

# Entstehungszusammenhang, Arbeitstitel, Forschungsfragen, Hypothesen, Literaturrecherche: Qualitätssicherung im Forschungsprozess bei sozialwissenschaftlichen schriftlichen Arbeiten, Teil I

## 1. Motivation und „Entstehungszusammenhang“

Sie haben ein Thema übernommen. Am Beginn der Arbeit steht die Darlegung Ihrer persönlichen **Motivation** (Warum gerade dieses Thema? Was ist Ihr persönlicher Konnex? – Beruflicher Konnex, Zweitstudium, eigene oder fremde Erfahrungen...). Anmerkung: Ein **Motivationsschreiben** verfassen Sie in der Regel bereits in der Schule vor dem Abfassen Ihrer Vorwissenschaftlichen Arbeit (VWA). Dies gilt nun erst recht für eine universitäre schriftliche Arbeit. Ihre Ausführungen zur Motivation für Ihre Arbeit bilden einen wesentlichen Teil des Vorworts bzw. der Einleitung.

In der sozialwissenschaftlichen Forschungslogik heißt diese erste Dimension der **Entstehungszusammenhang**<sup>1</sup>: Dieser beschreibt den Anlass, warum es überhaupt zur Bearbeitung genau jenes (und keines anderen) Themas kam. Auch die Eingrenzung eines Themas sollte so erklärt werden können.

Fragen Sie sich dann: *Was will ich zum Thema wirklich wissen?* **Bevor** Sie sich an Arbeitstitel, Forschungsfrage(n) und Hypothesen machen, ist eine **Literaturrecherche** (siehe hier Punkt 5) unabdingbar. Womöglich ist es sogar jetzt schon sinnvoll, eine Mail an 1-2 ExpertInnen zu schicken, die sich mit Ihrem Thema schon beschäftigt haben bzw. aktuell beschäftigen. Gut sind immer aktuelle Forschungsprojekte zum Thema (etwa Projekte des FWF, der FFG, der DFG oder der verschiedenen EU-Programme).

Wenn Sie das ‚Glück‘ eines ganz aktuellen Forschungsobjekts haben, wird es noch wenig bis keine Literatur zu diesem geben.

Zu den meisten Themen wird es bereits Literatur geben. Schauen Sie sich an, was dort die erwähnten offenen oder weiterführenden Fragen sind (fast immer am Schluss eines Papers erwähnt). So sehen Sie, was neu wäre, was also für Sie sinnvolle Forschung wäre.

### Meine Tipps:

\* Setzen Sie während des gesamten Semesters **Google Alerts** zu Stichworten Ihres Themas auf Ihre E-Mailadresse. So erfahren Sie alles Neue.

\* Nutzen Sie das Tool **TweetDeck**, um über getaggte Begriffe am Laufenden zu bleiben:  
<https://tweetdeck.twitter.com>

<sup>1</sup> In den Geistes- und Sozialwissenschaften sprechen wir eher vom „**Entstehungszusammenhang**“, in den Naturwissenschaften eher von „**Entdeckungszusammenhang**“ („context of discovery“, frei nach einem Unterscheidungsvorschlag des Physikers Hans Reichenbach, 1938).

## 2. Arbeitstitel

Im Arbeitstitel, zumindest im Untertitel, sollte die **sachliche, zeitliche, räumliche** und **soziale** Eingrenzung Ihres Themas bereits enthalten sein.

- Schlechtes Beispiel: „Das FOMO-Phänomen<sup>2</sup> bei Smartphone-Nutzern. Eine Befragung“
- Gutes Beispiel: „Das FOMO-Phänomen unter Studierenden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. Eine Befragung von Zweit- und Sechsemestrigen“

Der Arbeitstitel sollte nicht etwas ankündigen, was der Inhalt dann nicht verspricht. Meistens handelt es sich bei diesem Fehler um einen thematisch zu breiten Arbeitstitel.

- Schlechtes Beispiel: „Buchdruck und Digitalisierung“
- Gutes Beispiel: „Die Digitalisierung gedruckter Bücher. Eine explorative Befragung von Bibliothekaren und Juristen in Österreich und Deutschland“

Der Arbeitstitel kann sich nach Vorlage Ihrer empirischen Ergebnisse noch einmal komplett ändern und kann dann durchaus Ihr neues Ergebnis als zentrale Botschaft enthalten.

