

Methoden der empirischen Sozialforschung I

Annelies Blom, PhD

TU Kaiserslautern
Wintersemester 2011/12

Qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung

Übersicht

- Wiederholung: Qualitative und quantitative Methoden
- Qualität in qualitativer Forschung
- Welche Methoden nutzen wir wann?
- Stichproben-Design
- Beispiel 1: Fit oder Faul, Kinder unserer Zeit
- Gesprächsleitfäden für Tiefeninterviews
- Übung: Design eines Gesprächsleitfadens
- Qualitative Daten analysieren
- Beispiel 2: Das emotionale Gedächtnis, Kinder unserer Zeit

Ziele

Qualitative Methoden

- Erkundung völlig neuer Phänomene (Anthropologie)
- Erfassung tiefgehender Zusammenhänge (qualitative Sozialforschung)
- Schwierig erreichbare Zielgruppen (z.B. Obdachlose, illegale Immigranten, Alkoholabhängige)

Quantitative Methoden

- Theoriegeleitete Forschung
- Große Zufallsstichprobe (statistische Analysen)
- Messung der gleichen Merkmale über alle Einheiten hinweg
- Bekannte und erreichbare Grundgesamtheit (z.B. Studenten der TUKL, deutschsprachige Bevölkerung)

Methoden

Qualitative Methoden

- Teilnehmende Beobachtung (v.a. Anthropologie)
- Tiefeninterviews
- Fokusgruppen
- Qualitative Inhaltsanalyse

Quantitative Methoden

- Administrative Daten (amtliche Statistik)
- Umfrageforschung und ähnliche Datenerhebungen
- Quantitative Experimente

Daten

Qualitative Daten

- Textdateien (auch transkribierte Interviews)
- Viel Information über wenige Untersuchungseinheiten
- Semi-strukturierte Informationen
- Vergleichbarkeit der Informationen zweitrangig

Quantitative Daten

- Numerische Datensätze (auch kodierte Antworten)
- Limitierte Information über viele Untersuchungseinheiten
- Strukturierte und codierte Informationen
- Vergleichbarkeit der Informationen essentiell

Qualität in qualitativer Sozialforschung

Definition

Qualitative Forschung ist der Versuch soziale Zusammenhänge und Sichten dieser Zusammenhänge im Sinne von Konzepten, Verhalten, Wahrnehmungen und Erzählungen der Personen, die darin leben, wiederzugeben.

Zentrale Aspekte qualitativer Forschung

Die Perspektive

- ist die der befragten/beobachteten Person
- ist dynamisch an Stelle von statisch
- ist vielschichtig; es gibt nicht nur eine „Wahrheit“
- steht im Kontext; Das Individuum ist sozial eingebettet

Forschungsdesigns sind

- meist natürlich, d.h. in der normalen Umgebung
- flexibel und reaktiv auf die Situation

Forschungsfragen

- Das „Warum?“ und „Wie?“ sozialer Begebenheiten wird untersucht, nicht das „Wie viele?“ oder „Wie stark?“

Zentrale Aspekte qualitativer Forschung

Daten und Datenerhebung

- Die Daten sind reich an Informationen betreffen aber nur wenige Untersuchungseinheiten
 - Absichtlich selektive Stichproben
- Reaktiv und interaktiv; flexible Methoden die auf den Kontext und das Individuum reagieren.
 - Enger Kontakt zwischen Forscher und Untersuchungseinheit

Analyse und Interpretation

- Tiefes Verständnis der Zusammenhänge
- Respekt vor der Einzigartigkeit der Fälle
- Ziel ist die Diversität und Spannweite der Zusammenhänge darzustellen
- Theorie- und hypothesenbildend

Qualität in qualitativer Forschung

Qualität qualitativer Forschung ist schwieriger zu definieren als Qualität quantitativer Forschung, da es keine wahren Werte und keine klar definierte Grundgesamtheit gibt.

