
Warum Werte?

Micha Strack, Carsten Gennerich, Norbert Hopf

Warum Werte? In Lehrbüchern kommen sie kaum vor. Vielleicht, weil es bis in die 1980er nur Rokeachs 18er-RVS-Kärtchen gab – die Auswahl zu arbiträr, das Ordinalniveau zu unhandlich. Seither aber gibt es Schwartz' semantisch wohl universalen Wertekreis, der sich nicht nur im SVS, sondern auch in anderen Itemsätzen wiederfinden lässt (Studiengruppe 1: Reanalysen von ALLBUS, Shell-Jugendstudie u.a.). Auch eine eigene Kurzform wird vorgestellt (Studie 2: 14-Bipol-VQ). Für die von Schwartz entwickelte (PVQ-21) liegen mittlerweile europäische Normwerte vor (Studiengruppe 1: Reanalyse der ESS). Der PVQ-Kritik von Mohler und Wohn (2005) wird von uns widersprochen. Wird der Wertekreis als generelles Inhaltsmodell für Werthaltungen akzeptiert (These 1), lässt sich mit ihm (so These 2) die Bedeutung umstrittener oder neuer differentieller Konstrukte klären (Studiengruppe 3: Ungerechtigkeitssensibilität, Soziale Verantwortung, Immanent versus Ultimativ Gerechte Welt). Gemäß These 3 lassen sich soziale Milieus im Wertekreis visualisieren (Beispiele aus Studiengruppe 1). Bei der Gelegenheit werden die SINUS-Milieus neu interpretiert. In Milieus fungieren Werte als soziale Bedingungen des Erlebens und Handelns. Laut These 4 sind Werte das latente Wirkkonstrukt hinter vielen sozialpsychologischen Phänomenen. Werthaltungen sind differentielle Prädiktoren von Einstellungen und Handlungen (Beispiele aus Studiengruppe 1 u. 3, Haustier- und Musikpräferenzen in Studie 4 u. 5). Sie verändern Wissensstrukturen über soziale Objekte (Studie 6: Assimilation und Kontrast in der Repräsentation einer Marke). Sozialperspektivisch bei anderen vermutete Werthaltungen sind Kernkonstrukte sozialer Beziehungen (Studie 5: Ähnlichkeit schafft Sympathie, Studie 7: Intergruppenkonflikt). Die Werthaltigkeit der Situation tritt als soziale Bedingung des Erlebens und Handelns hervor. Noch vergleichsweise einfach gelingt die Bewährung der Value-Fit Hypothese, schon seltener sind Werthaltungsänderungen in werthaltigen Umwelten aufzuspüren (Studie 8: Werteänderung in einer Weiterbildung). Noch fehlt den Situationen die Systematik des Wertekreises. Sie gelingt bisher wohl nur anhand von Vignetten (Studie 9: Person- und Situationsabhängigkeit ethischer Begründungsprinzipien im Wertekreis). Um die in Studie 9 ausgebliebene Person-mal-Situations-Interaktion systematisch abzuklären, müssen Personen, Situationen und Handlungsalternativen um den Kreis herum variieren. Design und erwartete Ergebnisse werden vorgestellt. Wegen der Werte-Komplementarität

hat die Interaktionsfrage einen kurvenlinearen Zusammenhang aufzudecken (These 5), was nur dank der Vollständigkeit des Kreises (These 1) gelingen dürfte.

Ob dies Fünf-Thesen-Plädoyer eine Sozialpsychologie der Werte begründen kann, sollte das Plenum des 23. Hamburger Symposiums im Sinne einer Hofstätterschen Bestimmungsleistung diskutieren.

Schlüsselwörter: Wertekreis, Einstellung, Konstruktklärung, Milieus, Person-mal-Situations-Interaktion

Why Values?

Why interested in values? In (German) textbooks they almost did not exist. Up to the nineteen-eighties, there were only Rokeach's cards – the list quite arbitrary, the ranks cumbersome. Nowadays, however, the semantically universal value circle of Schwartz exists. The circle is not only replicable in the SVS, but also in a variety of item-sets (1st study: reanalyses of surveys like ALLBUS, Shell-Youth study a.o.) and a self developed short-form (2nd study: 14-Bipole-VQ). For the Schwartz' PVQ-21 European norms already exist (1st study: reanalysis of the ESS). We do not agree with the critical view of Mohler & Wohn (2005). Accepting the value cycle as a general content model of values (thesis 1), we are able to resolve meaning vagueness (thesis 2) in related personality constructs (3rd study: justice sensitivity, social responsibility, immanent versus ultimate just world). According to thesis 3 the value circle can serve as tool to visualize social milieus (examples in 1st study). The SINUS-milieu axes could be interpreted in a new way. According to thesis 4, values power most of the psychological phenomenon. They differentially predict attitudes and choices (examples in the 1st and 3rd study; pet or music preferences in the 4th and 5th study). They moderate knowledge representations of objects (6th study: assimilation and contrast in representations of brands). Metaperceptions of values attributed to others are the core of psychology of social relations (5th study: similarity and friendship, 7th study: intergroup conflict). Behavior is driven by situational values. The value-fit hypothesis is already empirically established. Much more seldom are studies of value change by value laden environments (8th study: value change by off-the-job training). The value circle might solve the systematisation of situations. For now, we operationalize value laden situations in vignettes (9th study: dependence of ethical justifications on personal and situational values). In order to treat the person-situation-interaction systematically, it is necessary that subjects, situations, and actions vary representatively around the values circle. The design and expectations are elaborated. Because of the complementarity of values the integrationists approach has to detect a curvilinear relation (thesis 5),

which might be made possible by the completeness of the value circle (shown by thesis 1).

Key words: value circle, attitude, construct validity, milieu, person x situation interaction

1. Einleitung

„Warum sollte sich die Sozialpsychologie mit Werten beschäftigen?“ „Was bliebe von einer Sozialpsychologie ohne Werte?“ Egal von welchem der beiden Pole aus eine Antwort gesucht wird, in Lehrbüchern der Sozialpsychologie (Ausnahme: Witte, 1989/ 1994) findet sie sich nicht. Dieser Aufsatz zielt auf eine Antwort in fünf Thesen.

Aufgabe der Sozialpsychologie ist das Beschreiben, Erklären und Vorhersagen desjenigen Anteils am Erleben und Verhalten von Individuen, der durch soziale Bedingungen verursacht ist. Wenn Werte in der Sozialpsychologie viel zu suchen haben, dann müssen sie als solche soziale Bedingungen in Betracht kommen. Nach der auf Lewin zurückgeführten Aufteilung von Bedingungen in solche der Person und solche der Situation (ggf. einschließlich der Interaktion von Person mal Situation) dürfen beide Faktorengruppen auf die Relevanz von „Werten“ abgeklopft werden (Abb. 1).

Als Prototyp für die (in der Nachkriegs-Sozialpsychologie wohl noch üblichen) Behauptung der *Werthaltigkeit von Situationen* gilt uns die Situation im Milgram-Experiment. Um die in Abb. 1 genannten Perspektiven einzunehmen, brauchen wir ein Messmodell für die Werthaltung (der Person)¹ und eins für die Werthaltigkeit der Situation. Trotz Erfolgen der allgemeinspsychologischen frühen Sozialpsychologie ist die vorherrschende Perspektive zeitgenössischer Werteforschung die differentielle. In den Abschnitten 2 bis 4 wird diese beibehalten, erst anschließend wird versucht Situationen zu thematisieren.



Abb. 1: Anforderungen an eine Wertepsychologie

¹ „Werthaltung der Person“, ist seit Graumann und Willigs (1986) Begriffsfestlegung eine Tautologie.

2. Werthaltung

These 1: Für die differentielle Wertepsychologie liegen Theorie und Messmodell mittlerweile vor.

In der Wertepyramide von Rokeach (1968; Abb. 2), wird *Identität* über das Konstrukt zentraler Werte definiert, die dann Einstellungen und Absichten steuern. Empirische Bewährung liefern z.B. Homer und Kahle (1988), in organisationspsychologischer Anwendung z.B. Rosenstiel und Nerdinger (2000, S. 153), in rechtspsychologischer z.B. die Abb. 18.

Dissonanzreduktion, mittels derer erst Einstellungen, dann Werthaltungen dem eigenen Verhalten reflektierend angepasst werden, ist in der Wertepyramide ebenfalls darstellbar. Im aktuelleren Modell von Rohan (2000), dass die zur Zeit beliebte Annahme von zwei Wegen der Informationsverarbeitung abbildet, den automatischen Prozess der Verhaltenswirksamkeit von Werthaltung und den kontrollierten Prozess über Reflektion, ist die Rokeach-Pyramide als Kern noch gut zu erkennen (Abb. 3).

Neben der Forderung einer persönlichkeitspsychologischen Theorie kann auch die nach einem Messmodell für differentiiell variierende Werthaltungen als erfüllt angesehen werden. Die Entwicklung der Werthaltungsmessung in der Psychologie lässt sich grob (weniger vereinfachend bei Schlöder, 1993) in drei Etappen zusammenfassen: Gegen 1915 ging es Spranger vor philosophischem Hintergrund um objektive Erfordernisse, die sechs Persönlichkeitstypen (den religiösen, moralischen, ästhetischen, wissenschaftlichen, ökonomischen und politischen Menschen) hervorbrächten. 1931 haben Allport und Vernon diese Typen über forced choice-Fragen operationalisiert. Vor dann einstellungspsychologischem Hintergrund hat Rokeach eine Liste von Werten zusammengestellt und Kulturvergleiche vorgelegt. Seine RVS-Kärtchen (18 Ziel- & 18 instrumentelle Werte, dt. z.B. in Witte, 1989, S. 406f.), die nach Wichtigkeit zu ‚rangreihen‘ sind, hatten sich in den 1970er und 80er Jahren weltweit durchgesetzt. Solche festen Listen mit ihrem Gewinn an Ergebniskommensurabilität haben

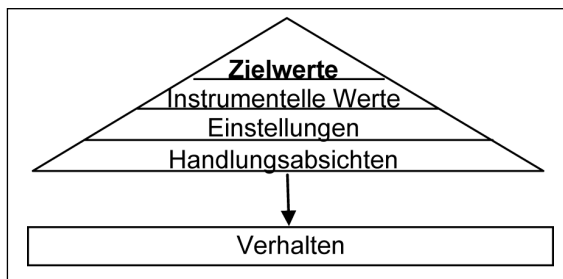


Abb. 2: Wertepyramide nach Rokeach (1968; Bild aus Strack, 2004, S.175)

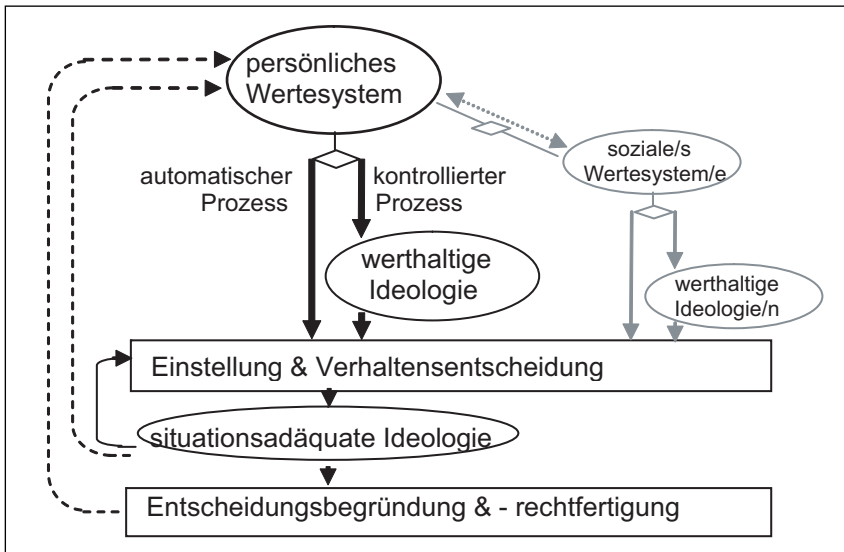


Abb. 3: Theorie zur Werthaltung nach Rohan (2000)

u.a. immer den Nachteil, dass etwas fehlt. Im RVS fehlt bspw. *Gesundheit!* Zweitens hat die Rangierungsprozedur die Zahl berechenbarer Fragestellungen erheblich reduziert, da keine mehrfaktoriellen und multivariaten Signifikanztests für ordinalskalierte AV entwickelt (geschweige denn verfügbar) sind. Schwartz und Bilsky haben die von 36 mittlerweile auf über 50 Werte angewachsene Liste innerhalb verschiedenster Kulturen jeweils einer Multidimensionalen Skalierung unterzogen: Innerhalb jeder Kultur ergibt sich die zweidimensionale Struktur des Wertekreises (Abb. 4).

Die u.E. erst post hoc gelieferte Begründung zur Empirie in Abb. 4 ist nun eine motivationspsychologische (s.a. Bilsky, in diesem Band) und lässt wieder Tendenzen zur Annahme objektiver Erfordernisse erkennen („universal requirements of human existence“, Schwartz 1992, S. 4). Während die Theorieentwicklung zum jeweiligen Messmodell sich also im Kreis zu bewegen scheint (objektive Erfordernisse → Persönlichkeit → Einstellung → Motivation → objektive Erfordernisse), wird das Skalenniveau klassisch gesteigert (Typen → Rangierung → Ratings & euklidischer Raum). Die Raumkonzeption erlaubt auch, neue Wertformulierungen im gleichen Kreis zu positionieren, er dürfte damit weitgehend itemunabhängig sein.

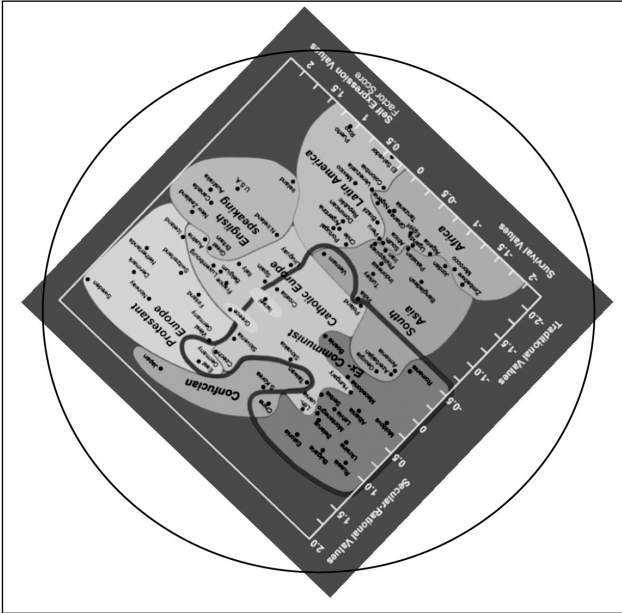


Abb. 5: Die Value Map aus dem World Value Survey (www.worldvaluessurvey.org/statistics/) zur Deckung mit Schwartz' Wertekreis um 135° gegen den Uhrzeiger gedreht (Strack, 2005).

tungsmethode gewechselt (Studiengruppe 1: Reanalysen). Während Schwartz und Bilsky mit MDS arbeiten und die meisten Adepten dann die von Schwartz (1992; Schwartz et al., 2001) vorgeschlagenen 10 oder 7 Skalen berechnen und Cosinus-förmige Korrelationsmuster mit Drittvariablen tabellieren, hat die von uns bevorzugte Faktorenanalyse der ipsatierten² Wichtigkeitsratings u.a. den Vorteil, die beiden Achsen des Wertekreises (im Folgenden als Traditions- und Universalismus-Achse abgekürzt, s. Abb. 10) als Dimensionsvariablen di-

² Das Ipsatieren der Ratings vor der PCA ist nötig, weil Wichtigkeitsratings wohl generell einen hohen Anteil an Akquieszenz beinhalten, der durch das Ipsatieren (persönliches Zustimmungsmittel von jedem Item abziehen) eliminiert wird. Auch wenn die methodische Kritik am Ipsatieren (z.B. Baron, 1996) diskussionswürdig ist, raten wir von einer Verrechnung von Werte-Items oder -Skalen ohne vorheriges Ipsatieren ab. Es resultieren idiosynkratische Faktoren (bspw. Aluja & Garcia, 2004). Auch Hofstede's vier bis fünf Kulturdimensionen sind ohne Ipsatieren gewonnen, auch Klages' vier Typen (s.a. in diesem Band) ließen sich als Inglehart-Bipolarität plus orthogonale Akquieszenz rekonstruieren.

rekt zu berechnen, womit Korrelations- und Lokationsplots mit Drittvariablen (s. Abb. 11 ff.) einfach werden.

