

Walter Hussy
Margrit Schreier
Gerald Echterhoff

Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor

Mit 38 Abbildungen und 23 Tabellen

Inhaltsverzeichnis

1 Psychologie als eine empirische Wissenschaft	1	2.3.2 Ratings: Beurteilungen auf Skalen	75
1.1 Was sind Gegenstand und Anspruch der Psychologie?	1	2.4 Testen	78
1.2 Was ist Wissenschaft – Wie entsteht Wissen?	4	2.4.1 Wünschenswerte Eigenschaften von Tests und Testitems	82
1.2.1 Wissenschaftliches Handeln benötigt spezielle Methoden, um Erkenntnisse zu gewinnen	4	2.4.2 Verfälschungen und Gegenmaßnahmen	85
1.2.2 Einige Begriffe: Methoden, Methodologie und Wissenschaft	10	2.5 Biopsychologische und neurowissenschaftliche Messungen	87
1.3 Vier Basisziele wissenschaftlicher Tätigkeit in der Psychologie	11	2.5.1 Messungen von Indikatoren außerhalb des zentralen Nervensystems	90
1.3.1 Beschreiben	11	2.5.2 Messungen von Indikatoren der Aktivität des zentralen Nervensystems	93
1.3.2 Erklären	13	2.5.3 Artefakte bei biopsychologischen Messungen	100
1.3.3 Vorhersagen	16	2.6 Datenerhebung im Internet	101
1.3.4 Verändern	18	2.6.1 Möglichkeiten und Vorteile der Datenerhebung im Internet	102
1.4 Systematik psychologischer Methoden	19	2.6.2 Risiken und Nachteile der Datenerhebung im Internet	104
1.4.1 Qualitative und quantitative Methoden	19	2.6.3 Hinweise zur Forschung im Internet	105
1.4.2 Methoden im Forschungsprozess	25	2.6.4 Experimente im WWW	107
1.4.3 Methoden am Rand des Forschungskontexts	27	3 Quantitative Forschungsmethoden	109
1.5 Hypothese	29	3.1 Grundlagen	109
1.5.1 Was ist eine Hypothese?	29	3.1.1 Hypothesenebenen	110
1.5.2 Merkmale einer wissenschaftlichen Hypothese	30	3.1.2 Rückschluss	111
1.5.3 Arten von Hypothesen und ihre Überprüfung	31	3.1.3 Stichprobe und Population	112
1.5.4 Zeitpunkt der Formulierung von Hypothesen	33	3.2 Experiment	114
1.5.5 Generierung von Hypothesen	34	3.2.1 Merkmale	114
1.5.6 Die Hypothese im Forschungsprozess	35	3.2.2 Störvariablen und ihre Kontrolle	115
1.6 Variable	36	3.2.3 Experimentelle Variablen	121
1.6.1 Was ist eine Variable?	37	3.2.4 Versuchsplananlage und Versuchsplan	122
1.6.2 Arten von Variablen	37	3.2.5 Gütekriterien des Experiments	131
1.6.3 Operationalisierung von Variablen	38	3.2.6 Varianten des Experiments	134
1.6.4 Reliabilität und Validität der Operationalisierung	39	3.2.7 Stärken und Probleme des Experiments	137
1.7 Forschungsethik	41	3.2.8 Einzelfallforschung	139
1.7.1 Die Milgram-Studie	42	3.3 Nichtexperimentelle Forschungsmethoden	147
1.7.2 Ethische Prinzipien bei der Planung und Durchführung von Untersuchungen	43	3.3.1 Korrelationsstudie	148
1.7.3 Institutionelle Maßnahmen	47	3.3.2 Umfrageforschung (Markt- und Meinungsforschung)	151
Teil I – Quantitative Methoden	49	3.3.3 Metaanalyse	153
2 Quantitative Erhebungsmethoden	53	4 Auswertungsmethoden	159
2.1 Besonderheiten psychologischer Erhebungen	54	4.1 Datenaufbereitung	160
2.1.1 Erhellung nicht direkt beobachtbarer Phänomene	54	4.2 Deskriptivstatistische Methoden	163
2.1.2 Reaktivität	55	4.2.1 Univariate Deskriptivstatistik für Häufigkeiten und Häufigkeitsverteilungen	163
2.1.3 Maßnahmen zur Reduzierung von Reaktivität	56	4.2.2 Univariate Deskriptivstatistik für einzelne Parameter	165
2.2 Beobachten, Zählen und Messen	60	4.2.3 Multivariate Deskriptivstatistik	168
2.2.1 Beobachten	60	4.3 Inferenzstatistische Methoden	172
2.2.2 Zählen und Messen	62	4.3.1 Signifikanztest	173
2.3 Selbstberichtsverfahren: Befragung und Rating	68	4.3.2 Inferenzstatistische Testverfahren	175
2.3.1 Befragung: Varianten und Prinzipien der Konstruktion	72		