Qualitätsmerkmale:

- Untersuchung und Darstellung von Diversität
- Darstellung von Detail, Tiefe und Komplexität
- Struktur und Transparenz in der Analyse
- Kontextbezogene Inferenz
- Nachvollziehbarkeit: Klare Verbindungen zwischen Daten, Interpretation und Ergebnissen

Qualität in qualitativer Forschung

Was ist verlässliche Evidenz in qualitativer Forschung?

- Robuste Methoden zur Wahrung der Objektivität: systematische Datenerhebung und Analyse, valide Interpretationen

Das „Beweispotential“ qualitativer Daten beruht auf

- ihrem Erklärungspotential
 - Fokus auf Bedeutung und Kontext
- der Darstellung von Diversität
 - Verstehen und Erklären von Diversität

Welche Methoden
nutzen wir wann?

Allgemeine Methodenwahl

Bevor Sie sich für eine qualitative oder quantitative Methode entscheiden müssen Sie sich der Natur Ihrer Forschungsfrage genauestens bewusst sein!

Was möchte ich wissen?

- Hat die Forschungsfrage eine genaue Theorie, Hypothesen, definierte und erreichbare Grundgesamtheit? Sollen die Ergebnisse eine Aussage über diese Grundgesamtheit machen? Stehen Fragen wie „Wie viele?“ oder „In welchem Ausmaß?“ im Vordergrund?
Dann sind **quantitative Methoden** die richtige Wahl.
- Ist die Theorie- bzw. Hypothesenbildung Ziel der Forschung? Ist wenig über die Untersuchungseinheiten und ihren sozialen Kontext bekannt? Sollen Gründe für Verhaltensweisen erforscht werden? Stehen Fragen wie „Warum?“ und „Wie?“ im Vordergrund?
Dann sind **qualitative Methoden** die richtige Wahl.

Anwendung qualitativer Forschung

- Vage definierte oder „neue“ Forschungsfelder
- Komplexe Prozesse: Verhalten, Motivationen, Entscheidungen, Systeme
- Sensitive Themen (z.B. Depression)
- Schwierige Untersuchungseinheiten (z.B. Kinder, psychisch Kranke)
- Schwer erreichbare Grundgesamtheit (z.B. Obdachlose)
- Explorative Forschung in Zusammenarbeit mit quantitativer Forschung (z.B. zur Definition der Forschungsfragen, zum Frageverständnis bei Umfragen, etc.)

Qualitative Methodenwahl

In der qualitativen Sozialforschung werden hauptsächlich drei Methoden genutzt:

- Tiefeninterviews
 - Semi-strukturiertes Interview mit einer Person
- Fokusgruppen
 - Semi-strukturierte Diskussion in einer Gruppe
- Qualitative Inhaltsanalyse
 - z.B. Themenanalyse in Zeitungen, semantische Analysen, etc.

Tiefeninterviews oder Fokusgruppen?

Entscheidungsfaktoren:

- Natur der gesuchten Daten
 - Individuelle Tiefe, persönlicher Kontext
 - Reflexiv, sozialer Kontext
- Thema
 - Komplexe individuelle Prozesse, persönliche Ansichten
 - Abstrakte Themen, gesellschaftliche Normen
- Population
 - Diversität (zu große Diversität in der Gruppe ungünstig)
 - Reaktion auf Gruppensituation (z.B. Schüchternheit, Sprachgewandtheit)
 - Praktikabilität (z.B. Regionalität)

Stichproben-Design

Zielgerichtete Selektion

In der qualitativen Sozialforschung werden Stichproben selektiv und zielgerichtet „gezogen“ bzw. ausgewählt.

- Abbildung der Diversität der Untersuchungspopulation
- Vertretung aller zentralen Charakteristiken der Zielpersonen / -gruppen

Stichprobengröße und –zusammensetzung vor der Ziehung und Feldarbeit bestimmen

- Stichprobenzusammensetzung wird durch Quoten bestimmt.

Robust und transparent

- Die Stichprobenziehung muss transparent verlaufen
- „Convenience samples“ untergraben die Glaubwürdigkeit der Studie

Aber Flexibilität: Untersuchungsverlauf beobachten und eventuell Anpassungen vornehmen. Dokumentation!

