

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	2
2	Forschungsfeld experimentelle Wirtschaftswissenschaften	7
2.1	Das Experiment in den Sozialwissenschaften	7
2.2	Grundmomente der experimentalökonomischen Forschungsperspektive.....	20
2.2.1	Mathematisierung der Ökonomie und die Spieltheorie	20
2.2.2	Die Etablierung der experimentellen Methode	29
2.2.3	Gründe für den Einsatz von Experimenten in der ökonomischen Forschung.....	35
3	Konzeptionelle Perspektive	39
3.1	Die Goffmansche Perspektive	40
3.1.1	Goffmans Fokussierung auf Interaktionssituationen	41
3.1.2	Rahmen, Rahmung und Rahmenanalyse	49
3.1.3	Modulationen und Verankerungen von Rahmen	57
3.2	Die ethnomethodologische Perspektive	62
3.2.1	Ethnomethodologische Grundhaltung	62
3.2.2	Die analytische Mentalität ethnomethodologischer Forschung	74
3.2.3	Verhältnis von Ethnomethodologie und Gounded Theory	77
3.3	Die soziologische Gattungsanalyse.....	80
3.3.1	Die soziologische Gattungsforschung	81
3.3.2	Gattungsanalyse als wissenssoziologische Forschungsmethode	85
3.3.3	Die drei Ebenen der soziologischen Gattungsanalyse	86
3.3.4	Die Relevanz des Medium der Kommunikation für die Analyse	90
3.4	Der Kommunikative Konstruktivismus	93
3.4.1	Grundlagen des Knoblauchschen kommunikativen Konstruktivismus	95
3.4.2	Körperlichkeit und Materialität	100
3.4.3	Technische Vermittlung kommunikativer Handlungen.....	105
3.4.4	Die Konsequenz für das Konzept der kommunikativen Gattung.....	108
4	Methodologische Perspektive und methodische Vorgehensweise	111

4.1	Forschungsdesign	111
4.1.1	Reflexive Betrachtung der eigenen Forschungsposition.....	113
4.1.2	Einordnung der eigenen Studie als Ethnographie.....	118
4.1.3	Die experimentelle Validierung durch das qualitative Experiment.....	127
4.2	Vorgehen der Datenerhebung	132
4.2.1	Unterschiedliche Sorten ethnographischer Daten.....	133
4.2.2	Differenzen der Datensorten.....	144
4.3	Wissenssoziologische Gattungsanalyse als gegenstandsadäquates Verfahren	150
5	Erweiterte wissenssoziologische Gattungsanalyse	157
5.1	Exemplarische Darstellung der Verwobenheit der Gattungsebenen	159
5.2	Merkmale der Außenstruktur	190
5.2.1	Akteurskonzept und Rationalitätsverständnis.....	193
5.2.2	Grundlegende methodische Prinzipien der experimentellen Wirtschaftsforschung.....	199
5.2.3	Das institutionelle Setting.....	204
5.2.4	Die Rekrutierung und Registrierung der ProbandInnen.....	211
5.2.5	Zusammenfassung der Ebene der Außenstruktur.....	215
5.3	Merkmale der Binnenstruktur	216
5.3.1	Gliederungsmerkmale des sozialen Prozesses des Experiments.....	218
5.3.2	Standardisierter Prozess der Platzzuweisung.....	228
5.3.3	Einleitende Begrüßung und Kommunikation der Verhaltensregeln.....	231
5.3.4	Instruktionen als Mittel der Situationsdarstellung.....	234
5.3.5	Überprüfung des Text- und Regelverständnisses.....	239
5.3.6	Lotterien.....	241
5.3.7	Die Raumstruktur und die materielle Ausstattung des Labortops.....	244
5.3.8	Mediation der kommunikativer Handlungen.....	252
5.3.9	Zusammenfassung der Ebene der Binnenstruktur.....	261
5.4	Merkmale der situativen Realisierungsebene	264
5.4.1	Der Spielchip als Koordinationsobjekt der Platzzuweisung.....	264
5.4.2	Kommunikationsrechte und Wege ihrer Erteilung.....	269
5.4.3	Fragen stellen und beantworten.....	273
5.4.4	Der Übersichtsbildschirm der Experimentatoren.....	279

5.4.5	Technische Realisierung des sequentiellen Ablaufs	283
5.4.6	Körperliche Präsenz der ExperimentatorInnen und ihre Nutzung	294
5.4.7	Die situative Orchestrierung von unterschiedlichen kommunikativen Modalitäten	298
5.4.8	Zusammenfassung der Analyseebene der situativen Realisierung	321
5.5	Das Qualitative Experiment zur experimentellen Validierung eigener Ergebnisse	324
5.6	Zusammenfassung der Analyseergebnisse	338
5.6.1	Konzeptionelle und methodische Erkenntnisse	339
5.6.2	Inhaltliche Ergebnisse.....	345
6.	Going native und coming home – Ein Ausblick	351
	Literaturverzeichnis.....	354
	ANHANG: Leitfadenvarianten	374