

Einstellungen - Wertorientierungen

Friedrich, Walter

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Friedrich, W. (1986). *Einstellungen - Wertorientierungen*. Leipzig: Zentralinstitut für Jugendforschung (ZIJ). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-399168>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Walter Friedrich

Einstellungen - Wertorientierungen

Die Menschen können bekanntlich zu den Gegenständen und Erscheinungen ihrer Umwelt, besonders zu den sozialen Werten, Normen und Anforderungen, zu den Mitmenschen und Gruppen ihrer Gesellschaft, ein sehr unterschiedliches Verhältnis haben.

Das drückt sich aus in der Richtung und Intensität ihrer inneren Wertbeziehungen (Gefühle, Wert-, Bedeutungserleben) sowie in ihrem gesamten verbalen und praktischen Verhalten diesen Umweltobjekten gegenüber.

Auf der Grundlage ihrer sozialen Erfahrung, besonders der gesellschaftlichen Erziehung, bilden sich bei ihnen relativ dauerhafte charakteristische Wertungs- und Verhaltensweisen heraus, die ihr Persönlichkeitsprofil, ihren Charakter kennzeichnen. Das kann jedermann an beliebigen Beispielen im Alltagsleben beobachten.

Während viele Schüler gern zur Schule gehen, dort ehrgeizig und fleißig lernen, mangelt es anderen an solchem Schulengagement. Ihre Beziehungen zu speziellen Unterrichtsfächern oder zu Lehrern können ebenfalls recht verschieden sein.

Oder: Während einige unserer Bekannten sportbegeistert und in dieser oder jener Sportart auch aktiv sind, haben andere dafür wenig übrig. Sie bevorzugen andere "Freizeitwerte", gehen vielleicht künstlerischen Hobbys nach, sind mit Qualifizierungs- bzw. anderen beruflichen Arbeiten beschäftigt, sind gesellschaftlich sehr aktiv, gern im Garten tätig oder verbringen ihre Zeit vor dem Fernseher.

Bei näherer Bekanntschaft entpuppt sich so jeder als Individualität, mit eben für ihn charakteristischen (typischen) Wertungs- und Verhaltensweisen. Das Verhalten und Verhalten der Menschen ist also durch eine (mehr oder weniger ausgeprägte) Gleichförmigkeit und Stabilität gekennzeichnet.

Obwohl die Persönlichkeit zeitlebens Wandlungsprozessen unterliegt, bleiben doch ihre wichtigsten Wertbeziehungen über lange

Zeiträume, oft über das ganze Leben hinweg relativ gleich, teilweise in erstaunlichem Grade stabil. Das betrifft vor allem die Beziehungen zu solch strategischen Wertbereichen wie Weltanschauung, Moral, Arbeit, Politik, Kunst, Familie, d.h. den Kern der persönlichen Lebensphilosophie.

• Wie ist diese Gleichförmigkeit und Stabilität des Wertens/Verhaltens der Persönlichkeit zu erklären?

• Wie entstehen und entwickeln sich solche Erlebens- und Verhaltensweisen?

• Was kann über den zugrunde liegenden psychologischen Mechanismus gesagt werden?

• Welche Methoden der Beeinflussung haben sich als effektiv erwiesen?

Die Sozialpsychologie befaßt sich seit über 50 Jahren ausgiebig mit dieser Thematik. Inzwischen dürften die Zahlen der dazu verfaßten Publikationen und Qualifizierungsarbeiten in die Tausende gehen.

Das sozialpsychologische Einstellungskonzept

Zum Kristallisationspunkt des theoretischen Denkens wurde die Kategorie Einstellung, engl. attitude.

Die Grundidee der Einstellungs-/Attitudenkonzeption ist relativ einfach. Ausgehend a) von der unbestreitbaren Gleichförmigkeit und Stabilität des sozialen Verhaltens im Leben der Menschen (das trotz wechselnder Situationen zum Ausdruck kommt) und b) von seiner großen interindividuellen Variabilität (die bis zur Einzigartigkeit der Persönlichkeit reicht), muß die Existenz einer speziellen Klasse psychischer Dispositionen angenommen werden. Ohne die hypothetische Voraussetzung einer solchen Disposition kann die Gleichförmigkeit und Stabilität des Verhaltens wie die gesamte Persönlichkeitsentwicklung des Menschen nicht erklärt werden. Unter Einstellung/attitude wird also eine Klasse psychischer Dispositionen verstanden, die das

Werten und Handeln der Menschen, bezogen auf bestimmte Objekte, regulieren.