Zunächst wird die Methode an den deutschsprachigen Daten des SVS (N=535 LehrerInnen und Studierende, 1999 dankbar erhalten von Manfred Schmitt (s. Schmitt, Schwartz, & Steyer, 1993) demonstriert. Sowohl die Eigenwertkurve der 58 ipsatierten Items (Abb. 6a) als auch die der 10 ipsatierten Skalenwerte (Abb. 6b) besitzen den von Scree geforderten Knick nach dem 2. Faktor (und den für ipsatierte Daten typischen letzten Eigenwert kleiner Null). Die Faktorladungen der ipsatierten Items und ipsatierten Skalen des SVS (für Skalen ist das aufgrund semantisch fehlerhafter Benennung nicht selbstverständlich: s. Hinz, Brähler, Schmidt, & Albani, 2005, und den Text zu Abb. 9) entsprechen der Forderung in Abb. 4.

Abb. 7a zeigt die wohl unterhaltsamste Abbildung der Studiengruppe 1: *Das Wahre, Schöne & Gute im Wertekreis!* Zwar besitzt der Eigenwertverlauf, der aber auch nur sechs, den Spranger-Typen entsprechend gebildete Ratings enthält (Hänze und Lantermann, 2001, haben sie in ihrer Evaluation der Körperwelten-Ausstellung verwendet, N=494), keinen Knick, die Lage der Typen scheint uns aber akzeptabel.

Originale RVS-Daten fehlen in Studiengruppe 1 noch. Abb. 7b verarbeitet stattdessen Rangreihen von 13 Werten, die Schmitt, Maes und Schmal (1997) in ihrer GiP-Studie erhoben (GiP ‚Gerechtigkeit als innerdeutsches Problem‘, hier

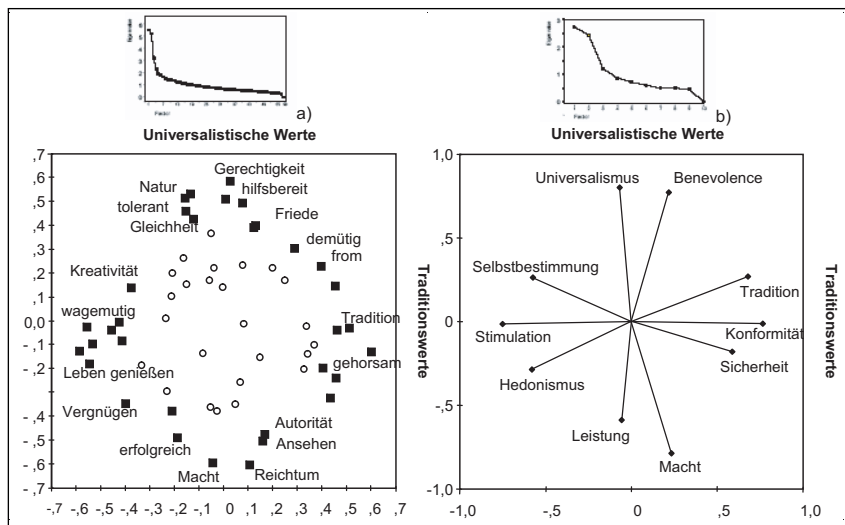


Abb. 6: Der Wertekreis in der faktorenanalytischen Reanalyse des SVS (N=535, Daten von Schmitt et al., 1993).

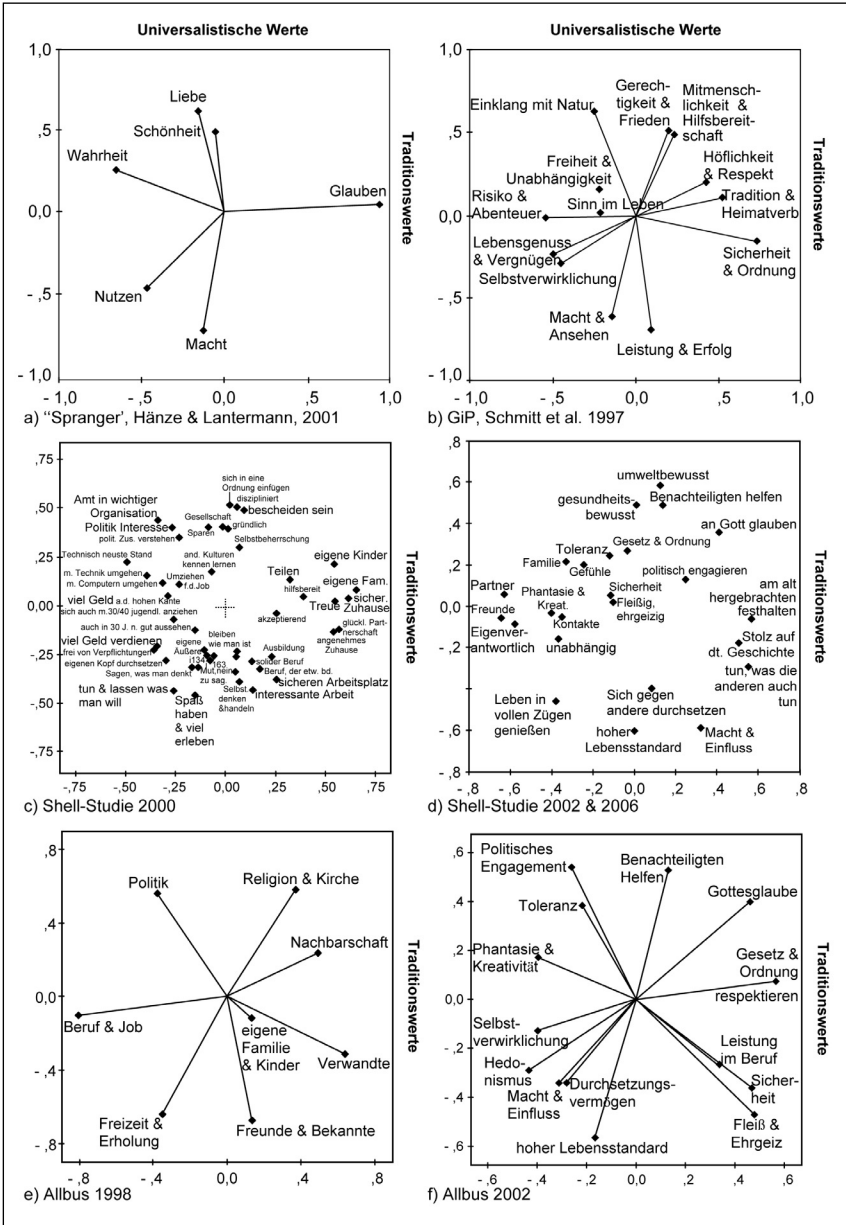


Abb. 7: Der Wertekreis in der faktorenanalytischen Reanalyse anderer Werteinventare (Studiengruppe 1)

Welle 1, N=1743). Trotz suboptimalen Skalenniveaus und fehlendem Eigenwertknick entspricht die Semantik der Anordnung der Items in Abb. 7b dem Schwartz'schen Modell.

In den von Shell finanzierten Repräsentativumfragen unter Jugendlichen wurden in 2000 (ZA Köln) 48 werthaltige Themen von 4546 Jugendlichen (15–24 J.) nach persönlicher Wichtigkeit fünfstufig beurteilt. Die Themen lassen sich mit Eigenwertknick auf zwei Dimensionen reduzieren, der Wertekreis wird in Abb. 7c erwartungsgemäß hergestellt. Zwei Jahre später (Shell, 2002) wurden auch 12-jährige Jugendliche einbezogen (Gesamt-N= 2515) und nur noch 24 Werte erhoben. Ihren Wertekreis realisiert Abb. 7d. In der Shell-Studie 2006 erreichen die gleichen 24 Werte in einer neuen Stichprobe (N=2532) die gleichen Korrelationen (Abb. 7d). In den Allgemeinen Bevölkerungsumfragen der Sozialwissenschaften (ALLBUS) werden von der ZUMA manchmal ebenfalls Werteratings erhoben (leider nicht in 2004 und 2006). Abb. 7e zeigt die faktorenanalytische Reduktion von 1998 erhobenen acht Wichtigkeitsratings (N=3178), Abb. 7f die von 2002 erfassten 14 Werte (N=2820).

Da in diesen Sekundäranalysen von Wertelisten (Abb. 7, zwei weitere bei Genrich, 2001, 2003), deren Mehrheit wohl ohne Bezug auf Schwartz und Bilsky entwickelt wurde, jeweils ein mit Abb. 4 kommensurabler Wertekreis gefunden wird, möchten wir den Kreis der Wertesemantik – gleich mit welchen Listen er operationalisiert wird – in Abb. 10 generalisieren.

Zeitlich vor dieser Erkenntnis (etwa im Jahr 2000) hatte Strack aus Abb. 6a die 14 Items einer Kurzform der kreisgerechten Werthaltungserhebung selektiert. Da die Items bipolar zusammengesetzt wurden (z.B. „GLEICHHEIT (gleiche Chancen für alle) versus AUTORITÄT (das Recht zu führen und zu bestimmen)“, fünfstufige relative Wichtigkeitsentscheidung), erübrigt sich ein Ipsatieren. Abb. 8 zeigt die faktorenanalytische Konstruktion des Kreises (Stichprobe nicht-repräsentativ aber heterogen, N=726; Bogen und Verrechnungsformel von Verf. erhältlich).

Mit einer bipolaren Itemkonstruktion experimentierten auch Oishi, Schimmack, Diener und Suh (1998), eine Kurzform aus 10 unipolaren Items präsentieren Lindemann und Verkasalo (2005).

Allerdings hatte in der Zwischenzeit auch Shalom Schwartz selbst dem Druck zu einer Kurzform hin nicht mehr widerstanden und seinen PVQ40 (Schwartz et al., 2001) auf 21 Items verkürzt (PVQ21). Der PVQ21 konnte an der ersten großen europäischen Umfrage, dem European-Social-Survey (www.european-socialsurvey.org) und kann an deren Fortführungen partizipieren. Abb. 9a wendet die Faktorenanalyse auf die ipsatierten Daten von knapp 40tausend Europäern (Jowell et al., 2003) an. Zwar ist die Eigenwertkurve in Abb. 9a nicht so ideal wie die in Abb. 6 oder 8, die Repräsentativstichprobe des ESS aber ist schwer zu übertreffen.

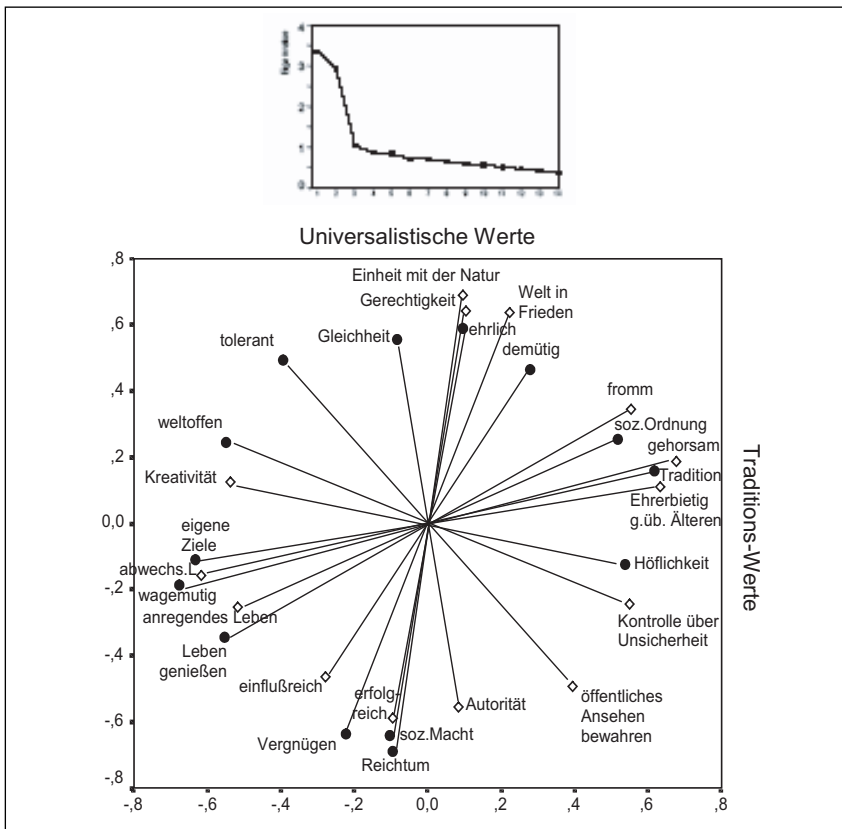


Abb. 8: Der Wertekreis in der 14-BiPol-Kurzform (Strack, 2004, S. 178)

In der Tat wird Überschneidungsfreiheit von zehn (Schwartz et al., 2001, für die Varianz zwischen Nationen auch sieben) „Skalen“ aus 21 Items, die zudem circumplex organisiert sein sollen, nicht perfekt realisiert. Der vernichtenden Kritik des PVQ21 durch Mohler und Wohn aber – „Die Annahme von Schwartz, ein universelles Wertesystem gefunden zu haben, kann mit den von ihm vorgeschlagenen Analysen der Daten des European Social Survey nicht bestätigt werden“ (2005, S. 16) – wollen wir uns nicht anschließen. Mit der hier vorgeschlagenen Faktorenanalyse ipsatierter Ratings bleiben die analog zu Mohler und Wohn länderspezifisch berechneten Wertekreise der ESS Daten nämlich hinreichend stabil (bspw. korrelieren die Lokationen der deutschen Befragten im deutschlandspezifisch versus gesamteuropäisch berechneten Werteraum pro Achse $r \geq .99!$).