- Zuerst: „Konstruktivismus, Realismus und Neuer Realismus in kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften der vergangenen 20 Jahre“
- Dann: „Die Dominanz des Konstruktivismus über den Realismus in kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften der vergangenen 20 Jahre“

### Meine Tipps:

\* Lesen Sie das Kapitel „Themenfindung und Arbeitstitel“ (S. 52 bis 54) in Samac, Klaus/Prenner, Monika/Schwetz, Herbert (2014<sup>3</sup>): Die Bachelorarbeit an Universität und Fachhochschule. Wien: facultas/wuv bei UTB.

\* Sehen Sie sich Beispiele auf <https://publizistik.univie.ac.at/institut/mitarbeiterinnen-mitarbeiter/lehrbeauftragte/weber-stefan> an.

## 3. Forschungsfrage(n)

Sie müssen immer strikt unterscheiden zwischen **Eigenangaben über Verhalten X** und **faktischem Verhalten X**. Faktisches Verhalten einer Person (etwa: häufiges Anfertigen von Selfies) können die Sozialwissenschaften oft nur mit einer teilnehmenden Beobachtung oder – für das genannte Beispiel – etwa mit einer Inhaltsanalyse von Social Media-Profilen, dem direkten Zugriff auf das Smartphone, auf Foto-Apps etc. messen. Sobald Sie Menschen befragen, geht es grundsätzlich um **Angaben über Verhalten** und nicht um das Verhalten selbst. Allerdings muss der Wahrheitsgehalt von Angaben zu Geschlecht oder Alter kaum bezweifelt werden. Bei Fragen zum Einkommen sieht das schon wieder ganz anders aus. Und auch bei Fragen zu Meinungen, Ansichten oder Bewertungen sollte man diese Diskrepanz zwischen Angabe und „tatsächlichem“ Meinen bzw. Bewerten berücksichtigen.

---

<sup>2</sup> Das FOMO-Phänomen („Fear of Missing Out“) wird hier als gegeben vorausgesetzt. Das muss nicht immer der Fall sein. So gibt es etwa umstrittene Konzepte wie „Filterblase“ oder „Mediensucht“, deren Existenz nicht immer stillschweigend angenommen werden kann, da sie von manchen Kommunikationswissenschaftlern in Abrede gestellt werden.

Objekte von Forschungsfragen sind immer Ihre *Grundgesamtheit* – **sachlich, zeitlich, räumlich** und **sozial** klar umrissen/eingegrenzt.

Forschungsfragen müssen mit sozialwissenschaftlichen Theorien und vor allem Methoden zu klären sein. So ist etwa die Forschungsfrage „Können Tiere denken?“ mit Sicherheit keine sozialwissenschaftliche, sondern eine neurophilosophische oder erkenntnistheoretische Fragestellung.

Forschungsfragen sind immer so zu stellen, dass sie mit den anschließenden gewählten Methoden auch beantwortbar sind (dies trifft erst recht auf Ihre Hypothesen zu).

Sofern Sie eine Befragung planen, wäre etwa eine falsche Forschungsfrage:

- „Sind Studierende der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien von psychischen und/oder physischen FOMO-Erscheinungen betroffen?“

Eine richtige Forschungsfrage wäre:

- „Inwiefern sind Studierende der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien ihrer Selbstauskunft zufolge vom FOMO-Phänomen, etwa bei Facebook-Abstinenz, betroffen?“

Die erste Forschungsfrage können Sie nur beantworten, wenn Sie Studierende im Alltag begleiten, beobachten oder ein komplexes Experiment machen, zusammen mit Psychologen, Medizinern...

Auch auf die erwartete **Datenvalidität** muss geachtet werden. Fragen, bei denen dann später im Fragebogen mit bewussten Falschantworten zu rechnen ist („Wie oft in Ihrem Berufsleben haben Sie schon Steuern hinterzogen?“), sind keine sinnvollen Forschungsfragen. Wenn man sie operationalisieren will, bedarf es des Einsatzes spezieller Techniken (z.B. **Randomized-Response-Technik**).