Theorie-geleitete Selektion

- Auswahl der Untersuchungseinheiten zur (Weiter)entwicklung einer Theorie
- Im Zusammenhang mit „Grounded Theory“
- Stichprobengröße und –zusammensetzung vorab nicht definiert. Stichprobe entwickelt sich während der Studie.
- Iterative Herangehensweise: Stichprobe – Feldarbeit – Analyse – Stichprobe – Feldarbeit – Analyse – etc.

Sinnvoll ...

- bei starker theoretischer Orientierung der Studie,
- bei neuen Forschungsfeldern,
- wenn Vorhersagen zu Finanzbedarf und Zeitplanung nicht notwendig sind.

Stichprobengröße

Die Stichprobe sollte groß genug sein um Diversität innerhalb und zwischen Gruppen abzubilden.

Die Stichprobe sollte aber nicht zu groß sein, da

- die Daten sehr reich an Informationen sind
- man sonst „den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sieht“
- man Ressourcen verschwenden würde.

Stichprobengröße

Daumenregeln:

- 30-80 Tiefeninterviews
- 6-15 Fokusgruppen

Stichprobe ist relativ größer, wenn

- die Population sehr divers ist,
- viele Selektionskriterien vorliegen,
- Sub-gruppen besonders analysiert oder verglichen werden sollen.

Stichproben-Design: Der Prozess

1. Schritt: Selektionskriterien festlegen

Selektionskriterien festlegen

Beispiele:

- Demographische Merkmale: Alter, Geschlecht, Bildung, Beziehungsstatus, Klasse, etc.
- Verhalten, Erfahrung, Ansichten

Kriterien basierend auf

- Bestehende Forschung
- Voruntersuchungen

Information muss vor dem Interview zugänglich sein.

Keep it simple!

- Nicht mehr als 8 Selektionskriterien

Stichproben-Design: Der Prozess

1. Schritt: Selektionskriterien festlegen
2. Schritt: Studienorte festlegen

Studienorte festlegen

- Bundesweite Repräsentativität nicht notwendig (und nicht möglich)
- Orte auswählen nach den sozialen Kontexten, die sie vertreten.
- Basis der Selektion ist studienabhängig, Beispiele:
 - Erwerbsstatus/Vermögen/Einkommen
 - Populationsdichte und Umwelt
 - Region
 - Bevölkerungsstruktur (z.B. Alter, Migrationshintergrund)
- Typischerweise 3-6 Studienorte.

Stichproben-Design: Der Prozess

1. Schritt: Selektionskriterien festlegen
2. Schritt: Studienorte festlegen
3. Schritt: Stichproben-Matrix entwickeln

Stichproben-Matrix bestimmen

Beispiel: Vereinbarkeit von Arbeit und Familie (Mütter)

		Arbeitet	Arbeitet nicht
Alter des jüngsten Kindes	<2		
	2 bis 4		
	5 bis 11		
	12 bis 15		
Anzahl Kinder	1		
	2		
	3+		
Elternstand	alleinerziehend		
	mit Partner		
Erwerbsstatus des Partners	erwerbstätig		
	nicht erwerbstätig		
Kinderbetreuung	keine		
	in der Familie		
	öffentliche Betreuung		
	private Betreuung		
Bildungsstand	keinen Bildungsabschluss		
	nur Schulabschluss		
	Ausbildungs- bzw. höheren Bildungsabschluss		
Region	Stadt		
	Land		
	Ost		
	West		
Summe			

Stichproben-Design: Der Prozess

1. Schritt: Selektionskriterien festlegen
2. Schritt: Studienorte festlegen
3. Schritt: Stichproben-Matrix entwickeln
4. Schritt: Quoten bestimmen

Quoten bestimmen

Beispiel: Vereinbarkeit von Arbeit und Familie (Mütter)