Teil II Qualitative Methoden	179	Teil III Mixed Methods	273
5 Qualitative Forschungsmethoden	183	9 Begriffsklärungen	275
5.1 Prinzipien qualitativen Forschens	183	9.1 Triangulation	275
5.2 Bewusste Stichprobenziehung	187	9.1.1 Geschichte und Definition	275
5.2.1 Bottom-up-Verfahren: Theoretische Stichproben- ziehung	189	9.1.2 Kritik an der Methodentriangulation	277
5.2.2 Top-down-Verfahren	190	9.2 Mixed Methods, Multimethods, Mixed Models und Hybride	278
5.3 Fallstudie	193	9.2.1 Definition: Mixed Methods	278
5.4 Gegenstandsbezogene Theoriebildung (»grounded theory«)	194	9.2.2 Mixed Methods: Abgrenzungen und Differen- zierungen	279
5.5 Deskriptive Feldforschung	197	9.3 Forschungsbeispiel: Wenn Männer von der Liebe lesen und Frauen von Abenteuern	281
5.6 Handlungsforschung (Aktionsforschung)	201	9.3.1 Lesen Frauen anders – und Männer auch? Ergebnisse und methodische Probleme	281
5.7 Biografieforschung	204	9.3.2 Forschungsbeispiel: Methoden und Design	282
5.8 Qualitatives Experiment	206	10 Mixed-Methods-Designs	285
5.9 Forschungsprogramm Subjektive Theorien (FST)	208	10.1 Mixed Methods: Dimensionen der Methoden- kombination	285
6 Qualitative Erhebungsmethoden	213	10.2 Mixed-Model-Designs	288
6.1 Erhebung verbaler Daten	214	10.3 Ausgewählte Mixed-Methods-Designs: Beispiele	290
6.1.1 Interview	215	10.4 Forschungsbeispiel: Effekte adressaten- orientierter Kommunikation auf die kognitiven Repräsentationen der Sprecher	293
6.1.2 Gruppendiskussion	221	Anhang	297
6.1.3 Weitere offene Verfahren zur Erhebung verbaler Daten	225	Literatur	297
6.2 Erhebung visueller Daten	229	Stichwortverzeichnis	307
6.2.1 Beobachtung	229		
6.2.2 Nonreaktive Verfahren	232		
6.2.3 Eigenproduktion und Sampling visueller Daten	233		
7 Qualitative Analyseverfahren	235		
7.1 Datenaufbereitung: Transkriptionsverfahren	235		
7.2 Auswertungsmethoden	238		
7.2.1 Hermeneutik	239		
7.2.2 Objektive Hermeneutik	240		
7.2.3 Codieren	243		
7.2.4 Inhaltsanalyse	245		
7.2.5 Computergestützte Analyse verbaler Daten	249		
7.2.6 Diskursanalyse	251		
7.2.7 Semiotik	254		
7.2.8 Analyse visueller Daten – Ikonologie	257		
7.3 Verfahren der Systematisierung	259		
7.3.1 Typenbildung	260		
7.3.2 Matrizen und Abbildungen	262		
8 Bewertung qualitativer Forschung	265		
8.1 Gütekriterien qualitativer Forschung	265		
8.1.1 Objektivität und Reliabilität	266		
8.1.2 Validität	267		
8.2 Ethische Fragen qualitativen Forschens	269		
8.2.1 Allgemeine ethische Probleme in der qualitativen Forschung	270		
8.2.2 Ethische Probleme bei der Anwendung spezifischer qualitativer Methoden	271		