Die Forschungsfrage sollte nicht zu allgemein sein:

- Schlechtes Beispiel: „Wie sehen Experten die Nutzung von Google Books?“
- Gutes Beispiel: „Sehen deutschsprachige Bibliothekare in Google Books eher Vorteile (etwa: freier Zugang zu mehr Informationen) oder eher Nachteile (etwa: Snippets verstellen den Blick aufs Ganze)?“

Die Forschungsfrage sollte nicht ‚*biased*‘ sein: Eine Frage der Art „Inwiefern ist Google böse?“ suggeriert bereits, dass Google in irgendeiner Form böse ist (man erwartet sich eher nicht das Forschungsergebnis, dass Google überhaupt nicht böse ist).

Gute Forschungsfragen sind sehr häufig „W-Fragen“. Dazu gehören zunächst die Welche-Fragen: „Welche Eigenschaften haben...?“, „Welche Motive haben...?“, „Welche Erscheinungsformen ...?“, „Welche Formate...?“ usw. Auch Wie- und Warum-Fragen sind oft sinnvolle Forschungsfragen, etwa „Wie versucht Medium A, sich von den Mitbewerbern B, etc. redaktionell zu unterscheiden?“ Oder: „Warum wurde die ‚Kronen Zeitung‘ zur relational betrachtet größten Boulevardzeitung der Welt?“

Solche Forschungsfragen fragen nach Eigenschaften, Kriterien, Charakteristika etc. von etwas. Sie zielen auf die **Herstellung von korrekten Beschreibungen** von Forschungsobjekten ab. Nicht jede Forschungsfrage muss auf eine **Beschreibung** abzielen. Sie kann auch auf eine **Erklärung**, eine **Prognose** (Einschätzung der Zukunft) oder eine **Bewertung** abzielen.

Achten Sie bitte darauf, nur wissenschaftlich operationalisierbare Begriffe zu verwenden („Web 2.0“, „reißerisch“ oder „böse“ sind wahrscheinlich keine wissenschaftlichen Begriffe).

Die zentralen Begriffe, die Sie verwenden, sollten Sie auch in Ihrer Arbeit definieren (können). Die verwendeten Termini müssen wissenschaftlich sein.

Bitte beachten Sie, dass Fragen nach Definitionen oder bereits existierenden Messergebnissen keine Forschungsfragen sind, sondern Recherchefragen.

Schließlich sollte die Forschungsfrage nicht mit „Ja“ oder „Nein“ zu beantworten sein. Bitte achten Sie insbesondere darauf, das ist ein häufiger Fehler!

#### **Meine Tipps:**

\* Lesen Sie das Kapitel „Forschungsfragen“ (S. 23 bis 25) in Lojka, Klaus/Wippersberg, Julia (2014): Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Arbeiten. Wien: facultas/wuv.

\* Sehen Sie sich Beispiele auf <https://publizistik.univie.ac.at/institut/mitarbeiterinnen-mitarbeiter/lehrbeauftragte/weber-stefan> an.

### **3.1 Korrelation und Kausalität**

Es handelt sich um zwei der wichtigsten Begriffe der empirischen Sozialforschung. Die Unterscheidung soll anhand von zwei Beispielen erklärt werden.

Beispiel 1: Forschungsfrage: **Wie sieht ein möglicher Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen in den vergangenen fünf Jahren in der DACH-Region aus?**

-> Diese Forschungsfrage fragt nach einer Korrelation, nach einem Zusammenhang. Sie fragt nicht nach einer Kausalität, einer Ursache-Wirkungs-Richtung.

-> Zwei Kausalitäten wären denkbar:

1. „Wer mehr fernsieht, wird dicker.“
- „2. Wer dicker wird, sieht mehr fern.“

Eine entsprechende Hypothese, die nun nur eine Korrelation, aber keine Kausalität im Auge hat, würde lauten: **„Kinder und Jugendliche in ... in..., die viel fernsehen, sind dicker als Kinder und Jugendliche in... in..., die weniger fernsehen“** (Unterscheidungs- bzw. Vergleichshypothese).

Zwei Hypothesen, die nun tatsächlich eine Kausalität im Auge haben, würden lauten (verkürzt formuliert):

1. **„Je mehr man fernsieht, desto dicker wird man.“**
2. **„Je dicker man wird, desto mehr sieht man fern.“**

(Die intervenierende Variable könnte etwa „Bewegungsmangel“ sein.)