		Arbeitet	Arbeitet nicht
Alter des jüngsten Kindes	<2	4-6	4-6
	2 bis 4	4-6	4-6
	5 bis 11	4-6	4-6
	12 bis 15	4-6	4-6
Anzahl Kinder	1	6-8	6-8
	2	6-8	6-8
	3+	6-8	6-8
Elternstand	alleinerziehend	6-8	6-8
	mit Partner	10-14	10-14
Erwerbsstatus des Partners	erwerbstätig	6-10	6-10
	nicht erwerbstätig	8-12	8-12
Kinderbetreuung	keine	4-6	4-6
	in der Familie	4-6	4-6
	öffentliche Betreuung	4-6	4-6
	private Betreuung	4-6	4-6
Bildungsstand	keinen Bildungsabschluss	6-8	6-8
	nur Schulabschluss	6-8	6-8
	Ausbildungs- bzw. höheren Bildungsabschluss	6-8	6-8
Region	Stadt	3-7	3-7
	Land	3-7	3-7
	Ost	3-7	3-7
	West	3-7	3-7
Summe		20	20

Stichproben-Design: Der Prozess

1. Schritt: Selektionskriterien festlegen
2. Schritt: Studienorte festlegen
3. Schritt: Stichproben-Matrix entwickeln
4. Schritt: Quoten bestimmen
5. Schritt: Stichprobengröße überdenken

Stichprobengröße überdenken

- Ist die Stichprobengröße noch innerhalb der Daumenregel?
- Falls nein, gibt es einen guten Grund?
- Ist die Stichprobengröße innerhalb des Budgets und der Zeitvorgabe realisierbar?

Falls zu groß:

- Können wir einen neuen Fokus bei der Population setzen?
- Oft ist es besser mehr Tiefe zu gewinnen als die Population vollständig abzudecken.
- Ausnahme: neues Forschungsfeld

Beispiel 1: Fit oder Faul, Kinder unserer Zeit

Gesprächsleitfäden für Tiefeninterviews

Was ist ein Gesprächsleitfaden?

Identifiziert zentrale Gesprächs- und Diskussionspunkte

- Gedächtnisstütze für die Forscher
- Konsistente Themenabfrage über alle Individuen/Gruppen hinweg

Weitere Funktionen

- Absprache mit Kollegen, Auftraggebern, Vorgesetzten
- Dokumentation der Studie

Eventuell zwei oder mehr Versionen des Leitfadens

- Feldarbeitsdokument (detailliert)
- Öffentliches Dokument (Übersicht)

Der Leitfaden ist zugleich die Basis für die spätere Datenanalyse

Inhalte des Gesprächsleitfadens

- Liste der wichtigsten Themen
- Flexible und reaktive Struktur
- Genaue Frageformulierung dem Interviewer / Forscher während der Feldarbeit überlassen

Design

Das Design sollte die natürliche Geschwindigkeit des Forschers entsprechen UND Reaktivität erlauben.

Ziel ist es die Befragten Schritt für Schritt in tiefere Schichten des Themas zu führen.

- Einführung der Studie
- Hintergrundinformationen zu den Befragten
- Geeigneter Themeneinstieg
- Logische Themenabfolge
- Ideen und Vorschläge am Schluss

Struktur des Leitfadens

Erste Seite:

- Studienübersicht
 - Zusätzliche Hinweise für Laien
- Forschungshintergrund (Begründung, Auftraggeber)
- Hauptziel
- Spezifische Ziele
- (Anweisungen an den Interviewer / Moderator)

Hilfreiche Basis für die Studieneinführung

Struktur des Leitfadens

Einführung

- Hier stellen wir die zentralen Aspekte der Studie vor
 - Vorstellung der Forscher / Interviewer / Auftraggeber / Beobachter
 - Studienvorstellung: Relativ standardisiertes Statement zu den Studienzielen
 - Hinweise auf Anonymität und Datenschutz, Audio- bzw. Videoaufnahmen, Interviewdauer
 - Möglichkeit Fragen zu stellen
- Erfragung von Hintergrunddaten der Studienteilnehmer
- Werkzeug die Befragten an die Interview-Situation zu gewöhnen und eine ruhige Umgebung zu schaffen.