Diese allgemeine Bestimmung dürfte von den meisten Autoren akzeptiert werden. In der detaillierten Charakteristik von Einstellungen gibt es allerdings bis heute weitaus weniger Übereinstimmung, man hat im Gegenteil den Eindruck, daß der Grundbestand theoretischer Konvention schrumpft, daß wir jedenfalls von einer allgemein anerkannten Einstellungstheorie noch weit entfernt sind.

Die hier vorgestellte Konzeption ist diesem unbefriedigenden Zustand natürlich ebenfalls behaftet. Sie widerspiegelt unseren speziellen Standpunkt und ist in dieser Relativität zu sehen.

Der Terminus "Einstellung" wird in der Psychologie bereits seit Ende des 19. Jahrhunderts, allerdings mit unterschiedlichem Bedeutungsgehalt verwendet. Anfangs setzte sich der allgemeinpsychologische Begriff durch. Einstellung wurde als Erwartungshaltung, als unbewußte "determinierende Tendenz", als ein Zustand der Aufmerksamkeit u.ä. interpretiert. Gemeint wurde damit eine selektive Funktion, die sich bei Wahrnehmungs-, Gedächtnis-, Denkprozessen, aber auch beim "Fühlen, Wollen und Handeln, kurz in unserem ganzen Erleben äußert" (MARBE, 1925). Also eine sehr weite Begriffsfassung.

Auch der Einstellungsbegriff von USKADSE ist hier einzuordnen, obgleich USKADSE wichtige neue Aspekte - wie den Zusammenhang der Einstellungen mit dem Bedürfnissystem und mit der sozialen Existenz der Menschen - hinzugefügt hat (vgl. 1976).

Die sozialpsychologische Einstellungs-/Attitudenkonzeption ist bedeutend enger. Sie wurde vor allem seit den 20er Jahren von Psychologen und Soziologen in den USA ausgearbeitet und erlangte dort bald eine große Popularität.

G. W. ALLPORT, ein bekannter USA-Psychologe, bezeichnete den Attitudenbegriff als das "wahrscheinlich bestimmendste und unerläßlichste Konzept ... als einen Grundpfeiler im Gebäude der amerikanischen Sozialpsychologie" (1954/1966, S. 15/16). Obwohl die Zahl der Kritiker in den letzten zwei Jahrzehnten

erheblich zugenommen hat, ist die Attitudenkonzeption noch heute sehr einflußreich und wird von den verschiedensten theoretischen Positionen her diskutiert (z.B. behavioristische Verstärkungstheorien, psychoanalytische Konzeptionen und die verschiedensten Modelle kognitiver Konsonanz bzw. Dissonanz).

ALLPORT selbst hat bereits 1935 folgende, von vielen Autoren zitierte Definition gegeben: "Eine Einstellung ist ein geistiger und neu-raler, durch die Erfahrung organisierter Bereitschaftszustand, der auf die Reaktion des Individuums auf alle Objekte und Situationen, mit denen sie in Verbindung gebracht wird, einen richtenden und dynamischen Einfluß ausübt."

(1966, S. 22)

Wesentliche Charakteristika der Einstellung/Attitüde sind demzufolge:

- Sie ist ein Bereitschaftszustand im Sinne einer Verhaltensdisposition;
- Sie ist auf bestimmte Objekte bzw. Situationen der Umwelt gerichtet;
- Sie ist durch die Erfahrung des Individuums, also durch einen Lernprozeß determiniert.
- Sie besitzt neurophysiologische Grundlagen.
- Sie orientiert und dynamisiert das Verhalten des Individuums.

Das ist eine - gegenüber den damals noch vorherrschenden Trieb- und Instinktlehren sowie den aus dem seelischen Binnenleben herausdeutenden Charakterologien - wirklich progressive, die wissenschaftliche Forschung stimulierende Bestimmung, die man heute mit Recht als klassisch bezeichnen kann.