## 4. Hypothesen (zu den jeweiligen Forschungsfragen gehörig)

Die häufigste Art der Hypothese beschreibt...

- einen Zusammenhang zwischen *unabhängiger* und *abhängiger* Variable,
- wobei oft zusätzlich eine *Kausalrelation* postuliert wird und
- eine *dritte intervenierende Variable so gut wie ausgeschlossen* wird.

Eine Hypothese ist der logische Anschluss an die bzw. das ‚empirische Herunterbrechen‘ der Forschungsfrage. Es gibt keine Hypothese, die nicht in Zusammenhang mit einer übergeordneten Forschungsfrage steht. Hypothesen fächern die Forschungsfrage auf. Hypothesen (H1.1...Hn.n) stehen also immer unter der zu ihnen gehörenden Forschungsfrage (FF1... FFn).

Alle vier Eingrenzungsdimensionen, die schon für Arbeitstitel und Forschungsfrage(n) gegolten haben, gelten erst recht für die Hypothesen!

Hypothesen müssen so formuliert sein, dass sie durch den anschließenden Einsatz der Methode(n) – meist Inhaltsanalyse oder Fragebogen – auch beantwortet werden können. Eine Hypothese muss also dann etwa in mehrere Fragen eines Fragebogens umgewandelt werden können (= *Operationalisierung*).

Erneut ist zu berücksichtigen, dass es bei Befragungen meist um Angaben über Verhalten geht. Dementsprechend müssen die Hypothesen formuliert sein:

Falsch:

- Je häufiger jemand auf sein Smartphone schaut, desto schlechter kann er sich konzentrieren.

Richtig:

- Je eher jemand von sich selbst behauptet, häufig auf ein Smartphone zu schauen, desto eher gibt er an, sich häufig schlecht konzentrieren zu können.

Das heißt: Hypothesen dürfen keine Variablen enthalten, die nicht in ein empirisches Setting übersetzt werden können. So ist etwa das Konstrukt „+/- Selbstbewusstsein“ im sozialwissenschaftlichen Kontext kaum operationalisierbar. Hypothesen mit „Je weniger Selbstbewusstsein eine befragte Person hat...“ ergeben deshalb keinen Sinn.

**Hypothesen haben den Sinn, etwas herauszufinden, was wir noch nicht wissen: Meist ist dies eine neue Korrelation oder eben eine Kausalität.** Keine Hypothesen sind deshalb: „Wenn Menschen täglich eine Tageszeitung lesen, wissen sie mehr über das tagesaktuelle Geschehen.“ Oder: „GrundschulabsolventInnen kennen weniger Fremdwörter als AkademikerInnen.“ Oder: „Wenn man einen Bachelor macht, dann muss man mindestens vier, meist aber sechs Semester studieren.“

Eine Hypothese kann auch eine *Wenn-Dann-Relation* sein. Das darf aber nicht mit „Schnee ist weiß“-Aussagen verwechselt werden, da ja fast jede Aussage in einem Wenn-Dann-Satz formuliert werden kann: „Wenn es regnet, dann wird die Straße nass.“

Eine „Falsifizierung“ einer Hypothese im strengen Sinn ist im Rahmen einer studentischen Abschlussarbeit selten möglich und der methodisch einwandfrei operierenden institutionellen Markt- und Meinungsforschung vorbehalten. Sie können aber Ihre Hypothesen *stützen* oder *schwächen*, sie für *plausibel* oder *unplausibel* erklären.

Noch einmal: Bitte unterscheiden Sie immer zwischen **Korrelation** und **Kausalität**: Aus einer herausgefundenen Korrelation folgt nicht gleich eine Kausalität!

### Zusammenfassung: Arten von Hypothesen

- **Ungerichtete Zusammenhangshypothese:** Fragt nur nach **Korrelation**/Zusammenhang.
- **Gerichtete Hypothese (nur Kausalität):** „Wenn, dann“-Satz: Fragt nach Ursache (Kausalität). Oft nur durch Experimente und Längsschnittstudien überprüfbar.
- **Gerichtete Hypothese bei ordinalen oder metrischen Variablen (Kausalität und Quantifizierung):** „Je mehr/weniger, desto mehr/weniger“-Satz. Fragt nach mehr als nach dem bloßen Zusammenhang, suggeriert eine Richtung.  
Beispiel: „Je jünger eine Veröffentlichung ..., desto eher....“

### Meine Tipps:

\* Lesen Sie das Kapitel „Hypothesen“ (S. 26 bis 33) in Lojka, Klaus/Wippersberg, Julia (2014): Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Arbeiten. Wien: facultas/wuv.