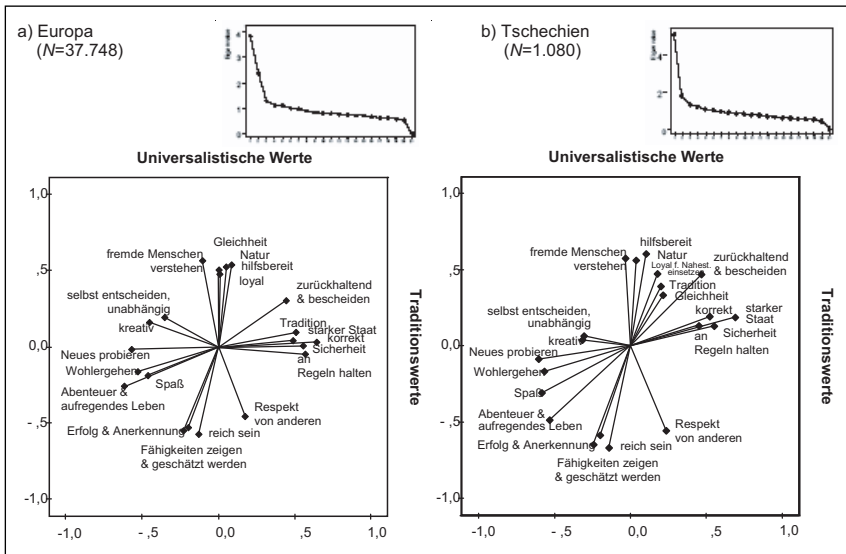


Abb. 9: Der Wertekreis in der faktorenanalytischen Reanalyse der PVQ21-Daten der ESS-1

Für die Stichprobe aus Tschechien haben Mohler und Wohn mit MDS-Methodik auch noch ermittelt, dass „Self direction und Stimulation ... einander gegenüber angeordnet“ seien (2005, S. 15). In unserer faktorenanalytischen Reanalyse sind die Werteinterkorrelationen dieser Teilstichprobe nach Scree-Kriterium zwar unschön eindimensional (Abb. 9b oben) und die Ladungen der relevanten Werte „kreativ“ und „neues probieren“ recht klein – aber (Abb. 9b unten) durchweg konformen Vorzeichens! Die Lokationen der Teilnehmenden im tschechischen versuch europaweit berechneten Wertekreis der ESS-1 korrelieren immer noch zu $r \geq .94$. Länderspezifische Kreise sind unnötig. Wir stimmen somit zwar der Ablehnung der Skalenbildung zu (sie sind in der PVQ21 auch ungünstig besetzt, bspw. bedeuten die beiden den Term „Sicherheit“ wörtlich enthaltenden Items, Nr. 5 und 14 der PVQ21, keine Sicherheits- sondern Traditionswerte; schon beim PVQ40 war die Sicherheits-Skala ähnlich problematisch, s. Hinz et al., 2005; Koivula & Verkasalo, 2006).

Mit Abb. 9 aber weisen wir die zitierte Kritik von Mohler und Wohn (2005) zurück: auch der PVQ21 kann den universalen Wertekreis operationalisieren.

Nach diesem Parcours durch Abb. 4 bis Abb. 9 halten wir den Wertekreis für ein Inhaltsmodell einer Generalität, wie sie sonst nur das Semantische Differential (Osgood, Suci, & Tannenbaum, 1957; Ertel, 1965), die Big Five (Costa & McCrae, 1985) und der Interpersonal Circumplex (Leary, 1957; Wiggins, 1979;

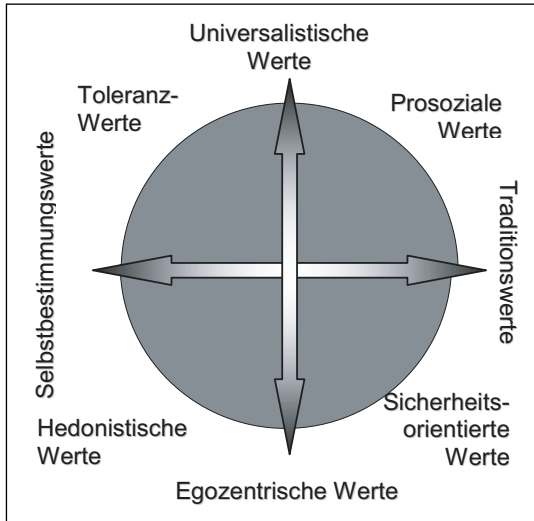


Abb. 10: Das generelle Inhaltsmodell Wertekreis

Horowitz, Rosenberg, Bauer, Ureno, & Villasenor, 1988) aufweisen. Daher folgt Abb. 10 dem auf 10 Segmente verzichtenden Vorschlag (Strack, Boulton, Kenkmann, & Held, 2004, S. 363) zur Ikonisierung des Kreismodells.

Zu den für These 1 relevanten Argumenten der überkulturellen Universalität und der Instrumentenunabhängigkeit lässt sich hinzufügen, dass Quinn (1988) in seinem Competing Values Model CVM den Wertekreis aus Abb. 10 in einer (MDS-) Analyse von Effektivitätskriterien für Unternehmen gefunden (Quinn & Rohrbaugh, 1983), mit Parsons funktionalen Anforderungen an soziale Systeme verglichen und dann sowohl in einen Führungsrollen- als auch in einen Organisationskultur-Kreis umgesetzt hat (ausführlich in Strack, 2004, S. 274ff., übersetzte Skalen von Verf. erhältlich). Ein Kreis von Kundenorientierungswerten wurde ergänzt (Strack, 2004, S. 395ff.; Strack et al., 2004).

Der einzige Einwand gegen die Generalität in Abb. 10, den wir bisher noch nicht entkräften konnten, stammt von Bales (1969, 1999): Sein SYMLOG-Modell ist dreidimensional (www.symlog.com) – auch in der IOVAL (Individual & Organizational Values). Allerdings hatte Bales' Doktorand Couch die Items für das „Value Content Analyse System“ 1960 nicht ipsatiert (Bales, 1999:112), nach Ipsatieren dürften der Positiv-Pol („equalitarian“) und der Upward-Pol („individual success“) bipolar verknüpft sein.

4. Ein Inhaltsmodell hilft bei der Klärung anderer Konstrukte

Wird die Schlussfolgerung aus Kap. 3, das generelle Inhaltsmodell für Werthaltungen in Abb. 10 akzeptiert, kann der Wertekreis zur Klärung umstrittener und zur Bewertung neuer Konstrukte genutzt werden, wie es mit dem Semantischen Differential oder den Big Five üblich ist. Die Überschrift dieses Abschnitts formuliert die These 2.

Das differentielle Konstrukt der **Ungerechtigkeitsensibilität** ist in drei Facetten eingeteilt (Schmitt, Gollwitzer, Maes, & Arbach, 2005): die Sensibilität für Ungerechtigkeiten, die andere betreffen (Beobachterperspektive), für solche durch eigenes Handeln selbst verursachte (Täterperspektive) sowie Sensibilität für eigene Benachteiligungen (Opferperspektive). Die drei Facetten sollen eine Reihe unterschiedlicher Korrelate mit sich führen (Schmitt et al., 2005; Gollwitzer, Schmitt, Schalke, Maes, & Baer, 2005).

Durch Reanalyse der GiP-Daten (Schmitt et al., 1997), deren Wertekreis-Operationalisierung Abb. 7b enthält, sodass die drei in GiP enthaltenen Skalen nur noch mit den Achsen korreliert werden müssen, ergibt sich Abb. 11: Personen mit universalistischer Werthaltung sind sensibel für Benachteiligung anderer und ungerechte eigene Bevorzugung. Selber ungerecht benachteiligt zu werden, macht ihnen hingegen weniger aus. Denn eher Personen mit egozentrischer Werthaltung „ärgern sich, wenn sie schlechter behandelt werden als andere“ (Ladungssitem Opferperspektive). Diese Zweiteilung muss ein Kon-

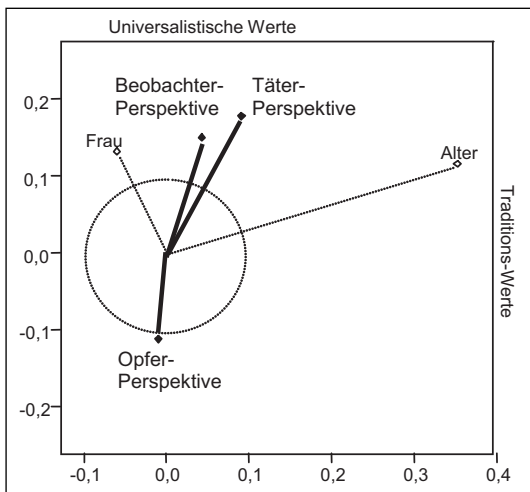


Abb. 11: Die drei Facetten der Ungerechtigkeitsensibilität im Wertekreis (Reanalyse aus der GiP-Studie, Welle 1, N=1616; Schmitt, Maes et al. 1997).

strukt der Ungerechtigkeitssensibilität also behalten, doch fragt sich, ob Befunde zum neuen Konstrukt nicht einfacher auf Werthaltungen (i.S.v. Abb. 1) zurückgeführt werden können.

Eine ähnlich bipolare Konzeption wie in Abb. 11 ergab sich für die ursprünglich orthogonal konzipierten ethischen Überzeugungen „Idealismus“ und „Realismus“ im EPQ (Forsyth, 1980) aus der Reanalyse von Strack und Gennerich (2007).

Als weiteres Beispiel für die Begriffsklärungsfunktion des Wertekreises interessiert das Konstrukt **Soziale Verantwortung**. In unserem Alltagsverständnis setzt sich soziale Verantwortung aus einer Gemeinwohlorientierung („sozial“) und einer Selbstregulationskomponente („Verantwortung“) zusammen. Jedoch hat Bierhoff (2000) nach Übersetzung des Berkowitz & Daniels Fragebogens die aus den 22 Items extrahierten zwei Faktoren mit „Befolgen sozialer Spielregeln“ und „Erwartungserfüllung“ benannt. Warum sind beide einander ähnlich? Und warum konnotieren beide Konventionalität?

Wir erhielten für den Bierhoff-Bogen in einer heterogenen Stichprobe (N=132, Strack & Gennerich, 2001) nach Scree-Test drei Faktoren, die mit „Verlässlichkeit“, „Gemeinwohlorientierung“ und „externale Kontrollüberzeugung“ benannt werden konnten. Abb. 12 zeigt deren Korrelations-Position im Wertekreis, der über die 14-Bipol-Werteform von Abb. 8 operationalisiert ist. Die dritte Dimension wurde für Abb. 12 umgepolt. Der Faktor Verlässlichkeit könnte

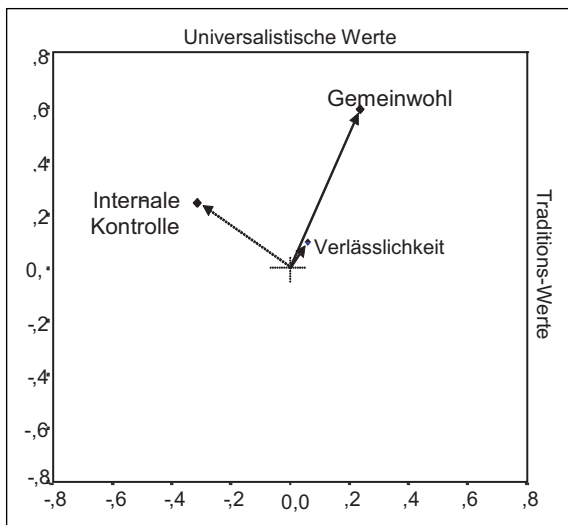


Abb. 12: Drei Facetten Sozialer Verantwortung, Items: Bierhoff (2000) im Wertekreis (N=132).

wegen seiner Orthogonalität zu den Werthaltungen mit der Gewissenhaftigkeit der Big Five gleichgesetzt werden (vgl. z.B. Roccas, Sagiv, Schwartz, & Knafo, 2002). Unser am Alltagsverständnis orientierte Begriffsverständnis kann somit beibehalten und „Soziale Verantwortung“ über die drei Bestandteile in Abb. 12 definiert werden.

Auch die von Maes (1992, 1998, s. auch in diesem Band) vorgeschlagene Differenzierung des **Gerechte Welt - Glaubens** (GWG) in den an eine ultimative Gerechtigkeit und den an eine immanente Gerechtigkeit in der Welt erschien uns erklärungsbedürftig. Nur der Glaube an immanente Gerechtigkeit soll unsoziale Folgen (bspw. Opferabwertung) nach sich ziehen. Betrachtet man prototypische Items wie „Unglück ist die gerechte Strafe für einen schlechten Charakter“ (immanente Gerechtigkeit), aber „Wer schwer leiden muss, wird eines Tages dafür entschädigt“ (ultimative Gerechtigkeit), so wird fraglich, ob die mitgedachte Zeitspanne (eine lange im ultimativen Fall), oder aber der von Maes nicht besprochene Heidersche Balanciertheitsgrad (Immanenz balanciert) oder sogar allein die teils auch konfundierte Konsequenzvalenz (negativ für immanente Gerechtigkeit) für die Befunde verantwortlich ist. Strack, Gennerich und Münster (2006) konstruierten Items für alle acht Faktorkombinationen, Abb. 13 wiederholt einen ihrer Befunde: Nicht nur mit unsozialen In-

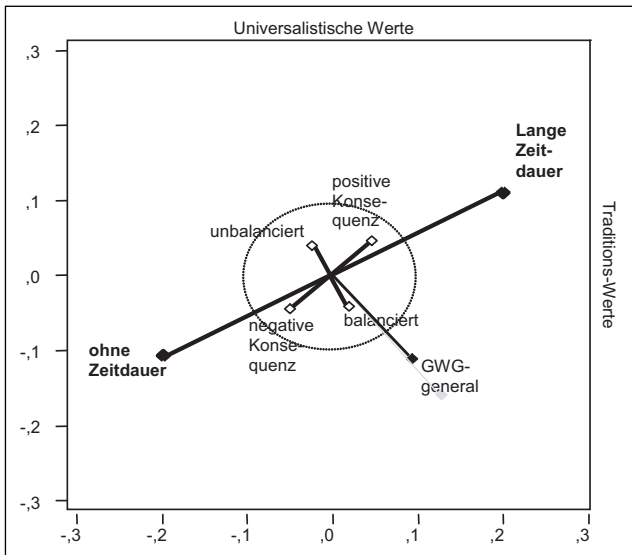


Abb. 13: Drei potentielle Wirkfaktoren der Differenzierung des ultimativ gerechte Welt und immanent gerechte Welt - Glaubens im Wertekreis (Strack, Gennerich & Münster 2006).

tionen, auch mit den über den PVQ (s. Abb. 9a) operationalisierten Werthaltungen korreliert neben dem General-Faktor des GWG nur der Faktor der Zeitdauer.

Mit diesen Beispielen wird gemäß These 2 vorgeführt, wie der Wertekreis zur Klärung von Konstrukten der differentiellen Psychologie genutzt werden kann (zu Motiven s. Bilsky, 2006; zur analogen Klärung theologischer Begriffe s. Gennerich & Huber, 2006; Gennerich, 2007a, 2007b). Allerdings gerät die allgemeinpsychologische Perspektive dabei in den Hintergrund. Im nächsten Abschnitt wird daher zunächst versucht, der „Warum Werte?“ Frage mit einer Annäherung an die sozialwissenschaftliche Perspektive zu begegnen, um dann in Kap. 6 und 7 die Situationsfrage expliziter anzugehen.