Empirische Forschungen zur Verbreitung, Entstehung und Änderung von Einstellungen sind in den USA vorwiegend auf nationale und russische Vorurteile (Stereotypen über Farbige, Juden, Emigrantengruppen), auf Fragen der persönlichen Hygiene, des Rauchens, auf Konsumwünsche und einige politische Streitthemen gerichtet. Die meisten Untersuchungen wurden unter Laborbe-

bedingungen arrangiert. Das alles führte verständlicherweise zu gravierenden Lücken, Einseitigkeiten, vor allem aber zu ernststen theoretischen und methodologischen Problemen.

Einstellung und Realverhalten

Wir können das hier nur an einem Problem veranschaulichen, das seit den 60er Jahren im Zentrum der Kontroversen zur empirischen Einstellungsforschung steht. Gemeint sind die häufig belegten nur schwachen Zusammenhänge zwischen den von Personen verbal geäußerten Einstellungen und ihrem praktischen Verhalten im Alltag.

Tatsächlich hat sich in vielen Untersuchungen herausgestellt, daß die Übereinstimmung von den im mündlichen Interview bzw. im Fragebogen erfaßten Einstellungen und bestimmten realen Verhaltensweisen nicht sehr hoch ist. "Die Kovariation von gemessenen Einstellungen und Verhalten überschreitet nur selten Werte um $r = 0.30$... Das aber bedeutet, daß 90 oder mehr Prozent der Verhaltensvariabilität in der Regel nicht durch die Ausprägung der gemessenen Attitude, sondern durch andere psychische Bedingungen sowie durch Eigenschaften der Situation gesteuert werden." (FASSHEBER 1979, NUMMENDYK 1979, MEINBEELD 1977, HORNUTH 1979) Zweifellos eine ganz ernstzunehmende kritische Aussage.

Stellt sie aber das Einstellungskonzept als Disposition für relativ gleichförmiges und stabiles Verhalten prinzipiell in Frage, wie manche meinen? Natürlich nicht, sie weist jedoch auf die Haltlosigkeit naiver theoretischer Vorstellungen hin und fordert zu fundierten methodologisch-methodisch fundierten Forschungsstrategien auf.

Zur Begründung der ziemlich schwachen Korrelationen zwischen verbal geäußerten Einstellungen und realem (sogenanntem offenem) Verhalten lassen sich zahlreiche Argumente anführen. Hier können nur einige der wichtigsten genannt werden:

1. Theoretisch naiv ist die früher durchaus vertretene Auffassung, bestimmte Verhaltensakte (Handlungen) werden vollständig von den entsprechenden inneren Bedingungen der Person von ihren Einstellungen determiniert. Eine solche funktionale Abhängigkeit einzelner Handlungen von den zugrunde liegenden Einstellungen gibt es natürlich nicht. Zwischen Einstellungen und speziellen Handlungen besteht kein 1 : 1-Ursache-Wirkungs-Verhältnis.

Die konkrete Handlung ist stets zu betrachten als Produkt
 - des aktuellen psychischen Gesamtzustandes der handelnden Persönlichkeit und
 - der aktuellen (meist sehr komplexen) Situation, in der sich die Handlung vollzieht.

Da spezielle Einstellungen nur im Kontext dieser psychischen und sozial-situativen Faktoren wirksam werden können, wird verständlich, daß die Korrelationswerte mit bestimmten Alltagshandlungen allgemein nicht sehr hoch sein können.

Genau genommen müßte die Wirkung der habituellen Disposition "Einstellung" ja auch im habituellen Verhalten, also nicht in einer einmaligen Handlung, sondern im typischen Handeln über längere Zeit analysiert werden. Das geschieht aber nur in seltenen Fällen.

Langzeitforschungen wie Trendanalysen, Intervallstudien, biographische Untersuchungen, Beobachtungen unter natürlichen Lebensbedingungen erfordern allerdings einen hohen personellen, organisatorischen und materiellen Aufwand, den die meisten Forscher scheuen.

