte *Schuessler (1982)* bei der Konstruktion der RD-Skala. Allerdings wurde die Einschätzung nur von den amerikanischen Befragten vorgenommen.

In der Pilot-Studie zur Feststellung der Variation der Wahrnehmung dessen, was als sozial erwünscht angesehen wird, deren erste Ergebnisse hier vorgestellt werden, wird eine Einschätzung der Items auch von deutschen Befragten abgegeben. Im Rahmen dieser Pilot-Studie werden die Inhalte von sozialer Erwünschtheit unter einer operationalen Definition erhoben, die trotz der Vielzahl von Arbeiten, die zu diesem Thema durchgeführt worden sind, nicht existiert.

Zwei **operationale Definitionen** sind denkbar:

1. Soziale Erwünschtheit kann definiert werden als die Auffassung des Beurteilers darüber, in welchem Ausmaß die in den einzelnen Items beschriebenen Denk- und Verhaltensweisen von der Mehrheit a) der Gesellschaft oder b) der Bezugsgruppe der Beurteiler akzeptiert werden. Hinsichtlich der Bezugsgruppe muß diese Definition jedoch noch

spezifiziert werden da die Akzeptanz von Verhaltensweisen in Abhängigkeit von Berufszugehörigkeit, Alter, Geschlecht und Schulbildung variieren kann.

2. Soziale Erwünschtheit kann definiert werden als die Auffassung des Beurteilers darüber, was seiner Ansicht nach **erwünscht ist** oder **sein sollte**. Der Beurteiler soll unter dieser Definition angeben, inwiefern er selbst es für wünschenswert hält, daß die Mehrheit der Gesellschaftsmitglieder den in den Items beschriebenen Inhalten (Verhaltensweisen, Einstellungen) zustimmt.

In der Pilot-Studie ist mit dieser letztgenannten Definition gearbeitet worden. Mit dieser Definition wird konkret angegeben, was die Bedeutung von sozial erwünscht sein soll. Dem Befragten wird mitgeteilt, welche Operation er der Beurteilung zugrunde legen soll. Edwards gab seinen Beurteilern lediglich die Instruktion, die Items als sozial erwünscht oder sozial nicht erwünscht einzuschätzen. Ähnlich wurde bei der Konstruktion der RD-Skala verfahren, indem die Beurteiler angewiesen wurden, einzuschätzen, welche Verhaltensweisen sie als sozial erwünscht "in others" ansehen würden. Im Gegensatz dazu wird hier konkret gesagt, was mit "sozial erwünscht" gemeint ist: nämlich der eigene Wunsch, daß die Mehrheit der Gesellschaftsmitglieder den Iteminhalten zustimmt.

Die Befragten wurden in einer Instruktion explizit darauf hingewiesen, daß sie nicht ihre persönliche Zustimmung oder Ablehnung im Sinne einer Selbstbeschreibung, sondern ein **Urteil über die soziale Erwünschtheit jedes einzelnen Items** abgeben sollten.

7. Design und erste Ergebnisse der Pilot-Studie

Die Studie ist als vergleichende Studie angelegt. Verglichen werden die Erwünschtheitsurteile von kanadischen und deutschen Studenten. Es wurde keine systematische Stichprobe gezogen. Die Studenten füllten den Fragebogen in den Hörsälen im Anschluß an die regulären Vorlesungen aus. Als Anreiz für die Mitarbeit wurde den Studenten eine Belohnung in Form einer kleinen Tafel Ritter Sport Schokolade angeboten. Diese Belohnung ist natürlich nur

...

symbolischer Natur, sie sollte den Studenten jedoch zeigen, daß wir ihre Bereitschaft zur Kooperation - wenn auch mit geringen Mitteln - honorieren.

Die Entscheidung, international vergleichend zu arbeiten, basiert auf der Hypothese, daß unterschiedliche kulturelle Gruppen unterschiedliche Erwünschtheitsurteile abgeben. Ideal wäre für diese Fragestellung eine repräsentative Bevölkerungsumfrage innerhalb jeder der beiden Nationen, was sowohl einen intra- als auch einen interkulturellen Vergleich ermöglichen würde. Da die finanzielle Situation derzeit eine solche Untersuchung nicht erlaubt, versuche ich den Mangel an Heterogenität in der Studentengruppe durch die Befragung zweier homogener Studentengruppen aus zwei unterschiedlichen Nationen auszugleichen. Geplant ist eine nächste Stufe dieser Untersuchung, in der neben kanadischen auch amerikanische, italienische sowie Studenten aus der DDR befragt werden. Dieser Teil der Studie wird im Herbst diesen Jahres anlaufen.

Viel Mühe wurde auf die Gewährleistung der Bedeutungsäquivalenz der Items verwendet. Die Items wurden einem Prozeß der Hin- und Rückübersetzung unterzogen, wobei ich mit einer Sprachwissenschaftlerin zusammengearbeitet habe, die sowohl als "bi-lingual" als auch als "bi-cultural" angesehen werden kann. Auch die Instruktion zum Fragebogen wurde dieser Behandlung unterzogen.

Die Mehrzahl der 114 Einstellungsitems wurde im Hinblick auf das Ausmaß ihrer sozialen Erwünschtheit konsistent beurteilt. Die Skalenwerte liegen außerhalb des neutralen Wertebereiches, so daß man erwünschte von unerwünschten Inhalten trennen kann. Bemerkenswert ist die geringe Variation der Einschätzungen, was ein beachtliches Maß an Sicherheit im Urteil über sozial erwünschte bzw. unerwünschte Verhaltensweisen reflektiert.