5. Milieus im Wertekreis

Aus soziologischer Perspektive dürften Milieu und Normen Umwelt-Prädiktoren individueller Werthaltungen sein. Die frühere Klassen- und Schichten-Terminologie der Sozialstrukturanalyse wurde durch den ‚weniger marxistischen‘ Begriff sozialer Milieus abgelöst, die auch nicht mehr nur Herkunft, sondern Denk-, Handlungs- und Lebensstile umfassen, also (zumindest) die (angewandte) Psychologie herausfordern. Einschlägig sind hier Autoren wie Schulze (1992) mit seinem *Niveau-, Harmonie-, Integrations-, Selbstverwirklichungs- und Unterhaltungsmilieu*, die noch durch Alter und Bildungsgrad aufzudecken waren, oder das durch Bildung und Geld aufgespannte Milieu-Dreieck nach Bourdieu (1983/1992). Dieser Abschnitt möchte die Eignung des Wertekreises (Abb. 10) zur Anordnung und Visualisierung sozialer Milieus (These 3) betrachten. Neben der Wahlforschung hat auch das strategische Marketing die Marktsegmentierung auf den Milieu-Begriff umgestellt, am bekanntesten dürften hier die SINUS-Milieus (www.sociovision.com) sein: 1992 wurden acht, seit 1996 zehn Milieus in Deutschland unterschieden (neun in Frankreich, acht in UK), etwa alle zwei Jahre werden Adaptionen vorgenommen. Abb. 14 skizziert die Version für Deutschland 2005. Die senkrechte Achse der ‚Sozialen Lage‘ werde durch Bildung und Geld aufgespannt, die waagerechte sog. ‚Grundorientierung‘ adaptiert den klassischen Bipol Materialistischer vs. Postmaterialistischer Werte (Inglehart, 1989).

Zum einen ließe sich an den SINUS-Clustern, wie an den 10er Typen von Schwartz (s.o.), die willkürliche Diskontinuität kritisieren (für SINUS alle paar Jahre eine neue, explorative Clusteranalyse), zum anderen – und wichtiger – sind die beiden Dimensionen von Abb. 14 alles andere als orthogonal, wie wir in Abb. 15 mit der Werthaltungs-Operationalisierung aus Abb. 7f demonstrieren. Geld und Schicht (in Allbus 2002 bspw. die Items v22, v362, v442, v696) sind nicht nur miteinander, sondern auch mit Ingleharts Postmaterialismus kon-

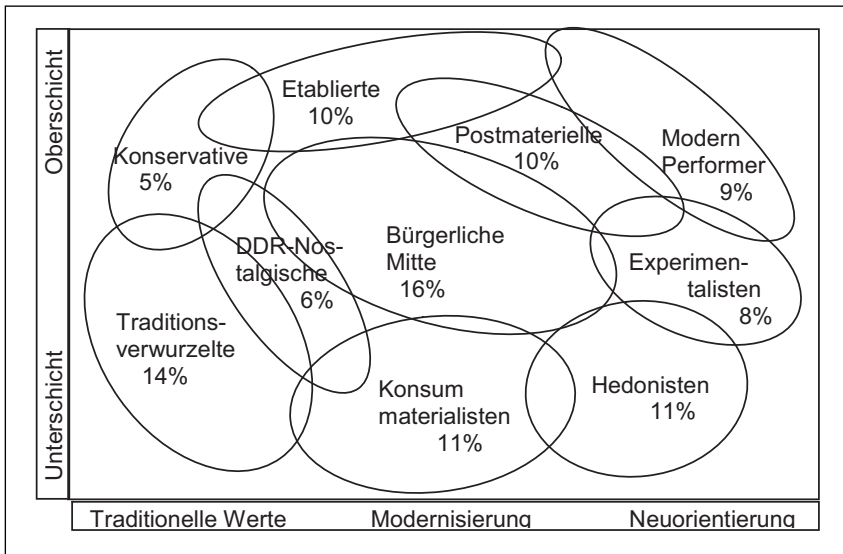


Abb. 14: Leicht vereinfachte Darstellung der kommerziellen "SINUS-Milieus 2005" (www.Sociovision.com)

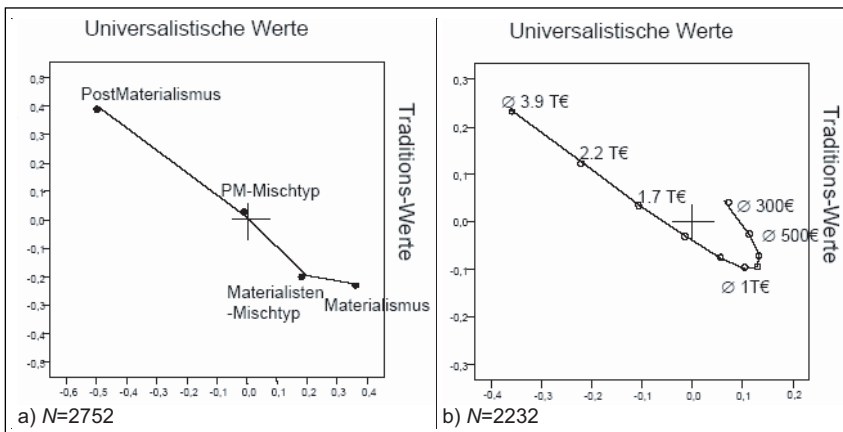


Abb. 15: Werthaltungsmittelwerte (a) für die Typen der Inglehart-Skala und (b) für die quadratisch angepassten Perzentile des Netto-Monateinkommens in Deutschland (Allbus 2002).

fundiert. Abb. 15a stimmt übrigens mit den extra an neuseeländischen Studierenden erhobenen und mit MDS ausgewerteten Daten von Wilson (2005) perfekt überein.

SINUS sollte folglich die Achsenbenennung verändern: spiegelt man die Waagerechte aus Abb. 14, füllen die Cluster u.E. den Wertekreis aus Abb. 10 deckungsgerecht, die Sinus-Achsen in Abb. 14 könnten in Tradition und Universalismus umbenannt werden.

Die Sozialstrukturanalyse hilft u.a. beim Erklären von gesellschaftlicher Beteiligung. Abb. 16a zeigt die Werthaltungen der Wählergruppen der vorletzten Bundestagswahl gemäß den deutschen Daten aus der ESS1-2002: CDU-Wähler sind geringfügig³ traditioneller, SPD-Wähler weniger sicherheitsorientiert. Die Grünen haben sogenannte Identitätswähler. Solche Parteipräferenzanalysen sind beliebt (z.B. Caprara, Schwartz, Capanna, Vecchione, & Barbaranelli, 2006; schon Witte, 1989, S. 407f., hatte einige kompiliert), sie zeigen die gegenseitige Stützung von Werten und Ideologien.

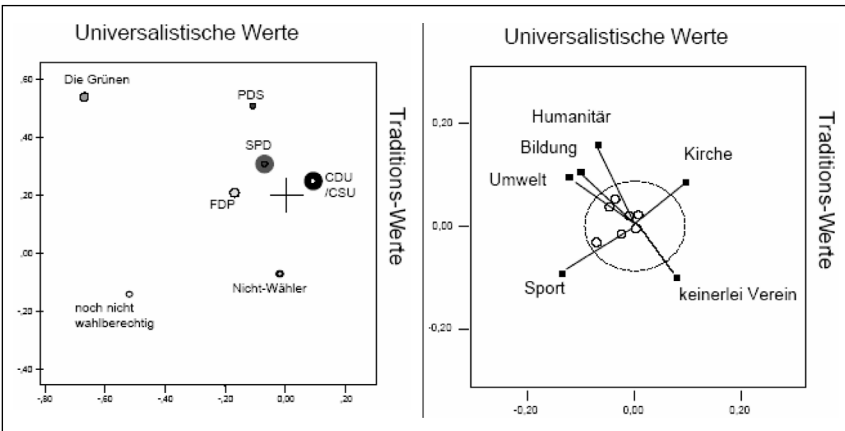


Abb. 16: Werthaltungs-Mittelwerte (a) nach Zweitstimmen in der Bundestagswahl 2002. (b) Korrelation mit Binärvariable Vereinsbeteiligungen (Mitgliedschaft, Geld- oder Zeitengagement), deutschland-repräsentative Daten der ESS1-2002 (N=2709).

³ Da die Wertekreis-Achsen per Faktorenanalyse operationalisiert sind, lassen auch Mittelwert-plots die Effektstärken direkt ablesen, Mittelwertdifferenzen von .20, .50, .80 entsprechen den Cohen-Konventionen für schwache, mittlere, starke Effekte. In den Reanalysen der ESS kommt hinzu, dass der Nullpunkt der Graphik den europäischen Erwartungswert darstellt, der deutsche ist in Abb. 16a durch ein Kreuz gesondert markiert. In Korrelationsplots wie Abb. 11, 13, 15b ist das Erreichen des schwachen Effekts ($r=.10$) eingezeichnet.

Personen, die bevorzugen, nicht zu wählen, präferieren egozentrische Werte (Abb. 16a). Da sie sich auch an der Zivilgesellschaft wenig beteiligen, wie Abb. 16b zeigt, macht das mit wenig ökonomischem und kulturellem Kapital ausgestattete (Abb. 15; aber wohl auch mit wenig sozialem Individualkapital, das zu akquirieren Extravertierten leichter fällt, die im Kreis gegenüber liegen, s. Roccas et al. 2002) gemäß Abb. 10 benannte „Sicherheitsmilieu“ der Sozialwissenschaft am meisten Sorge.

Für eine Wertepsychologie sind Befunde wie der in Abb. 16 ein Beleg für die Verhaltenswirksamkeit von Werthaltungen im Sinne von Abb. 1 und 2. Hier erlauben sozialwissenschaftliche Repräsentativ-Umfragen eine ganze Reihe von Reanalysen. Bspw. zeigt Abb. 17 links, dass deutschlandrepräsentativ im ge-

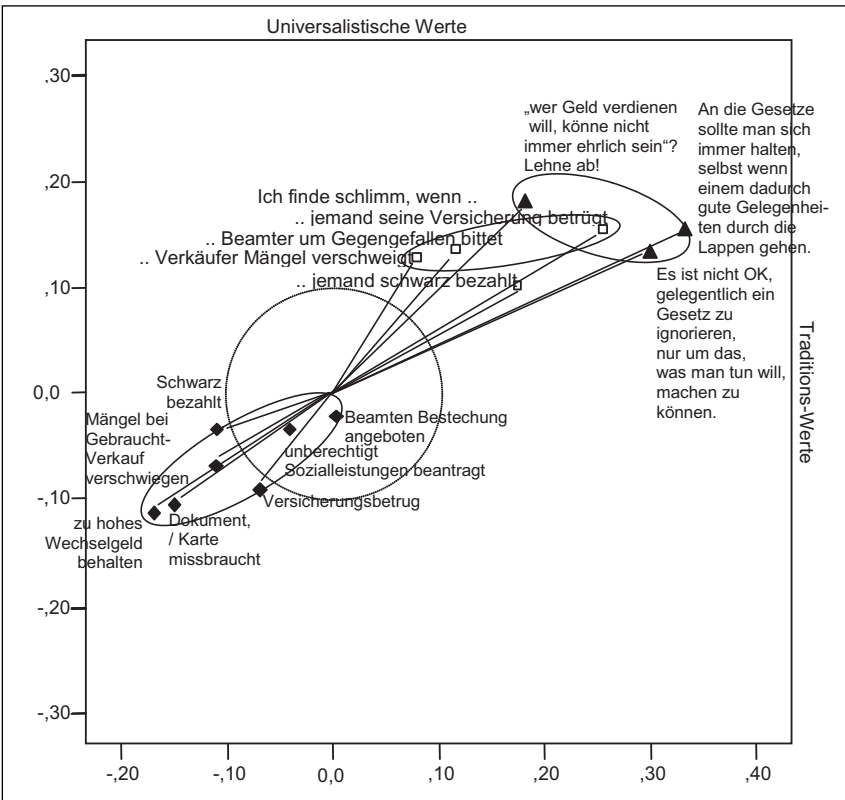


Abb. 17: Korrelation von unrechtmässigem Verhalten in den letzten fünf Jahren (□), spezifischen Einstellungen (◆) sowie Items zum allgemeinen Rechtsbewusstsein (▲) im Wertekreis, ESS2-2004 (Jowell et al., 2005) Deutschland

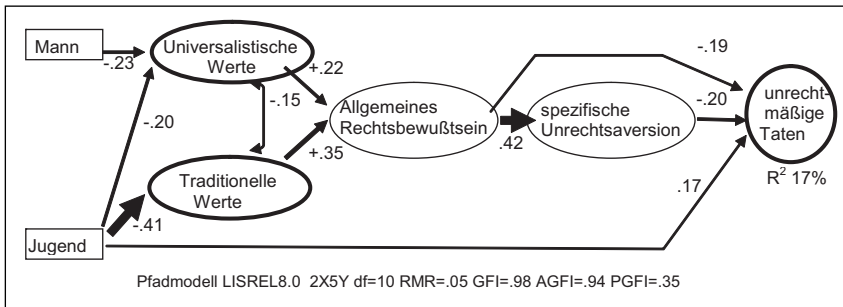


Abb. 18: Werte - Einstellung - Verhalten am Beispiel der Daten aus Abb. 17 (ESS2-2004 Dt N=2870)

mäß Abb. 10 benannten „Hedonistischen Milieu“ am meisten unrechtmäßige Handlungen vorkommen: Im 2004 formulierten Fünf-Jahres-Zeitraum haben wohl 21% aller Deutschen auch mal schwarz bezahlt, um Steuern zu sparen; 33% geben zu, zu hohes Wechselgeld zu behalten (Jowell et al., 2005).

In der Delinquenzforschung könnte das Lebensstil-Konstrukt durch Werte abgelöst werden (s.a. Herrmann, 2004, S. 168). Entsprechend finden Personen mit hedonistischen Werthaltungen solche Handlungen weniger schlimm, wie die Korrelation der vier Items mit der spezifischen Unrechtsaversion in Abb. 17 oben rechts zeigt. Die Aussagen zum allgemeinen Rechtsbewusstsein korrelieren in Richtung prosozialer Werthaltung erwartungskonform noch stärker. Gemäß Rokeachs Wertepyramide (Abb. 2) lässt sich aus den genannten Daten ein Werte-Einstellungs-Verhaltens Modell (Abb. 18) aufbauen. Entscheidend ist hier nicht, dass spezifische und allgemeine Einstellungen miteinander und mit Werten korrelieren, sondern ob die Reihenfolge, die Abb. 2 fordert, eingehalten werden darf. Die spezifische Unrechtsaversion hätte die Verhaltensprädiktivität des allgemeinen Rechtsbewußtseins vollständig medieren sollen, beide aber medieren den Werthaltungseffekt. Die nicht über Werthaltung vermittelten Anteile der Soziodemographie – in Abb. 18 die zusätzliche Prädiktivität geringen Alters – interpretieren wir als Index besserer Gelegenheiten; situative Variablen fehlen in solchen differentiellen Analysen. Die Einschränkung, sich bei Reanalysen mit den von den Primärforschenden erhobenen Variablen begnügen zu müssen, wird durch die Freude aufgewogen, deutschlandrepräsentative (im ESS nun auch europarepräsentative!) Ergebnisse zu erhalten.