\* Sehen Sie sich Beispiele auf <https://publizistik.univie.ac.at/institut/mitarbeiterinnen-mitarbeiter/lehrbeauftragte/weber-stefan> an.

Beispiel für korrekte Forschungsfragen und Hypothesen:

**Forschungsfrage 1:** Inwiefern ist Roboterjournalismus in österreichischen Massenmedien bereits im Einsatz oder geplant? → **FF zielt auf Beschreibung & Prognose ab**

**Hypothese 1:** Roboterjournalismus ist in den österreichischen Massenmedien bislang nur marginal in Form des Projekts „Egon“ der APA im Einsatz, wird jedoch aufgrund von Spezialisierungs- und Rationalisierungsdruck von diversen ChefredakteurInnen als zunehmend relevant wahrgenommen. → **Deskriptive Hypothese und „Veränderungshypothese“**

**Forschungsfrage 2:** Inwiefern befürchten oder begrüßen angestellte österreichische RedakteurInnen eine Verdrängung ihrer Kernaufgabe des Schreibens durch Roboterjournalismus? → **FF zielt auf Beschreibung & Prognose ab**

**Hypothese 2:** Je datenlastiger die Arbeit der befragten RedakteurInnen ihrer Selbstauskunft zufolge ist, desto größer ist die Furcht vor einer Verdrängung ihrer Kernaufgabe des Schreibens durch Roboterjournalismus. → **Gerichtete Hypothese: Kausalität und Quantifizierung**

**Hypothese 3:** Je jünger die befragten RedakteurInnen sind, desto stärker wird der Roboterjournalismus von ihnen als Chance für die Zukunft erachtet. → **Gerichtete Hypothese**

**Hypothese 4:** Je höher die in Selbstauskunft behauptete Technikaffinität der befragten RedakteurInnen ist, desto geringer ist die Furcht vor einer Verdrängung ihrer Kernaufgabe des Schreibens durch Roboterjournalismus. → **Gerichtete Hypothese**

Quelle: Wodicka, Lukas (2018): Roboterjournalismus in Österreichs Nachrichtenredaktionen. Eine Befragung österreichischer (Chef-)RedakteurInnen zur Anwendung und Einschätzung von Roboterjournalismus. Bakkalaureatsarbeit, Universität Wien, S. 35 f.

## 5. Stand der Forschung und Literaturrecherche

Die passenden Literaturtitel sind oft „Nadeln im Heuhaufen“, die Sie bitte mit möglichst vielen Ressourcen und mit Hilfe des „Schneeballsystems“ suchen (d.h. im Literaturverzeichnis des ersten passend erscheinenden Buchs oder Papers finden Sie noch bessere Titel. Dann konsultieren Sie diese und wiederholen den Vorgang usw.).

Keine Scheu vor ungewöhnlichen Recherchewegen: Wenn Sie etwa einen Experten für Ihr Thema ermittelt haben, fragen Sie sie/ihn doch nach den fünf besten und aktuellsten Arbeiten zum Thema.