Tabelle 4: Häufigkeiten der neutralen (unentschiedenen) Einschätzung der sozialen Erwünschtheit von Einstellungsitems und Korrelation der Urteile in den Befragten Gruppen

Subgruppenunterschiede bei 114 Items

	4.5-5.5 % SDSVs	Korrelation SDSVs
GER N=91	12.2	
CAN N=46	9.6	.95
GER m	13.1	
GER w	9.6	.96
CAN m	12.2	
CAN w	7.8	.95

Korrelationen der SDSVs zw. Subgruppen bei 114 Items

	GER w	CAN m	CAN w
GER m	.96	.93	.95
GER w		.91	.93
CAN m			.95

Tabelle 4 zeigt die geringen Häufigkeiten der neutralen Urteile für beide Nationengruppen. Die relativen Häufigkeiten unterscheiden sich zwischen den einzelnen Gruppen nur geringfügig, d.h. daß es keine drastischen Unterschiede in der Gesamtbeurteilung der Items gibt. Der Vergleich zwischen männlichen und weiblichen Urteilern zeigt, daß Frauen eher zu einer dezidierten Entscheidung über das, was als erwünscht oder unerwünscht anzusehen ist tendieren als Männer, die häufiger zu einem neutralen Urteil neigen. Die

3. es ist für die deutschen Studenten nicht so wichtig, was andere denken, deshalb haben sie keine dezidierten Urteile darüber, welche Denk- und Verhaltensweisen sie sich bei anderen wünschen würden.

Dies sind Vermutungen, die sich aus den bisher vorliegenden Daten ableiten lassen, die aber im weiteren Verlauf der Studie und in daran anschließenden Arbeiten geprüft und sicher noch modifiziert werden müssen.

Literatur

Edwards, A.L., 1957. The Social Desirability Variable in Personality Assessment and Research. New York, Holt Rinehart & Winston.

Esser, H., 1986. Können Befragte lügen? Zum Konzept des "wahren Wertes" im Rahmen der handlungstheoretischen Erklärung von Situationseinflüssen bei der Befragung. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 38, 314-336.

Marlowe, D & Crowne, D.P., 1960. A new scale of social desirability independent of psychopathology. Journal of Consulting Psychology, 24, 349-354.

Schuessler, K.F., 1982. Measuring Social Life Feelings. San Francisco, Jossey-Bass.

Krebs, D & Schuessler K.F., 1987. Soziale Empfindungen. Ein interkultureller Skalenvergleich bei Deutschen und Amerikanern. Frankfurt/New York, Campus.

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 Ant-
wortverzerrungen 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
- 86/11 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 Saliency 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 Münkler, 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
- 90/07 Norbert Schwarz, Fritz Strack, Hans-J. Hippler
Kognitionspsychologie und Umfrageforschung:
Themen und Befunde eines interdisziplinären Forschungsgebietes
- 90/08 Norbert Schwarz, Hans-J. Hippler
Response Alternatives:
The Impact of their Choice and Presentation Order
- 90/09 Achim Koch
Externe Vergleichsdaten zum ALLBUS 1984, 1986, 1988.
- 90/10 Norbert Schwarz, Bärbel Knäuper, Hans-J. Hippler,
Elisabeth Noelle-Neumann, Leslie Clark
Rating Scales:
Numeric Values May Change the Meaning of Scale Labels
- 91/01 Denis J. Hilton
Conversational Inference and Rational Judgment

- 91/02 Denis J. Hilton
A Conversational Model of Causal Explanation
- 91/03 Joseph P. Forgas
Mood Effects on Interpersonal Preferences:
Evidence for Motivated Processing Strategies
- 91/04 Joseph P. Forgas
Affective Influences on Interpersonal Perception
- 91/05 Norbert Schwarz, Herbert Bless
Constructing Reality and Its Alternatives:
An Inclusion / Exclusion Model of
Assimilation and Contrast Effects in Social Judgment
- 91/06 Herbert Bless, Roland F. Fellhauer, Gerd Bohner, Norbert Schwarz
Need for Cognition: Eine Skala zur Erfassung von Engagement und
Freude bei Denkaufgaben
- 91/07 Norbert Schwarz, Bärbel Knäuper, E. Tory Higgins
Der Einfluß von Rangordnungsaufgaben auf nachfolgende Denkprozesse:
Zur Aktivierung prozeduraler Sets
- 91/08 Bettina Scheuring, Norbert Schwarz
Selbstberichtete Verhaltens- und Symptommhäufigkeiten:
Was Befragte aus Antwortvorgaben des Fragebogens lernen
- 91/09 Norbert Schwarz, Herbert Bless
Scandals and the Public's Trust in Politicians:
Assimilation and Contrast Effects
- 91/10 Rolf Porst
Ausfälle und Verweigerungen bei einer telefonischen Befragung
- 91/11 Uwe Blien, Heike Wirth, Michael Müller
Identification risk for microdata stemming from official statistics
- 91/12 Petra Beckmann
Methodological Report ISSP 1989
- 91/13 Martina Wasmer, Achim Koch, Michael Wiedenbeck
Methodenbericht zur "Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der
Sozialwissenschaften" (Allbus) 1990.
- 91/14 Uwe Blien, Oded Löwenbein
Einkommensanalysen auf der Grundlage amtlicher Daten und
Umfragedaten: Ergebnisse zur betrieblichen Seniorität und
Arbeitslosigkeit.
- 91/15 Petra Beckmann, Peter Mohler, Rolf Uher,
ISSP Basic Information on the ISSP Data Collection 1985 - 1994
- 91/16 Norbert Schwarz
In welcher Reihenfolge fragen?
Kontexteffekte in standardisierten Befragungen

91/17 Ellen D. Riggle, Victor C. Ottati, Robert S. Wyer, Jr.
 James Kuklinski, Norbert Schwarz
 Bases of Political Judgments:
 The Role of Stereotypic and Non-stereotypic Information