Mit Rokeachs Identitätskonstrukt lässt sich die Werte-Einstellungs-Verhaltens-These auch über Selbstdarstellungs- und Selbstergänzungstheorien (z.B. Wicklund & Gollwitzer, 1985) begründen. Symbolische Selbstergänzung nutzt das Image eines Verhaltens oder dinglichen Symbols. In einem Kooperationsprojekt mit A. Stupperich wurden 888 Personen (Altersmittel M=36, SD=17 Jahre,

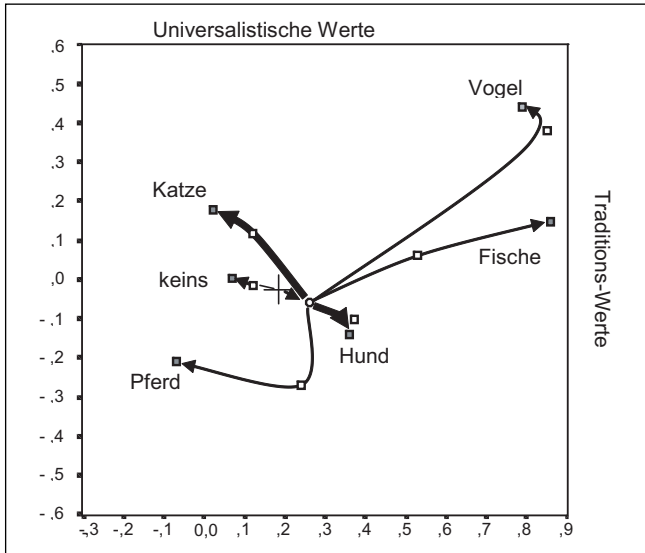


Abb. 19: Werthaltungs-Mittelwerte von Haustierbesitzern (G) und darunter denen, die sich das gleiche Tier auch wünschen (I) (Stupperich & Strack unveröff.), Wertekreis-Operationalisierung Abb. 8 (N=888).

47% weiblich) nach ihrer Haustier-Haltung befragt. Da der Haustierbesitz von der Familie mitbestimmt sein mag, durfte die Frage nach dem gewünschten Haustier den tatsächlichen Besitz qualifizieren. Abb. 19 visualisiert den Symbolgehalt von Haustieren über einen Vektor, der über die mittlere Werthaltung der Besitzergruppe zur Teilgruppe der sich das aktuelle Tier auch persönlich wünschenden Personen führt. Die beiden häufigsten Haustiere (Katze bei 15%, Hund bei 14% der Befragten) sind nicht nur sprichwörtlich selbst, auch ihre BesitzerInnen sind einander komplementär. Während sich Wunsch und Besitz von Kaninchen auf verschiedene Wertesegmente aufteilt (in Abb. 19 nicht enthalten), lässt sich auch das Image von Pferden einerseits und Vögeln und Fischen andererseits aus Abb. 16 deutlich ablesen. Die Operationalisierung von Images durch die Lokation ihrer Anhänger in einem sozialen Feld hatte bereits Bernt Spiegel (1961) vorgeschlagen; für uns spannt der Wertekreis das soziale Feld auf.

Mit der gleichen Methodik wurde von Strack und Boer (2006) Selbstergänzung oder -aktualisierung durch Musik in den Musikpräferenzen Jugendlicher demonstriert, Payrhuber, Granzner-Stuhr und Vitouch (in diesem Band) könnten TV-Serien im Kreis lokalisieren. Freizeitverhalten gilt schon lange als guter Index für Milieus.

6. Werte als Kernkonstrukt typisch sozialpsychologischer Themenfelder

Gelegentlich wird an der Verhaltensprädiktion durch Werte gemäß Kap. 5 kritisiert, sie gelte nur auf Ebene des Kollektivs und erbringe durch Drittvariablen (z.B. ökonomisches / kulturelles Kapital) verursachte Scheinkorrelationen. Eine *Sozialpsychologie* der Wirkung von Werthaltungen hat daher kognitiv-affektive Prozesse nachzuzeichnen. Zu diesem Vorhaben möchten wir eine Studie beitragen, die aus dem Gebiet der **sozialen Wahrnehmung** stammt und auf die werthaltungsmoderierte Repräsentation sozialer Objekte abzielt. Müller, Jonas und Boos (2002) folgend lässt sich die Struktur sozial geteilten Wissens über eine Marke mit der Methode des Cognitive Mapping visualisieren. Werthaltungen mögen nun nicht nur das Präferieren, sondern bereits die Repräsentation von Marken mitbestimmen, Personen aus den Quadranten von Abb. 10 sollten sich in ihrer Wissensstruktur über ausgewählte Marken systematisch unterscheiden. Unter anderem um die Konfundierung von Lebensalter⁴ und Werthal-

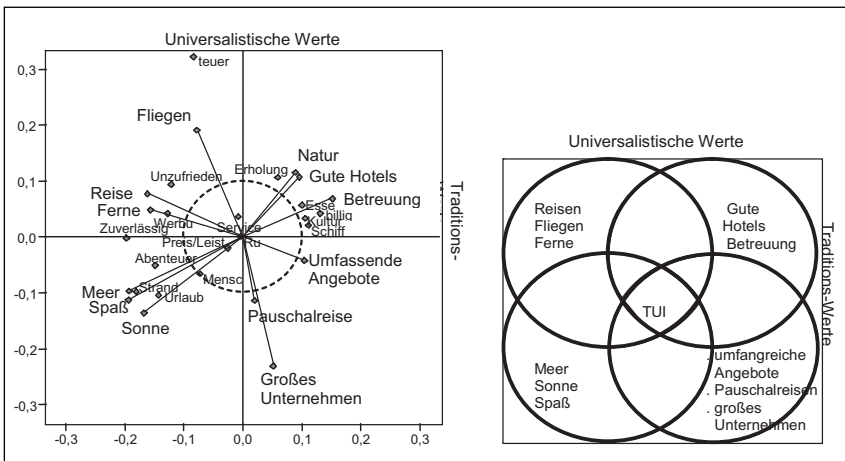


Abb. 20a (links): Korrelation von Assoziationen zur Marke "Tui" durch N=107 im Alter 50+ (s. Hopf, in Vorb.).

Abb. 20b (rechts): Design der aus Abb. 20a ausgewählten 12 Begriffe für die Wissensstruktur der Marke "Tui".

⁴ Dass Ältere im Kreis weiter rechts liegen, ist wohlbekannt, in Deutschland ist mit einer gut mittleren Korrelation zu rechnen ($r=.35$ in Allbus 2002, Abb. 7f; $r=.42$ im ESS 2002 u. 2004, Abb. 9a; s. auch Alter in Abb. 11 u. Abb. 18).

tung zu reduzieren, haben wir uns auf Personen über 50 Jahre beschränkt. N=107 von ihnen assoziierten mit der Marke „TUI“ im Schnitt 4,1 Begriffe (Erhebung 2006 deutlich vor dem Zusammenschluss mit dem britischen Unternehmen „First Choice“).

Die in der Stichprobe häufigsten 30 Begriffe lassen Werthaltungsspezifität erkennen (Abb. 20a). Aus Abb. 20a wurden drei Begriffe pro Quadrant mit dem Markennamen zusammen (Abb. 20b) in einem Tripelvergleichsbogen zusammengestellt (Details: Hopf, in Vorb.) und einer weiteren Gruppe von 69 Best Ager zur Ähnlichkeitsskalierung übergeben. Die Wissensstrukturen in den erneut nach Mediancut gewonnenen vier Werthaltungsgruppen (1) assimilieren diejenigen drei Begriffe, die in ihrem Segment häufig assoziiert wurden, stärker aneinander als die je drei Begriffe eines anderen Segments, (2) assimilieren den Markennamen an ‚ihre‘ drei werthaltungstypischen Kernbegriffe, lassen (3) die Begriffe der benachbarten Segmente näher an denen des eigenen als an denen des gegenüberliegenden Segments zu liegen kommen, weil (4) die drei Begriffe des gegenüberliegenden Wertesegments mit den eigenen kontrastiert werden. Die Gruppenunterschiede sind zwar gering (Abb. 21a), aber hoch systematisch (Abb. 21b). Selbst wenn in offenem (hier Urlaubs-)Verhalten keine un-

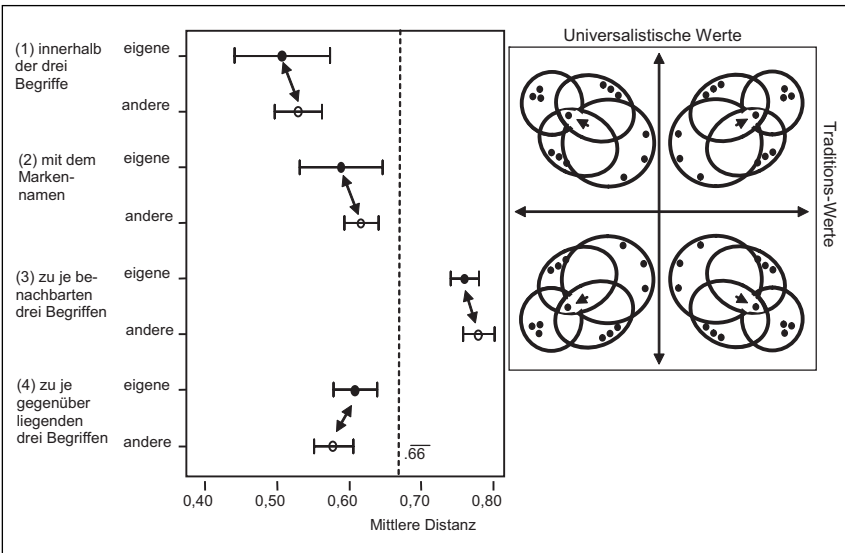


Abb. 21: Ergebnisse zur werthaltungsabhängigen Wissensstruktur zur Marke Tui. Links: Vergleich der Begriffsdistancen. Rechts: stilisierte Ähnlichkeitsstruktur der Begriffe aus Abb. 18 bei je 17-18 älteren Probanden pro Werthaltungsquadrant (ausführlicher: Hopf, in Vorb.)

terschiedliche Präferenzquote resultierte, so würde die Marke doch aus unterschiedlichen Gründen gewählt werden können.

Die Bedeutung von Markenbegriffe, die sich über ihre Relation zu den anderen Begriffen definiert (Müller et al. 2002), ist somit werthaltungsabhängig. In Spiegels (1961) Marktmodell kann ein Angebot also mehrere Images pflegen. Aber auch wenn ein Reiseveranstalter mehrdeutige Angebote machen kann, auch wenn einer traditionsorientierten Person im Ausnahmefall (s. Abb. 19) auch eine Katze der Befriedigung ihres Zusammengehörigkeitsgefühls dienen kann, so bedürfen Symbole der Selbstdefinition doch eines intersubjektiven Interpretanten (Bedeutungsregel). Dass Präferenzen für Musikstile bei Jugendlichen nicht nur mit eigenen Wertepräferenzen korrespondieren, sondern bei Peers wahrgenommen in ihren Relationen zueinander übereinstimmend interpretiert werden, zeigen Strack und Boer (2006).

These 4 zur „Warum Werte?“-Frage, die in der Überschrift von Kap. 6 formuliert ist, erhält daher als zweites Argument die der Sozialpsychologie der Beziehungen inhärente Zuschreibung von Werthaltungen. Strack und Boer (2006) greifen hierzu das klassische Byrne-Paradigma auf: Experimentell wurden Peer-Targets mit bestimmter Musikpräferenz vorgegeben. Die Ähnlichkeit der ihnen von den jungen Probanden zugeschriebenen Werthaltungen mit den jeweils eigenen korrelierte mit dem Sympathieurteil ($r=.45$), die Werteähnlichkeit konnte den größten Teil der Musikähnlichkeitswirkung auf die Sympathie mediiieren. Während Affiliation sich leicht über Werteähnlichkeit modellieren lässt, werden zu interpersonellen und intergruppalen Konflikten seit der kognitiven Wende Werte selten(-er) untersucht (obwohl Huntingtons, 1997, *clash of civilizations* dazu provoziert). Ein vielversprechender Ansatz entwickelt sich mit dem Konstrukt geschützter Werte (s. Tanner, in diesem Band). Auch in der *Intergruppenkonflikts*-Theorie der Eigengruppenprojektion (ingroup projection model, Mummendey & Wenzel, 1997; Wenzel, Mummendey, Weber, & Waldzus, 2003) wird explizit das bei der Outgroup wahrgenommene Missachten der für gemeinsam gültig gehaltenen (der inkludierenden Kategorie zugeschriebenen) Werte verantwortlich gemacht. Der black sheep Effekt wird hier auf Beziehungen zwischen Gruppen übertragen (Strack, 2004, S. 108): Werteverletzungen empören (s.a. Abb. 11) und aktivieren gerechtigkeitswiederherstellende Bestrafungsmotive (Gollwitzer & Jäger, in Vorb; Gollwitzer et al., 2005) und Outgroup-Abwertung (Jost, Banaji, & Nosek, 2004).

Einige der aus dem Eigengruppenmodell folgenden Vorhersagen haben wir in einem (‚realistischen‘) Intergruppenkonflikt um ein umstrittenes Bauvorhaben in einer ländlichen Ortschaft untersucht (Moritz, 2003). Die engagierten BewohnerInnen des Ortes (31 Baubefürworter, 50 Baugegner und nur eine unentschiedene Person nahmen an der Umfrage im Ort teil, fast alle identifizieren sich stark mit dem Ort) waren aufgefordert, neben ihrer persönlichen Werthaltung die Werte der Bau-Befürworter, Bau-Gegner und, als Prototypen der in-

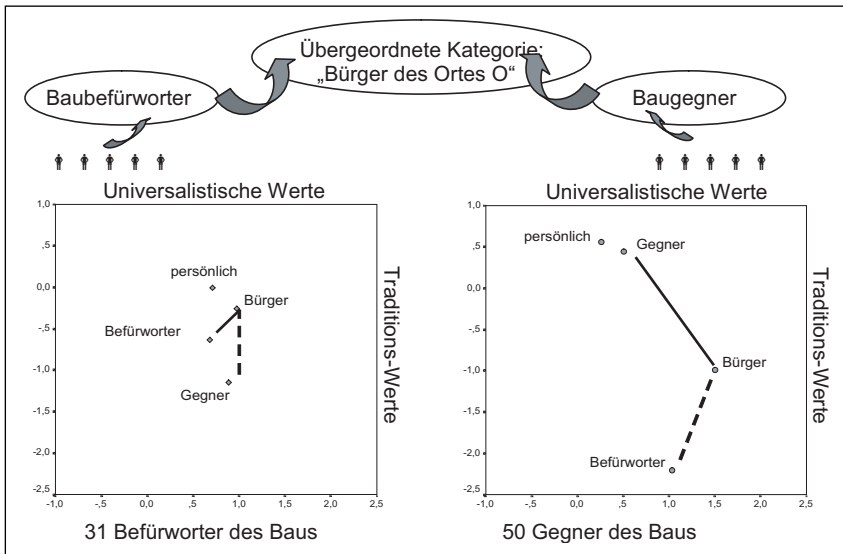


Abb. 22: Werte im Intergruppenkonflikt: Werthaltungsmittelwerte für die eigene Person, die Ingroup und Outgroup, sowie die inkludierende Kategorie (Wertekreis Operationalisierung Abb. 8).

kludierenden Kategorie, der ‚Bürger des Ortes‘ einzuschätzen (es gab Reihenfolgenparallelisierungen für die Kategorien). Die Baugegner zeigen in Abb. 22 erwartungskonform (s.a. Abb. 16b) universalistischere und weniger traditionelle Werthaltungen als die Baubefürworter (beide Achsen $t > 2$, $p < .05$). Auch sehen die Mitglieder beider Gruppen die Werte der jeweiligen Ingroup näher an ihren eigenen als die der jeweiligen Outgroup (euklidische Distanzen $1,20 < 2,77$, $t > 7$, $p < .001$). Allerdings werden der jeweiligen Outgroup egozentrische Werte attribuiert, auch von den Befürwortern den Gegnern. Hat der Wertekreis für Mitglieder beider Gruppen doch einen gleichen Ideal-Vektor (den nach links oben, wie er aus Abb. 5 fürs protestantische Europa ersichtlich ist)? Auch in der Studie von Strack und Boer (2006) waren die den (dort fingierten) Peers zugeschriebenen Werthaltungen egozentrischer als die jeweils eigenen. Tendenziell finden auch Studierende Ihre KommilitonInnen nicht so toleranzorientiert wie sich selbst (Strack, 2004, S. 179f.). Hat man vielleicht einen solchen Better-than-Average als additive Komponente in Werte-Zuschreibungen einfach generell in Rechnung zu stellen? Noch weiß die Wertepsychologie über Werteattributionen zu wenig. Die Formel, die Witte (1979) zur Gruppenpolarisierung (ehem. risky shift) aufgestellt hat, müsste erweitert werden, wenn in Konflikten, additiv zur ursprünglichen Metakonstrast-Position, die gesellschaftlich bevorzug-

te Haltung strategisch politisiert wird (Reicher, 2004). Als vierten, mit dem Eigengruppenprojektions-Modell ebenfalls diskonformen Befund zeigt Abb. 22, dass Mitglieder beider Gruppen die ‚Bürger des Ortes‘ den Baubefürwortern ähnlicher sehen als den Baugegnern ($F(75)=4,27$, $p<.05$). Für die Baueegner wird die über die euklidischen Distanzen im Wertekreis operationalisierte relative Prototypikalität (ihrer Ingroup für die übergeordnete Kategorie) negativ. Die Werte der Ingroup auf die übergeordnete Kategorie projizieren zu können, dürfte ein *Privileg der Mächtigen* sein; wer sich im Konflikt in der unterlegenen Rolle sieht, muss negative Prototypikalität aushalten, die duale Identifikation wird brüchig.

