

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Forschungsfeld experimentelle Wirtschaftswissenschaften	7
2.1	Das Experiment in den Sozialwissenschaften	8
2.2	Grundmomente der experimentalökonomischen Forschungsperspektive	21
2.2.1	Mathematisierung der Ökonomie und die Spieltheorie	21
2.2.2	Die Etablierung der experimentellen Methode	31
2.2.3	Gründe für den Einsatz von Experimenten in der ökonomischen Forschung	37
3	Konzeptionelle Perspektive	43
3.1	Die Goffmansche Perspektive	44
3.1.1	Goffmans Fokussierung auf Interaktionssituationen	45
3.1.2	Rahmen, Rahmung und Rahmenanalyse	53
3.1.3	Modulationen und Verankerungen von Rahmen	63
3.2	Die ethnomethodologische Perspektive	66
3.2.1	Ethnomethodologische Grundhaltung	67
3.2.2	Die analytische Mentalität ethnomethodologischer Forschung	79
3.2.3	Verhältnis von Ethnomethodologie und Grounded Theory	83
3.3	Die soziologische Gattungsanalyse	86
3.3.1	Die soziologische Gattungsforschung	87
3.3.2	Gattungsanalyse als wissenssoziologische Forschungsmethode	91

3.3.3	Die drei Ebenen der soziologischen Gattungsanalyse	92
3.3.4	Die Relevanz des Medium der Kommunikation für die Analyse	97
3.4	Der Kommunikative Konstruktivismus	99
3.4.1	Grundlagen des Knoblauchschen kommunikativen Konstruktivismus	101
3.4.2	Körperlichkeit und Materialität	107
3.4.3	Technische Vermittlung kommunikativer Handlungen	111
3.4.4	Die Konsequenz für das Konzept der kommunikativen Gattung	115
4	Methodologische Perspektive und methodische Vorgehensweise	119
4.1	Forschungsdesign	120
4.1.1	Reflexive Betrachtung der eigenen Forschungsposition	121
4.1.2	Einordnung der eigenen Studie als Ethnographie	127
4.1.3	Die experimentelle Validierung durch das qualitative Experiment	136
4.2	Vorgehen der Datenerhebung	142
4.2.1	Unterschiedliche Sorten ethnographischer Daten	143
4.2.2	Differenzen der Datensorten	155
4.3	Wissenssoziologische Gattungsanalyse als gegenstandsadäquates Verfahren	160
5	Erweiterte wissenssoziologische Gattungsanalyse	169
5.1	Exemplarische Darstellung der Verwobenheit der Gattungsebenen	172
5.2	Merkmale der Außenstruktur	204
5.2.1	Akteurskonzept und Rationalitätsverständnis	207
5.2.2	Grundlegende methodische Prinzipien der experimentellen Wirtschaftsforschung	214
5.2.3	Das institutionelle Setting	219
5.2.4	Die Rekrutierung und Registrierung der ProbandInnen	227
5.2.5	Zusammenfassung der Ebene der Außenstruktur	231
5.3	Merkmale der Binnenstruktur	232
5.3.1	Gliederungsmerkmale des sozialen Prozesses des Experiments	235
5.3.2	Standardisierter Prozess der Platzzuweisung	245

5.3.3	Einleitende Begrüßung und Kommunikation der Verhaltensregeln	249
5.3.4	Instruktionen als Mittel der Situationsdarstellung	252
5.3.5	Überprüfung des Text- und Regelverständnisses	257
5.3.6	Lotterien	259
5.3.7	Die Raumstruktur und die materielle Ausstattung des Laboratops	263
5.3.8	Mediation der kommunikativen Handlungen	271
5.3.9	Zusammenfassung der Ebene der Binnenstruktur	281
5.4	Merkmale der situativen Realisierungsebene	283
5.4.1	Der Spielchip als Koordinationsobjekt der Platzzuweisung	284
5.4.2	Kommunikationsrechte und Wege ihrer Erteilung	288
5.4.3	Fragen stellen und beantworten	292
5.4.4	Der Übersichtsbildschirm der Experimentatoren	299
5.4.5	Technische Realisierung des sequentiellen Ablaufs	302
5.4.6	Körperliche Präsenz der ExperimentatorInnen und ihre Nutzung	312
5.4.7	Die situative Orchestrierung von unterschiedlichen kommunikativen Modalitäten	317
5.4.8	Zusammenfassung der Analyseebene der situativen Realisierung	341
5.5	Das Qualitative Experiment zur experimentellen Validierung eigener Ergebnisse	343
5.6	Zusammenfassung der Analyseergebnisse	359
5.6.1	Konzeptionelle und methodische Erkenntnisse	360
5.6.2	Inhaltliche Ergebnisse	367
6	Going native und coming home – Ein Ausblick	375
	Literaturverzeichnis	379