### Standard-Quellen sind:

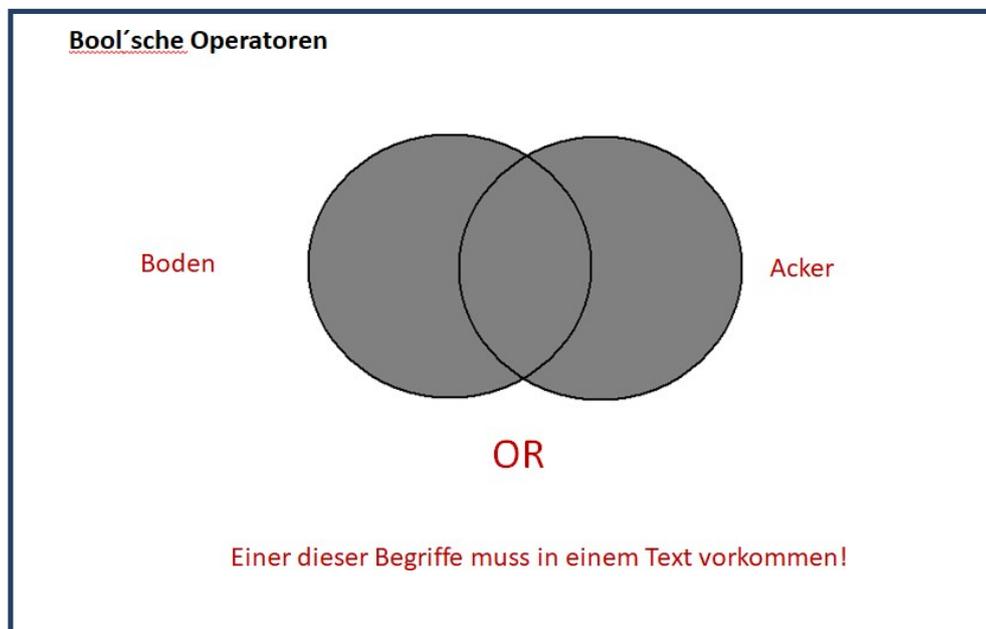
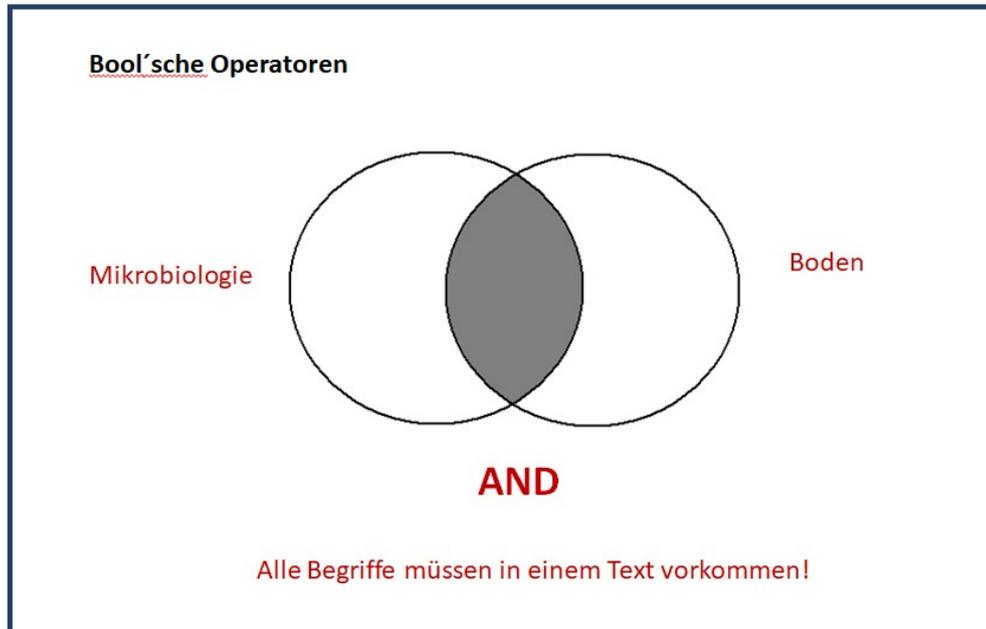
- **u:search** (Einschränkungsparameter wie Thema, Medium, Erscheinungsjahr-Begrenzung usw. verwenden)
- **Google Books:** *Erweiterte* Buchsuche verwenden
- **Google Scholar**
- **Academia.edu**
- **ResearchGate**
- Portale wie **Web of Science** oder **ScienceDirect**
- **Österreichischer Bibliothekenverbundkatalog**
- **Deutsche Nationalbibliothek**
- **Karlsruher Virtueller Katalog – KVK**
- **WorldCat**
- Und nicht zu vergessen **Datenbanken**, z.B. für die Kommunikationswissenschaft:
  - **"Communication and Mass Media Complete":** [http://rzblx10.uni-regensburg.de/dbinfo/detail.php?bib\\_id=ubsb&colors=&ocolors=&lett=f&tid=0&titel\\_id=4083](http://rzblx10.uni-regensburg.de/dbinfo/detail.php?bib_id=ubsb&colors=&ocolors=&lett=f&tid=0&titel_id=4083) (z.B. aus der Universität Wien einfach Zugang über u:search)
  - Und das ist nur eine Datenbank aus der Kommunikationswissenschaft, insgesamt gibt es mehr als 240 themenspezifische: [http://rzblx10.uni-regensburg.de/dbinfo/dbliste.php?bib\\_id=ubsb&colors=31&ocolors=8&lett=f&gebiet\\_e=53](http://rzblx10.uni-regensburg.de/dbinfo/dbliste.php?bib_id=ubsb&colors=31&ocolors=8&lett=f&gebiet_e=53)