Der referierte Ausschnitt der Intergruppenkonfliktsstudie mag zeigen, dass Werteforschung mit aktuellen Social Cognition Analysen wieder verbunden sein kann und unsere Theorien damit ein Kernstück ihres Inhalts zurückgewinnen können.

7. Werthaltigkeit von Situationen

„Every scientific psychology must take into account whole situations, i.e., the state of both person and environment. This implies that it is necessary to find methods of representing person and environment in common terms as part of one situation“ (Lewin, 1936, p. 12).

In Kap. 1 war neben der gut abgedeckten differentiellen Perspektive von der Wertepsychologie erneute Aufmerksamkeit für die soziale Situation gefordert worden. Auch Milieus (Kap. 5) kommen hier in Betracht. Stupperich und Strack (2005) hatten die erwartungskonform selbstbestimmte Werthaltung von Studenten, die erwartungskonform sicherheitsorientierte von Bundeswehrangehörigen ($N=106$) und die unerwartet prosoziale Werthaltung forensisch-psychiatrischer Patienten ($N=97$; alle Stichproben nur männliche Mitglieder, gearbeitet wurde mit der 14-Bipol-Kurzform aus Abb. 8) auf deren jeweilige Milieus zurückgeführt. Für die forensischen Patienten besteht keine Aussicht auf „öffentliches Ansehen“, „beruflichen Erfolg“ und „sozialen Einfluss“ (vgl. Abb. 8); Hospitalisierung mag Wertepräferenzen analog zu Anspruchsniveaus adaptieren lassen. Also: wie lang müsste der Messwiederholungsabstand dann etwa sein, um bei denjenigen Wehrdienstleistenden, die anschließend ein Studium beginnen, ihren Weg von rechts unten nach links oben (siehe die Abb. in Stupperich & Strack, 2005), also quer durch den Wertekreis, verfolgen zu können? Eine situationsbedingte Werteentwicklung oder organisationale Sozialisation nachzuzeichnen war Ziel der Evaluation einer berufsbegleitenden Weiterbildung zur/m klientenzentrierten Organisationsentwicklerin, angeboten von der

Gesellschaft für wissenschaftliche Gesprächspsychotherapie (www.gwg-ev.org). Da die KandidatInnen zuvor in personenzentrierter Gesprächsführung ausgebildet sein müssen und die meisten im klinischen oder sozialen Sektor tätig waren (ein Milieu relativ rechts oben im Wertekreis, insbesondere wenn der in Kap. 3 genannte Organisationskulturkreis von Quinn, 1988, nach dessen Spiegelung zugrunde gelegt wird), sie sich nun aber Kenntnisse und vermutlich auch Werte des betrieblichen Handelns aneignen möchten (,Wertschöpfung, Profit, Konkurrenz', im organisationalen Competing Values Model der sozialen Orientierung gegenüber), wurde diese Weiterbildung von Strack (2004, S. 192ff.) explizit als eine Wertekonflikte induzierende Intervention aufgefasst: Die beiden ersten je zweijährigen Kurse wurden von zehn gleichabständigen Messzeitpunkten begleitet. Neben der persönlich-beruflichen Werthaltung wurde auch die Wahrnehmung der Werthaltigkeit der Situation (Formulierung: „Welchem der beiden gegenübergestellten Ziele man durch diese Weiterbildung eher näher kommen kann?“) im Sinne des Gelegenheits-Konstrukts der Person-Environment-Fit Forschung (z.B. Vandenberg & Peiro, 1999) über nur acht Bipole erfasst (ausführlicher Strack, 2004). Beide Kurse bewirkten Werthaltungsveränderungen, in beiden änderte sich auch, wie Abb. 23 zeigt, die wahrgenommene Werthaltigkeit der Weiterbildungssituation. Allerdings unterscheiden sich die Kurse.

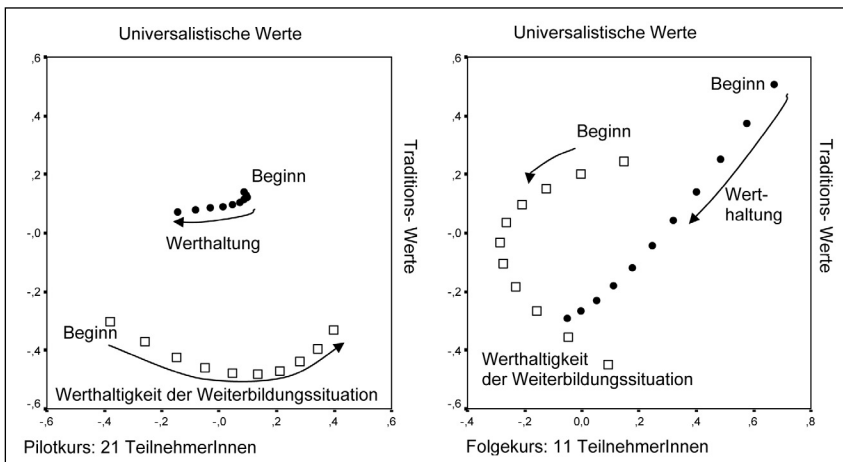


Abb. 23: Veränderung der Werthaltung der TeilnehmerInnen an Weiterbildungskursen zur personenzentrierten Organisationsentwicklung (s. www.gwg-ev.org) und Veränderung ihrer Wahrnehmung der Werthaltigkeit der Weiterbildungssituation (quadratisch geschätzter mittlerer Verlauf).

Die Ergebnisse aus dem Pilotkurs (Abb. 23 links, nur dieser in Strack, 2004, besprochen) zeigen zu Beginn der Weiterbildung den erwarteten Konflikt von prosozialer Werthaltung und egozentrisch-hedonistischen Weiterbildungszielen. Auch die erwartete Werthaltungsänderung der TeilnehmerInnen von eher prosozialen zu eher selbstbestimmten Werten trat auf, in der Verlaufsschätzung entspricht sie etwa einem schwachen Effekt. Da sich die zugeschriebene Werthaltigkeit der Weiterbildung im Verlauf der zwei Jahre kontinuierlich in den Sicherheitssektor verschob, tritt der Wertekonflikt zum Weiterbildungs-Ende dann in der orthogonalen Wertekreis-Diagonale auf: Die nun Selbstbestimmung präferierenden TeilnehmerInnen dürften keine Probleme gehabt haben, sich aus der nun als einengend empfundenen Gruppe zu lösen.

Die differenzierte Analyse auf Personenebene (Strack, 2004, S. 198f.) ergab jedoch, dass diejenigen TeilnehmerInnen am meisten von der Weiterbildung profitierten (AV: Anstieg der pro Messzeitpunkt selbsteingeschätzten Zielerreichung in praktischen Fertigkeiten), deren Werthaltungsänderungen mit ihren Veränderungen in der Werthaltigkeitswahrnehmung konform gingen (Regression auf den Interaktionsterm nach Edwards, 1994): TeilnehmerInnen, die zunehmend Selbstbestimmung wertschätzten und die den Traditionsanteil der Weiterbildungswerthaltigkeit als zumindest nicht ansteigend, sowie TeilnehmerInnen, die sich wenig änderten, aber die Werthaltigkeit der Weiterbildung als zunehmend traditionell wahrnahmen. Wer beide in Abb. 23 links sichtbaren Veränderungen durchlief und damit geringen Value Fit erlebte, profitierte weniger. Der Folgekurs, der mit der Hälfte der TeilnehmerInnen und nur noch von zwei statt zuvor vier TrainerInnen durchgeführt wurde, zeigt ein einfacheres Muster paralleler Abnahme von prosozialer Werthaltung und Weiterbildungswerthaltigkeit. Bei im Mittel gleichem Zielerreichungsanstieg wie im ersten Kurs dürfte dieser weniger konfliktreich gewesen sein.

Dies Beispiel aus der Organisationspsychologie, in der die Person-Environment- (oder Person-Value-) Fit Theorie generell gut ausgebaut ist (eine eigene Studie zur Arbeitszufriedenheit enthält Strack, 2004, S. 190f.), demonstriert die Möglichkeit, Werthaltigkeit als Murraysche presses, als Anforderung und als Gelegenheit der Situation zu erfassen. Der Value-Fit-Ansatz bildete implizit bereits den Hintergrund für Spiegels (1961) Marktmodell, mit dem das Image der Parteien (Abb. 16a) oder das Image von Haustieren (Abb. 19) interpretiert wurde. Über die Vergleichbarkeit von aus Werthaltungen von Anhängern, Mitgliedern, Besitzern erschlossenen Images (Abb. 16, Abb. 19) mit einer direkt erfragten Werthaltigkeit von Stimuli, sozialen Kategorien oder Situationen (Abb. 22, Abb. 23) ist wenig bekannt. Die Studie von Strack und Boer (2006) kam zu dem Schluss, dass die relative Lokation von Musikstil-Anhängern mit der relativen Lokation zugeschriebener Werthaltungen (vorgeblicher) Musikstil-Anhänger deckungsgleich sei. Nur dadurch können Symbole der Selbstdefinition ihren sozialen Interpretanten wahren. Lässt sich also die Werthaltigkeit von Situationen

über die Werthaltungen der typischerweise in ihnen (freiwillig) handelnden Personen charakterisieren? Auf diesem Weg könnte eine Methode „representing person and environment in common terms“ (Lewin, s.o.) gefunden sein.

8. Person x Situations – Interaktion im Wertekreis

Um neben differentiellen Korrelationen (Kap. 4 und 5) und Situationshaupteffekten wie in Abb. 23 auch Person x Situations-Interaktionen aufdecken zu können, müssen beide Varianzquellen systematisch und repräsentativ variieren: Wenn der Wertekreis auch zur Operationalisierung der Werthaltigkeit von Situationen geeignet ist, sollen auch Situationen rund um den Wertekreis herum untersucht werden.

Situationstaxonomien sind jedoch rar (Anfänge bei: Cantor, Mischel, & Schwartz, 1982; Tversky & Hemenway, 1983). In Kap. 1 wurde die Milgram-Situation als Prototyp erwähnt: Sie sollte mit Sherifs Ferienlager-Konflikt, Aschs lügender Konföderatengruppe und Zimbardos Gefängnis im rechten unteren Quadranten von Abb. 10 anzuordnen sein. Auch Janis' group think, die Terror-Management Theorie mit ihrem memento mori, die Selbstwertschutz-Theorien sind dort anzuordnen (und „9/11“ wird hier später gleichfalls genannt werden): Seit dem Zweiten Weltkrieg demonstriert die Sozialpsychologie Umweltbedingtheit bevorzugt für Konservatismus, Konformität, Sicherheitsstreben, Ehrwiederherstellung, Gesichtswahrung, Peinlichkeitsvermeidung⁵, Selbstwertschutz u.ä. (oder hatte es die Massenpsychologie, wenn auch aus anderem Motiv, Hofstätter 1957, nicht doch schon ähnlich getan?).

Im gegenüberliegenden Quadranten könnte evtl. eine Reaktanz und damit den Freiheitswert evozierende Freiheitseinschränkungssituation nach Brehm angesiedelt werden, obwohl auch darin ein Mangelmotiv-Mechanismus angesprochen wird, der zum Quadranten rechts unten am besten passt (s. Jost, Glaser, Kruglanski, & Sulloway, 2003; Jost, 2006). Die Forschung zum prosozialen Verhalten dürfte dem rechten oberen Quadranten entsprechende werthaltige Situationen zu benennen helfen; gemäß Abb. 11 könnte z.B. eine offensichtliche Ungerechtigkeit beobachtet werden, die aber noch nicht den Gerechte-Welt-Glaube tangieren darf (Abb. 13). Auch TV-Serien, wie von Pyrhuber et al. (in diesem Band) analysiert, oder Flow-Situationen könnten einbezogen werden. Ansonsten ist man aber wohl auf eigene Phantasie angewiesen.

Um unter diesen Umständen dennoch mit vorzugebenden Situationen die Systematik des Wertekreises zu operationalisieren, setzten Strack und Gennerich

⁵ Auf die sehr interessante Debatte zum Situationskonstrukt, die Sabini, Siepmann & Stein (2001) im *Psychological Inquiry* angestoßen hatten, kann hier nur hingewiesen werden.

(2001, under review) die Vignettentechnik ein: Nach dem 14-Bipol Wertefragebogen (Abb. 8) wurden sieben soziale Situationen formuliert; in jeder stehen einander im Kreis gegenüberliegende Werteregionen in einem sozialen Konflikt. Der Protagonist verfolgt oder verteidigt eine dieser Werteregionen gegen einen werthaltungskomplementären Konfliktpartner. Damit sich die Versuchsperson mit dem Protagonisten leichter identifizieren kann, wurden die Motive des Konfliktpartners negativ konnotiert (Abb. 24 oben).

