

2.3. Die Methode des fokussierten Interviews

Bei der Durchführung der Interviews wurde auf die Methode des fokussierten Interviews zurückgegriffen. Sie wurde in den 1940er Jahren in einer Forschungsgruppe um den amerikanischen Soziologen Robert K. Merton zur Propagandaanalyse, Kommunikations- und Rezeptionsforschung am Bureau of Applied Social Research (BASR) der Columbia University entwickelt. Das Bureau gilt als Geburtsstätte der modernen Massenkommunikationsmittelforschung.⁶ Aktuelle Einsatzbereiche sind unter anderem die Markt- und Meinungsforschung. Das artverwandte Fokusgruppeninterview findet gerade in der (qualitativen) Sozialforschung, insbesondere der politischen Kulturforschung, häufig Verwendung.⁷

Das fokussierte Interview zielt auf die »subjektiven Erfahrungen der Personen [ab], die sich in der vorweg analysierten Situation befinden«⁸, auf das Ausloten ihrer Prädispositionen, die beeinflussen, wie und ob das Stimulusmaterial auf ihre Erfahrungswelt eingeht. Anhand der Beschreibungen und Interpretationen der Situation durch die Versuchspersonen lassen sich eigene Hypothesen zur Wirkung bestimmter Stimuli validieren und die Formulierung neuer Hypothesen zu nicht-antizipierten Reaktionen anregen. Die wirksamen Stimuli können mithilfe dieser Methode also nicht nur identifiziert werden; auch »Diskrepanzen zwischen antizipierten und tatsächlichen Wirkungen [...], zwischen dominierenden Wirkungen und Wirkungen bei Teilgruppen«⁹ können interpretiert werden.

Die Interviewfragen »fokussieren« sich dabei auf einen zuvor festgelegten Gesprächsgegenstand beziehungsweise eine konkret beobachtete Situation, der die Befragten vor dem Interviewteil ausgesetzt wurden. Die vorangegangene Analyse des Materials ermöglicht es, bereits im Interview ein auffälliges Ausweichen oder das Verweigern einer Antwort zu bemerken und gezielter nachzufragen, um die Hintergründe der jeweiligen Reaktion zu erfahren. Fragen werden im Idealfall so offen wie möglich formuliert und den von Merton und Kendall entwickelten vier zusammenhängenden Kriterien unterworfen:

- »1. Nicht-Beeinflussung: Die Führung und Lenkung des Gesprächs durch die Interviewer sollte auf ein Minimum beschränkt sein.
- 2. Spezifität: Die von den Versuchspersonen gegebene Definition der Situation

6 Vgl. Columbia University Libraries (Hg.): Bureau of Applied Social Research records, 1944-1976, ohne Datum, URL: http://www.columbia.edu/cu/lweb/archival/collections/ldpd_5012632/index.html [eingesehen am 15.06.2018].

7 Vgl. dazu ausführlicher Przyborski, Aglaja/Wohlrab-Sahr, Monika: Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch, München 2014, S. 132f.

8 Merton, Robert K./Kendall, Patricia L.: Das fokussierte Interview, in: Hopf, Christel/Weingarten, Elmar (Hg.): Qualitative Sozialforschung, Stuttgart 1993, S. 171-204, hier S. 171.

9 Merton/Kendall: Das fokussierte Interview, S. 173 f.

soll vollständig und spezifisch genug zum Ausdruck kommen.

3. Erfassung eines breiten Spektrums: Im Interview sollte das ganze Spektrum der auslösenden Stimuli sowie der darauffolgenden Reaktionen der Befragten ausgelotet werden.

4. Tiefgründigkeit und personaler Bezugsrahmen: Das Interview sollte die affektiven und wertbezogenen Implikationen der Reaktionen der Befragten ans Licht bringen, um herauszufinden, ob die gemachte Erfahrung für sie eine zentrale oder nur marginale Bedeutung hat.«¹⁰

Nicht-Beeinflussung soll sicherstellen, dass sich die Versuchsperson in der Lage sieht, jene Aspekte anzusprechen, die für sie von Relevanz sind, und nicht jene, von denen sie glaubt, dass ihnen die Interviewer*innen die größte Bedeutung beimessen. Daher wurde sich größtenteils auf unstrukturierte Fragen verlassen, sprich Fragen, in denen weder Stimulus noch Reaktion festgelegt wird, beispielsweise: »Was ist Dir in dem Video besonders aufgefallen?«

Um die Fragen im Sinne des Kriteriums der Spezifität im weiteren Interviewverlauf gezielt auf Themenbereiche zu lenken, die für die Forschungsfrage relevant sind – ohne freilich die Versuchspersonen durch eigene Formulierungen beziehungsweise Zusammenfassungen der Inhalte zu beeinflussen –, kamen die oben genannten circa halbminütigen Videoausschnitte zum Einsatz. Merton und Kendall beschreiben als »retrospektive Introspektion«¹¹ den Versuch, die Proband*innen die Situation des Filmschauens erneut durchleben zu lassen, um Gedanken und Interpretationen zu reaktivieren. Erst danach wird gefragt: »Wenn du zurückdenkst, was hast du bei diesem Abschnitt empfunden?« Das Kriterium der Tiefgründigkeit verlangt, sich nicht mit einer bloßen Beschreibung der Situation oder wortkargen Antwort zufriedenzugeben, sondern nachzuhaken, was hinter affektiven Reaktionen steckt. Im Idealfall sollen die »Symbole, Ängste, Befürchtungen, Gefühle sowie kognitiven Vorstellungen zum Ausdruck«¹² kommen. Auch sollten Meinungen der Befragten nicht einfach hingenommen werden. Es geht um den Auslöser: »Gab es in dem Video etwas, das diesen Eindruck hervorrief?« Allgemeine Einstellungen der Proband*innen können zwar aufschlussreich sein, jedoch sollte der Bezug zur Versuchssituation nicht aus den Augen verloren werden. Konfrontative Fragen werden im Interviewverlauf größtenteils vermieden.

10 Ebd., S. 178.

11 Ebd., S. 187 f.

12 Ebd., S. 198.