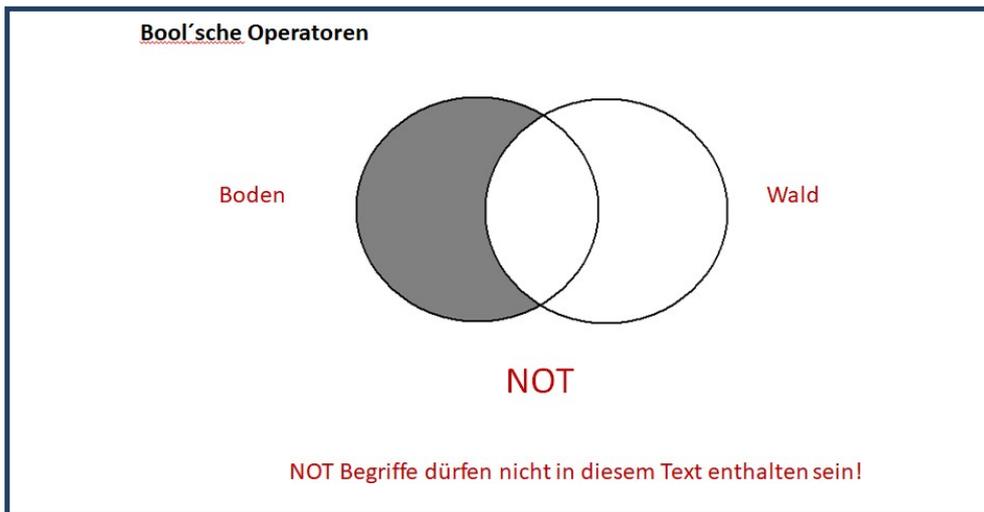
Zur gezielten Suche von Zeitschriftenartikeln empfehle ich auch:

- Vollzugang zu **SpringerLink** und **Elsevier**
- Ein Durchforsten der **Printausgaben** der aktuellen Jahrgänge von sozialwissenschaftlichen Journals in der Bibliothek

**Mein Tipp:**

Suchen Sie wie Profis, und Sie finden mehr: *Boolesche Operatoren*, *Trunkierungen* (Wortverkürzungen mit \*) und *Wildcards* (Platzhalter mit ?) verwenden.





**Trunkierung** – **ersetzt beliebig viele Zeichen**  
z.B. Univers\*  
Universität  
University  
Universitäten  
Universities etc.

**Wildcard** – **ersetzt ein Zeichen**  
B?den (findet Boden und Böden, aber auch Baden)

**Phrasensuche:**  
„biologische Landwirtschaft“  
• Suche in bestimmter Reihenfolge

Building Blocks

mi?robiolog\* AND ( „biologisch\*  
Landwirtschaft“  
OR  
„Organic farming“ ) AND ( Boden  
OR  
Acker  
OR  
soil  
OR  
field )

Mi?robiolog\* AND („biologisch\* Landwirtschaft“ OR „organic farming“) AND (Boden OR Acker OR soil OR field)  
Mi?robiolog\* („biologisch\* Landwirtschaft“ OR „organic farming“) (Boden OR Acker OR soil OR field)

\*\*\*

*Wie es weitergeht:*

- Wahl der passenden Theorie(n)/Ansätze/Modelle: Basistheorien vs. genuine Theorien der jeweiligen Fachdisziplin. Hypothesen sollen „theoriegeleitet“ sein.
- Erstellen eines Forschungsdesigns
- Entwickeln des Erhebungsinstrumentariums
- Empirische Erhebung und Auswertung
- Schreiben der Arbeit
- Verwertungszusammenhang: Publikation, Monetarisierung