Damit und mit der in Abb. 24 oben dokumentierten systematischen Reihenfolge, die die Werthaltigkeit der Situation mit der universalistischen Haltung beginnend im Wertekreis gegen den Uhrzeigersinn kontinuierlich bis zur wieder prosozialen Haltung verschiebt, gelang es, jede Versuchsperson durch alle Situationen zu führen. Zur jeweiligen Situation musste dann eine Begründung der in ihr vertretenden Position abgegeben bzw. vorgegebene 10 Begründungen auf Angemessenheit bewertet werden („in welchem Ausmaß würden Sie die jeweilige Begründung für ihr Verhalten in der Geschichte verwenden?“). Mit den 10 Begründungen operationalisierten wir – an Witte und Doll (1995) orientiert – fünf ethische Prinzipien (Utilitarismus, Deontologie, Hedonismus, Intuitionismus und Partikularismus). Die Varianz der Zustimmungen wurde im Situations(7) x Ethik(5) - Design mit der persönlichen Werthaltung als Kovariate (zwei Achsen gemäß Abb. 8) in zwölf Quellen zerlegt. Abb. 24 unten zeigt die beiden Varianzquellen Situation x Werthaltung: Ungeachtet des ethischen Gehalts der Begründung stimmen Personen mit universalistischer Werthaltung den Begründungen zur Situation „sozialer Friede“ stärker zu als Personen mit egozentrischen Werthaltungen, Personen mit toleranzorientierter Werthaltung stimmen den Begründungen zur Situation „tolerant & weltoffen“ stärker zu als Personen mit sicherheitsorientierten Werthaltungen usw. Auch wenn die Begründungszustimmung zur ersten Situation nicht mit den persönlichen Werthaltungen korrelierte (vielleicht ein Reihenfolgeeffekt?) und die waagerechte weniger als die senkrechte Wertekreisachse differenziert ($F(6,117)=1.8$, $p=.10 < F(6,117)=7.7$, $p<.001$), lässt sich die Manipulation der situativen Werthaltigkeit mit Abb. 24 als noch ausreichend bewerten.

Das Hauptinteresse der Studie, die Abhängigkeit der Verwendung ethischer Prinzipien sowohl von Werthaltungen der Personen als auch von der Werthaltigkeit der Situationen gemäß Abb. 1 nachzuweisen, wurde durch die Varianzquellen Ethik x Person (Universalismus $F(4,119)=2.6$, $p=.05$ & Tradition $F(4,119)=1.0$, $p=.12$) und Ethik x Situation ($F(24,99)=3.4$, $p<.001$) erfüllt. Bspw. bevorzugen Personen mit traditioneller Werthaltung das deontologische Prinzip, Personen mit Toleranzwerten hingegen eine utilitaristische und intuitionistische Ethik. Es evozieren Universalismus-/Toleranz-Situationen das utilitaristische Prinzip und Hedonismus-Situationen eine hedonistische und intuitionistische Ethik. Die dreistellige Interaktion Ethik x Person x Situation blieb jedoch aus ($F(24,99)=0.8$, $p=.73$ & $F(24,99)=0.8$, $p=.75$), die bevorzugten Be-

<p>Auch wenn die Situationen sehr abstrakt beschrieben sind - versetzen Sie sich bitte in die beschriebene Lage, vielleicht fällt Ihnen eine konkretere Situation ein, in der Sie ungefähr die vorgegebene Position eingenommen hätten.</p> <p>... Stellen Sie sich bitte vor:</p>	<p>Sie gelangen in einen Streit, in dem Sie für soziale Gerechtigkeit und mehr Ehrlichkeit eintreten, damit die Schwachen der Gesellschaft nicht unter Bereicherungs- und Machtmotiven einzelner leiden.</p>	S1
	<p>Sie gelangen in einen Streit, in dem Sie für Toleranz und Weltoffenheit eintreten, während die Gegenseite lieber keinen Anstoß erregen möchte.</p>	S2
	<p>Sie gelangen in einen Streit, weil Sie neue Wege gehen wollen, anstatt nur aus Höflichkeit der vorherigen Generation gegenüber auf gute Ideen zu verzichten.</p>	S3
	<p>Sie gelangen in einen Streit, in dem man von Ihnen erwartet, demütiger zu sein und eine unrealistische Natur-Romantik aufzubringen. Sie aber haben unter Verweis auf die Verbesserungen des Lebensstandards sogar breite Zustimmung zu den modernen technischen Errungenschaften erreichen können.</p>	S4
	<p>Sie gelangen in einen Streit, in dem Gleichmacherei und Offenheit gegenüber Allen & Allem vertreten wird. Sie haben Ihre Autorität wahrgenommen und für klare Verhältnisse gesorgt.</p>	S5
	<p>Sie gelangen in einen Streit, in dem die Gegenseite nur um einem kurzfristigen Genuss nachzujagen unverantwortliche Risiken eingehen will. Sie setzen sich für die Erhaltung von bewährten Traditionen ein.</p>	S6
	<p>Sie gelangen in einen Streit, in dem Sie sich für den sozialen Frieden und die Stabilisierung der Gesellschaft engagieren, die Gegenseite aber nur an ihr eigenes Vergnügen denkt.</p>	S7

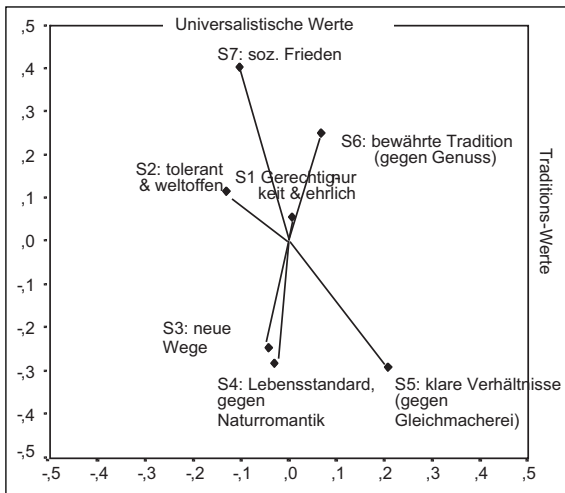


Abb. 24: Werthaltige Situationen in experimentellen Vignetten und Korrelation der mittleren Zustimmung zu 10 Begründungen der in den Vignetten vertretenen Position mit der persönlichen Werthaltung (N=132, Strack & Gennerich 2001, under review).

gründungen waren aus den Haupteffekten Person und Situation hinreichend vorherzusagen.

Zugegebenermaßen sind die von Strack & Gennerich vorgelegten Situations-schilderungen (Abb. 24 oben) sehr abstrakt; die ökologische Validität von Vignettenstudien generell und von abstrakten Schilderungen speziell ist zu hinterfragen. Andererseits genügen abstrakte Situationsformulierungen dem in der Einstellungsforschung empfohlenen Korrespondenzprinzip: Konkret gemessenes Verhalten korreliert nach Fishbein und Ajzen besser mit konkret gemessenen Einstellungen, abstrakt gemessene Einstellungen und Werthaltungen korrelieren wohl besser mit ebenso abstrakt zu messendem, bspw. zu aggregierendem Verhalten (Six, 1998). Wenn Werthaltungen abstrakt gemessen werden (s. Kap. 2), sollten dann also nicht auch die Situationen abstrakt formuliert sein? Hinsichtlich des in Kap. 1 angesprochenen und in diesem Abschnitt fokussierten Ziels, Person x Situations-Interaktionen, die aktuell Schmitt (Schmitt, o.J.; Schmitt, Eid, & Maes, 2003; Schmitt & Sabbagh, 2004) an ausgewählten Beispielen aus der Gerechtigkeitsforschung analysiert, systematisch für alle Regionen des Wertekreises zu untersuchen, macht die von Strack und Gennerich vorgelegte Ethik-Studie noch ein weiteres Problem deutlich: nicht nur persönliche Werthaltungen und situative Werthaltigkeit sollten um den ganzen Wertekreis herum variieren, auch die abhängige Variable sollte „in common terms“ formuliert sein, um systematisch und vollständig (statt ad hoc und instabil; Schmitt, o.J.) über Interaktionen zu entscheiden. Während die Value-Fit Forschung mit der abhängigen Variable unipolarer Zufriedenheit (oder verwandten abhängigen Variablen wie Stress, Motivation & Leistung, oder Lernerfolg wie in der Weiterbildungsstudie aus Kap. 7) auskommen kann, braucht das von Schmitt vorgeschlagene Konstrukt der *funktionalen Äquivalenz* einer Person- und Situationsvariable („sicherheitsorientierte Personen sind gehorsamer, Position und Kittel des Versuchsleiters inszenier(t)en den Gehorsam“) eine abhängige Variable, die den Inhaltsraum, also den Wertekreis, erneut aufspannt (Abb. 25).

Hier könnten die Verhaltensbündel im Material von Bardi und Schwartz (2003) helfen; sie müssen dann aber auch bipolar zusammengesetzt oder als unipolare Präferenzintentionen ipsatiert werden.

Lassen sich für Dimensionen komplementärer Werte nun synergetische oder kompensatorische Interaktionen erwarten? Helfen bspw. Personen mit prosozialer Werthaltung in einer Prosozialitäts-Situation mehr, als durch beide Haupteffekte zu erwarten? Verschaffen sich die hedonistisch orientierten Personen in hedonismusweckenden Situationen mehr Vergnügen als durch beide Haupteffekte zu erwarten? Die Stärke des Personeneffekts zeigt sich dann in werthaltigen Situationen stärker als in ‚schwachen Situationen‘ (Abb. 26, oben; ebenso sollten, vice versa, Personen mit extremen Werthaltungen für den Situationsnachweis besser geeignet sein).

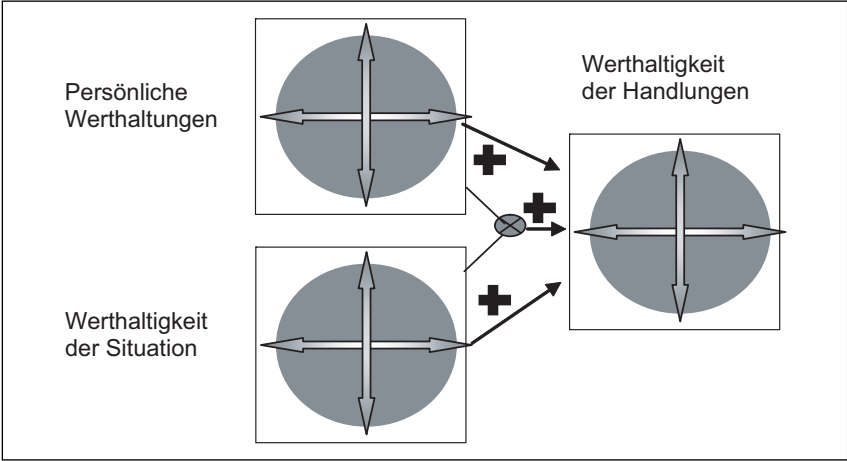


Abb. 25: Design zur Person x Situations- Interaktion im Wertekreis.

<p>Synergetische IA: $V = P + S + P \times S$</p>		
<p>Keine IA $V = P + S$</p>		
<p>Kompensatorische IA $V = P + S - P \times S$</p>		
<p>Werthaltung der Person (X-Achse) interagiert mit der Werthaltung der Situation (Legende) auf das werthaltige Verhalten (Y-Achse)</p>		<p>Stärke des Personeneinflusses pro Situation (Y-Achse) als Funktion der Werthaltung der Situation.</p>

Abb. 26: Skizze von Interaktionseffekten funktional äquivalenter aber bipolarer Person- und Situations-Faktoren auf die bipolare Verhaltensdimension.

Oder erkennt man Personen mit extremen Werthaltungen daran, dass sie in ‚schweren Situationen‘ dennoch ihre Werte in Verhalten umsetzen (Abb. 26 untere Zeile). Gesellschaftlich wurden Personfaktoren wohl bei Beobachtung von niedrigem Konsens konstruiert und Situationsfaktoren bei der von hohem; Kelleys Kovariationsprinzip der Attribution entspricht der Hypothese kompensatorischer Interaktion.

Amicus certus in re incerta cernitur
(Einen guten Freund erkennt man in der Not) [Cicero, *de amicitia*
17, 64]

Die Erklärungen zur synergetischen Interaktion (s. Schmitt, o.J.; Schmitt, Eid, & Maes, 2003; Schmitt & Sabbagh, 2004) sind ebenfalls überzeugend; ein Fall für die Empirie. Abb. 26 zeigt in ihrer rechten Spalte einen möglichen Grund für die oft instabilen Befunde des Interaktionismus: bei bipolaren Dimensionen sind kurvenlineare Zusammenhänge der Verhaltensprädiktivität von Werthaltungen über Situationen auf einer bipolaren Werteachse zu erwarten (und ebenso, vice versa, der Verhaltensprädiktivität von werthaltigen Situationen auf der bipolaren Personachse). Kurvenlineare Zusammenhänge lassen sich nicht mit nur zwei Situationen testen, das Skalenniveau muss hoch, die Verteilungen der Person- und Situations-! Stichproben müssen repräsentativ sein. Dieser Erschwernis der Aufdeckung einer Person- x Situations-Interaktion, die die Wertekomplementarität verursacht (und die hier die letzte These 5 konstituieren soll), stehen, gewissermaßen auf der Habenseite, das hinlängliche Skalenniveau des Wertekreises und seine Normwerte gegenüber (These 1). Es gibt somit genügend Gründe, sich in der Sozialpsychologie mit Werten zu beschäftigen.

Literatur

- Aluja, A. & Garcia, L. F. (2004). Relationships between Big Five personality factors and values. *Social Behavior and Personality*, 32, 619-626.
- Bales, R. F. (1969). *Personality and interpersonal behavior*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Bales, R. F. (1999). *Social interaction systems: Theory and measurement*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Bardi, A. & Schwartz, S. H. (2003). Values and behavior: Strength and structure of relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 1207-1220.
- Baron, H. (1996). Strength and limitations of ipsative measurement. *Journal of Occupational and Organizational Measurement*, 69, 49-56.
- Bierhoff, H. W. (2000). Skala der sozialen Verantwortung nach Berkowitz und Daniels: Entwicklung und Validierung. *Diagnostica*, 46, 18-28.

- Bilsky, W. (2006). On the structure of motives: Beyond the 'Big Three'. In M. Braun & P. P. Mohler (Eds.), *Beyond the horizon of measurement* (pp. 73-84). Mannheim: ZUMA.
- Bilsky, W. & Koch, M. (2000). On the content and structure of values: Universals or methodological artifacts? In B. J. Blasius, J. Hox, E. deLeeuw & P. Schmidt (Eds.) *Social science methodology in the New Millennium. Updated and extended proceedings of the Fifth International Conference on Logic and Methodology*, Oct. 3-6, 2000, Cologne [CD-ROM]. Leverkusen: Leske + Budrich.
- Bourdieu, P. (1983). *Ökonomisches Kapital - Kulturelles Kapital - Soziales Kapital*. In P. Bourdieu (1992) *Schriften zu Politik und Kultur: Die verborgenen Mechanismen der Macht* (S. 49-80). Hamburg: VSA.
- Cantor, N., Mischel, W. & Schwartz, J.C. (1982). A prototype analysis of psychological situations. *Cognitive Psychology*, 14, 45-77.
- Caprara, G. V., Schwartz, S., Capanna, C., Vecchione, M. & Barbaranelli, C. (2006). Personality and politics: Values, traits, and political choice. *Political Psychology*, 27, 1-28.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1985). *The NEO Personality Inventory Manual*. Odessa: Psychological Assessment Resources.
- Edwards, J. R. (1994). The study of congruence in organizational behavior research: critique and proposed alternative. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 58, 51-100.
- Ertel, S. (1965). Standardisierung eines Eindrucksdifferentials. *Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie*, 12, 22-58.
- Forsyth, D. R. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 178-184.
- Gennerich, C. (2001). Die Kirchenmitglieder im Werteraum. Ein integratives Modell zur Reflexion der Gemeindefarbeit. *Pastoraltheologie*, 90, 168-185.
- Gennerich, C. (2003). Teamentwicklung mit dem Werteraum & Zur Werteraum-Analyse ethischer Themen in der Öffentlichkeitsarbeit. In N. Ammermann & C. Gennerich (Hrsg.) *Ethikberatung konkret - Anwendungen in Diakonie, Gemeinde und Bildungsarbeit* (S. 77-81 & S. 107-117). Münster: LIT.
- Gennerich, C. (2007a). Ästhetik und Empirie - Empirische Zugänge zum religionspädagogischen Ansatz Dietrich Zilleßens. *Magazin für Theologie und Ästhetik*, 45 (www.theomag.de/45/cg1.htm).
- Gennerich, C. (2007b). Religiöser Trost in der Seelsorge an Senioren und Seniorinnen: Modellentwicklung und empirische Analysen zum Motiv der Vorsehung. In R. Kunz (Hrsg.) *Religiöse Begleitung im Alter: Religion als Thema der Gerontologie* (S. 217-250). Zürich: Theologischer Verlag Zürich.
- Gennerich, C. & Huber, S. (2006). Value Priorities and content of religiosity – new research perspectives. *Archive for the Psychology of Religion*, 28, 253–267.
- Graumann, C. F. & Willig, R. (1986). Wert, Wertung, Werthaltung. In H. Thomaes (Hrsg.) *Enzyklopädie der Psychologie: Theorien und Formen der Motivation*, Bd. 1 (S. 315-350). Göttingen: Hogrefe.