Struktur des Leitfadens

Hauptteil

- Allgemeine Themengebiete
- Unterthemen, Nachfragen, Hinweise

Formulierung

- Diskussionspunkte vs. ausformulierte Fragen
- Neutrale (nicht wertende) Sprache
- Natürliche Sprache
- Klare Formulierungen

Struktur des Leitfadens

Formatierung

- Überschriften (nummeriert, fett)
- Anweisungen für den Interviewer/Moderator/Forscher (z.B. kursiv, Großbuchstaben, Kasten, Klammern)
- Unterthemen (bullet points)
- Platz

Eingängiges Layout

- Klare Intervieweranweisungen
- Zentrale Nachfragen und Hinweise
- Länge der versch. Abschnitte

Entwicklung eines Leitfadens

- Der Design-Prozess
 1. Brainstorming!
 2. Auswahl und Sortierung der Themen
 3. Zuordnung der Themen zu Überschriften
- Verfeinerung
- Überarbeitung nach den ersten Interviews
- Personalisierung

Verwendung des Leitfadens

Der Leitfaden ist nur die Basis des Interviews

- Das Interview entsteht aus der Interaktion zwischen Interviewer und Befragten
- Interviewer benutzt Nachfragen und Hinweise um spezifische Punkte anzusprechen

Über den Details des Leitfadens und des Interviews sollte man nie das Forschungsziel aus den Augen verlieren!

Übung: Entwicklung eines Gesprächsleitfadens

Qualitative Daten analysieren

Der Analyseprozess

Jede Analyse enthält zwei Phasen

Datenverarbeitung



Ergebnisgenerierung

Der Prozess ist

- zeitaufwendig
- herausfordernd
- interessant
- und verbindet Kreativität mit systematischer Suche

Es gibt eine Vielzahl an Analyse-Strategien und -Tools (Software).

Die Spannweite analytischer Herangehensweisen

- Ethnographische Beschreibungen
- Lebensgeschichten
- Narrative Analyse
- Inhaltsanalyse
- Konversationsanalyse
- Diskursanalyse
- Grounded Theory
- Politikberatung und Evaluationen

Kennerke qualitative Analysemethoden

- In den Daten verankert
- Erlaubt eine Synthese (Datenreduktion)
- Ermöglicht und beschreibt Strukturierung der Daten: einfache Wiederfindung
- Erlaubt eine systematische und umfassende Erforschung des Datensatzes
- Erlaubt die Analyse / Suche innerhalb von Fällen und über Fälle hinweg (innerhalb von Themengebieten)
- Flexibilität, ist dynamisch, offen für Änderungen
- Transparenz – Dritten zugänglich

Die analytische Hierarchie



Weitere Inferenz

Erklärungen entwickeln

Verschiedene Erklärungen erörtern

Beschreibungen entwickeln

Datenmanagement – Reduktion und
Strukturierung

Themen und Konzepte identifizieren
(Kodierung und Beschriftung)

Rohdaten (meist transkribiert)

Matrix-basierte Analysen

- Werden u.a. bei Tiefeninterviews und Fokusgruppen verwendet
- Erlauben eine Analyse innerhalb von Fällen und über Fälle hinweg (innerhalb von Themengebieten)
- Eine Methode der Datenreduktion und –strukturierung
- Behandeln Fälle konsistent – sind systematisch
- Sind flexibel – erlauben Änderungen
- Können in jedem Spreadsheet-Programm (z.B. Excel) durchgeführt werden. Es gibt aber auch Spezialprogramme mit erweiterten Funktionen.
- Mehrere „Charts“ (Spreadsheets) pro Forschungsprojekt

Beispiel eines Charts

Beispiel: Vereinbarkeit von Arbeit und Familie (Mütter)

Chart-Thema: Freizeit mit der Familie

Befragten	Erwerbsstatus Partner	Alter der Kinder	Art der Freizeit- gestaltung	Probleme bei der Freizeit- gestaltung	Empfundene Freizeit- qualität	Einstellung zur Bala- zwischen- zeit & Einkom
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						

...

Beispiel 2: Das emotionale Gedächtnis, Kinder unserer Zeit