- Gollwitzer, M., Schmitt, M., Schalke, R., Maes, J. & Baer, A. (2005). Asymmetrical effects of justice sensitivity perspectives on prosocial and antisocial behavior. *Social Justice Research*, 18, 183-201.
- Gollwitzer, M. & Jäger, J. A. (in prep.) How do we punish a "black sheep"? Punitive reactions toward norm violations committed by ingroup or outgroup offenders. Unpublished manuscript, Universität Landau.
- Hänze, M. & Lantermann, E. D. (2001). Kognitive, emotionale und ästhetische Dimensionen des Lernortes Ausstellung: Kurz- und langfristige Auswirkungen der Ausstellung „Körperwelten“ auf ihre Besucher. Forschungsbericht des Fachbereichs Psychologie, Universität Kassel.
- Hermann, D. (2004). Bilanz der empirischen Lebensstilforschung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 56, 153-179.
- Hinz, A., Brähler, E., Schmidt, P. & Albani, C. (2005). Investigating the circumplex structure of the Portrait Values Questionnaire (PVQ). *Journal of Individual Differences*, 26, 185-193.
- Hofstätter, P. R. (1957). *Gruppendynamik*. Hamburg: Rowohlt.
- Homer, P. M. & Kahle, L. R. (1988). A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 638-646.
- Hopf, N. (in Vorb.). *Markenwissen bei Best Agerm aller Wertesegmente (Arbeitstitel). Einzureichen als Dissertation an der Biologischen Fakultät der Universität Göttingen.*
- Horowitz, L. M., Rosenberg, S. E., Bauer, B. A., Ureno, G. & Villasenor, V. S. (1988). Inventory of interpersonal problems. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 56, 885-892.
- Huntington, S. P. (1997). *Kampf der Kulturen. Die Neugestaltung der Weltpolitik im 21. Jahrhundert (amerik. Orig 1996)*. München: Europa-Verlag.
- Inglehart, R. (1989). *Kultureller Umbruch: Wertewandel in der westlichen Welt*. Frankfurt: Campus.
- Inglehart, R. (o.J.) *World Values Survey*. www.worldvaluessurvey.org/
- Inglehart, R. & Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65, 19-51.
- Jost, J. T. (2006). The End of the End of Ideology. *American Psychologist*, 61, 651-670.
- Jost, J. T., Banaji, M. R. & Nosek, B. A. (2004). A decade of system justification theory: Accumulated evidence of conscious and unconscious bolstering of the status quo. *Political Psychology*, 25, 881-919.
- Jost, J. T., Glaser, J., Kruglanski, A.W. & Sulloway, F. (2003). Political conservatism as motivated social cognition. *Psychological Bulletin*, 129, 339-375.
- Jowell, R., and the Central Co-ordinating Team (2003/04). *European Social Survey 2002/2003: Technical Report*. London: Centre for Comparative Social Surveys, City University (http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/archive/tech_report.htm)
- Jowell, R., and the Central Co-ordinating Team (2005). *European Social Survey 2004/2005: Technical Report*. London: Centre for Comparative Social Surveys, City University.

- Koivula, N. & Verkasalo, M. (2006). Value structure among students and steelworkers. *Journal of Applied Social Psychology*, 36, 1263-1273.
- Leary, T. (1957). *Interpersonal diagnosis of personality*. New York: Ronald Press.
- Lewin, K. (1936). *Principles of topological psychology*. New York: McGraw-Hill. (www.archive.org/download/principlesoftopo011804mbp/principlesoftopo011804mbp.pdf)
- Lindeman, M. & Verkasalo, M. (2005). Measuring Values with the Short Schwartz's Value Survey. *Journal of Personality Assessment*, 85, 170-178.
- Maes, J. (1992). Konstruktion und Analyse eines mehrdimensionalen Gerechte-Welt-Fragebogens. *Berichte aus der AG Verantwortung, Gerechtigkeit und Moral*, 64 (www.gerechtigkeitsforschung.de).
- Maes, J. (1998). Immanent justice and ultimate justice: Two ways of believing in justice. In L. Montada & M. J. Lerner (Eds.) *Responses to Victimizations and Belief in a Just World* (pp. 9-40). New York: Plenum.
- Mohler, P. P. & Wohn, K. (2005). Persönliche Wertorientierungen im European Social Survey. (ZUMA-Arbeitsbericht Nr. 2005/01). Mannheim: ZUMA.
- Moritz, A. (2003). *Intergruppenbeziehungen - Ein Vergleich sozialpsychologischer Theorien und ihre Anwendung auf den realistischen Konflikt zwischen Befürwortern und Gegnern eines Logistikzentrums*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Göttingen.
- Müller, A., Jonas, K. & Boos, M. (2002). Cognitive Mapping von Marken – Sozialpsychologische Grundlagen eines ganzheitlichen Ansatzes. In E. H. Witte (Hrsg.) *Sozialpsychologie wirtschaftlicher Prozesse: Beiträge des 17. Hamburger Symposiums zur Methodologie der Sozialpsychologie*. Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Mummendey, A. & Wenzel, M. (1997). Social discrimination and tolerance in intergroup relations: Reactions to intergroup difference. *Forschungsberichte des Lehrstuhls Sozialpsychologie der Friedrich-Schiller-Universität Jena*, Nr. 9.
- Oishi, S., Schimmack, U., Diener, E. & Suh, E. (1998). The measurement of values and individualism-collectivism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1177-1189.
- Osgood, C. E., Suci, G. J. & Tannenbaum, P. H. (1957). *The measurement of meaning*. Oxford, IL: University of Illinois Press.
- Quinn, R. E. (1988). *Beyond rational management: mastering the paradoxes and competing demands of high performance*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Quinn, R. E. & Rohrbaugh, J. (1983). A spatial model of effectiveness criteria: towards a competing values approach to organizational analysis. *Management Science*, 29, 363-377.
- Reicher, S. (2004). The context of social identity: Domination, resistance, and change. *Political Psychology*, 25, 921-945.
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, S. H. & Knafo A. (2002). The Big Five personality factors and values. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 789-801.
- Rohan, M. J. (2000). A rose by any name: the values construct. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 255-277.

- Rokeach, M. (1968). A theory of organization and change within Value-Attitude-Systems. *Journal of Social Issues*, 1, 13-33.
- Rosenstiel, L. von & Nerding, F. W. (2000). Die Münchner Wertestudie – Bestandsaufnahme und (vorläufiges) Resümee. *Psychologische Rundschau*, 51, 146-157.
- Sabini, J., Siepmann, M. & Stein, J. (2001). The really fundamental attribution error in social psychological research. *Psychological Inquiry*, 12, 1-15.
- Schlöder, B. (1993). Soziale Werte und Werthaltungen. Opladen: Leske + Budrich.
- Schmitt, M. (o.J.). Synergetische Person x Situations – Interaktion: Forschungsprojekt-Darstellung. www.uni-landau.de/schmittmanfred/forschung/synergie/
- Schmitt, M., Eid, M. & Maes, J. (2003). Synergistic person x situation interaction in distributive justice behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 141-147.
- Schmitt, M., Gollwitzer, M., Maes, J. & Arbach, D. (2005). Justice sensitivity: Assessment and location in the personality space. *European Journal of Psychological Assessment*, 21, 202-211.
- Schmitt, M., Maes, J. & Schmal, A. (1997). Gerechtigkeit als innerdeutsches Problem: Analyse der Messeigenschaften von Messinstrumenten für Einstellungen zu Verteilungsprinzipien, Ungerechtigkeitsensibilität und Glaube an eine gerechte Welt. *Forschungsberichte der Arbeitsgruppe Verantwortung, Gerechtigkeit, Moral*, 105. www.gerechtigkeitsforschung.de
- Schmitt, M. & Sabbagh, C. (2004). Synergistic person x situation interaction in distributive justice judgment and allocation behavior. *Personality and Individual Differences*, 37, 359-371.
- Schmitt, M., Schwartz, S. H. & Steyer, R. (1993). Measurement models for the Schwartz values. *European Journal of Psychological Assessment*, 9, 107-121.
- Schulze, G. (1992). *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.) *Advances in experimental social psychology* (p. 25, pp. 1-65). New York: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.
- Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M. & Oven, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 32, 519-542.
- Shell Deutschland (Hrsg.) (2000). *Jugend 2000: 13. Shell Jugendstudie*, 2 Bände. Opladen: Leske + Budrich.
- Shell Deutschland (Hrsg.) (2002). *Jugend 2002: Zwischen pragmatischem Idealismus und robustem Materialismus*. Frankfurt: Fischer.
- Shell Deutschland (Hrsg.) (2006). *15. Shell Jugendstudie. Jugend 2006: Eine pragmatische Generation unter Druck*. Frankfurt: Fischer.
- Six, B. (1998). Moderatoren der Einstellungs-Verhaltens-Relation. In E. H. Witte (Hrsg.)

- Sozialpsychologie der Kognition: Soziale Repräsentationen, subjektive Theorien, soziale Einstellungen. Beiträge des 13. Hamburger Symposiums zur Methodologie der Sozialpsychologie (S. 206-228). Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Spiegel, B. (1961). Die Struktur der Meinungsverteilung im sozialen Feld: das psychologische Marktmodell. Bern: Huber.
- Strack, M. (2003). Die Begegnung „des Sozialen“ mit „der Wirtschaft“. In N. Ammermann & C. Gennerich (Hrsg.) *Ethikberatung konkret - Anwendungen in Diakonie, Gemeinde und Bildungsarbeit* (S. 87-91). Münster: LIT.
- Strack, M. (2004). *Sozialperspektivität: Theoretische Bezüge, Forschungsmethodik und wirtschaftspsychologische Praktikabilität*. (Download: www.univerlag.uni-goettingen.de/univerlag-Dateien/Books/Strack_online.pdf) Göttingen: Universitätsverlag.
- Strack, M. (2005). *Organizing diverse sets of data with the Schwartz' Value Circle*. First EASR Conference, July 25-29., Barcelona. (Download: www.psych.uni-goettingen.de/abt/6/personal/strack/files/Strack_2005_EASR.pdf).
- Strack, M. & Boer, D. (2006). *Symbolische Selbstergänzung im Jugendalter: Musikstil indiziert Werthaltungen*. In H. Schröder (Hrsg.) *Stil als Zeichen: Funktionen - Brüche - Inszenierungen* (18 S). *Universitätschriften - Schriftenreihe der Europa-Universität Viadrina, Bd 24*. CD-ROM.
- Strack, M., Boulton, D., Kenkmann, C. & Held, M. (2004). *Sozialperspektivische Imagepositionierung als Feedbackinstrument zur Unterstützung kundenorientierten Managements*. In W. Bungard, B. Koop & C. Liebig (Hrsg.) *„Psychologie und Wirtschaft leben“: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie in Forschung und Praxis* (S. 362-369). München: Hampp.
- Strack, M. & Gennerich, C. (2001) *Verantwortung, Werthaltungen und ethische Prinzipien*. 8. Tagung der Fachgruppe Sozialpsychologie der DGPs. Würzburg.
- Strack, M. & Gennerich, C. (2007). *Erfahrung mit Forsyths 'Ethic Position Questionnaire' (EPQ): Bedeutungsunabhängigkeit von Idealismus und Realismus oder Akquieszens und Biplarität? Bericht der AG Verantwortung, Gerechtigkeit u. Moral*, 167, www.gerechtigkeitsforschung.de.
- Strack, M. & Gennerich, C. (under review). *Personal and situational values predict ethical reasoning*.
- Strack, M., Gennerich, C. & Münster, D. (2006): *Beliefs in immanent or ultimate justice - understanding their differences*. 11th International Social Justice Conference (ISJR), May, Berlin (www.psych.uni-goettingen.de/abt/6/personal/strack/files/Strack_Gennerich_Muenster_ISJRC06.pdf).
- Stupperich, A. & Strack, M. (2005). *Zur Funktion individueller Werthaltungen bei Gewaltdelinquenz und ihre Ausprägung bei Unterbringung gemäß Maßregelvollzugsgesetz*. *Forensische Psychiatrie und Psychotherapie - Werkstattsschriften*, 12, 51-66.
- Tanner, C. & Medin, D. L. (2004). *Protected values: No omission bias and no framing effects*. *Psychonomic Bulletin & Review*, 11, 185-191.
- Tversky, B. & Hemenway, K. (1983). *Categories of environmental scenes*. *Cognitive Psychology*, 15, 121-149.

- Vandenbergh, C. & Peiro, J. M. (1999). *Organizational and individual values: their main and combined effects on work attitudes and perceptions*. *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 8, 569-581.
- Wenzel, M., Mummendey, A., Weber, U. & Waldzus, S. (2003). *The ingroup as pars pro toto: From the ingroup onto the inclusive category as a precursor to social discrimination*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 461-473.
- Wiggins, J. S. (1979). *A psychological taxonomy of trait-descriptive terms*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 409-420.
- Wicklund, R. & Gollwitzer, P. (1985). *Symbolische Selbstergänzung*. In D. Frey & M. Irle (Hrsg.) *Theorien der Sozialpsychologie*, Band 3 (S. 30-55). Bern: Huber.
- Wilson, M. S. (2005). *A social-value analysis of postmaterialism*. *The Journal of Social Psychology*, 145, 209-224.
- Witte, E. H. (1979). *Das Verhalten in Gruppen*. Göttingen: Springer.
- Witte, E. H. (1989/1994). *Sozialpsychologie. Ein Lehrbuch (1./2. Aufl.)*. München: Psychologie Verlags Union.
- Witte, E. H. & Doll, J. (1995). *Soziale Kognition und empirische Ethikforschung: Zur Rechtfertigung von Handlungen*. In E. H. Witte (Hrsg.) *Soziale Kognition und empirische Ethikforschung* (S. 97-115). Lengerich: Pabst Science Publishers.
- ZA – Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung an der Universität zu Köln. Datensätze u.a. ZA3701 (Allbus 2002), ZA4513 (Shell 2002 & 2006. <http://193.175.239.210/ZA>).