Laborversuche, die im allgemeinen leichter zu bewerkstelligen sind, zielen aber hauptsächlich auf den Zusammenhang von (habituellem) Einstellungsdisposition und (aktuellem) einzelner Verhaltensakt z.B. einer speziellen Meinung oder Entscheidung - was eben höchst problematisch ist.

2. Die in Laborversuchen gewonnenen Ergebnisse können nicht einfach auf das Alltagsverhalten der Menschen übertragen werden. Sie besitzen nur eine geringe Gültigkeit für das alltägliche Leben, haben keine hohe "ökologische Validität". Im Labor werden überwiegend einfache, persönlich unwichtige, teilweise auch konstruiert und eigenartig wirkende Urteile/Handlungsentscheidungen untersucht, die zur Erklärung des komplexen sozialen Verhaltens wenig beitragen.

3. Was als Einstellung, was als einstellungsadäquates zu prüfendes Verhalten definiert wird und mit welchen Methoden es analysiert wird, darüber gibt es wenig Einigkeit, das "ist im allgemeinen der Intuition des Forschers überlassen." (HORNSTEIN 1979, S. 6) Oft werden so sehr spezielle theoretische Konzeptionen geprüft oder subjektive Forschungsinteressen befriedigt, was sich in der Regel negativ auf die Korrelation von Einstellung und Verhalten auswirken muß.

4. Der Aspekt der Verhaltensbereitschaft (der Handlungsintention) wurde und wird noch in den meisten Studien vernachlässigt. Allgemein wird zwar die persönliche Bedeutung, die emotionale Bewertung zu den Einstellungsobjekten erfaßt, seltener jedoch das Aktivitätsniveau, das Personen gegenüber diesen Objekten besitzen. Trotz hoher persönlicher Bewertung von Objekten kann die Bereitschaft zum realen Verhalten schwach ausgeprägt sein - und umgekehrt.

Die Bewertung der Verhaltensbereitschaft in empirischen Studien erhöht beträchtlich den Übereinstimmungsgrad von Einstellung und realem Verhalten.

5. In der bisherigen Einstellungsforschung wurde zu wenig der Zusammenhang von lebensbedeutsamen Wertorientierungen mit den entsprechenden Verhaltensweisen berücksichtigt. Doch ist erwiesen, daß die Korrelation von Einstellungen/Wertorientierungen mit hoher persönlicher Bedeutung und relevanten Kriterien des Alltagsverhaltens der Individuen ziemlich hoch ist: Je stärker

die Identifikation, die "Ichbeteiligung" bei weltanschaulichen, politischen, moralischen oder ästhetischen Werten und je höher das Engagement an diese Werte (also die Verhaltensbereitschaft) ausgeprägt sind, desto nachhaltiger wird durch sie das entsprechende Alltagsverhalten beeinflusst. Zum Beispiel existieren zwischen den weltanschaulich-ideologischen Wertorientierungen unserer Jugend und ihren gesellschaftlichen Aktivitäten hohe Zusammenhänge. Wir kommen darauf noch zurück.

Leider werden solche Themenbereiche in der bürgerlichen Einstellungsforschung nicht genügend beachtet. Selbst die Ergebnisse der Meinungsforschung, die bekanntlich bei Wahlen eine hohe Prognosezuverlässigkeit besitzen, werden von den "reinen" Einstellungsforschern kaum ausgewertet. SHERIFF vermerkt kritisch: "Da man zwischen Einstellungen von großer persönlicher Bedeutung für die Individuen und Meinungen oder Urteilen über persönlich unwichtige Dinge keinen Unterschied machte, wurde die Literatur über Einstellung und Einstellungsänderung zu einem Dschungel widerspruchsvoller Schlußfolgerungen." (1979, S. 222)

Wertorientierungen

In den letzten Jahren werden auch bei uns Probleme der gesellschaftlichen Werte, ihrer Struktur, Entwicklungsbedingungen, ihrer historischen Veränderungen, vor allem aber ihrer Aneignung zu stabilen Verhaltensregulativen der Individuen in verschiedenen Gesellschaftswissenschaften verstärkt diskutiert.

Die Sozialpsychologie konzentriert sich - im Rahmen der interdisziplinären Forschung zur Werteproblematik - primär auf die Analyse des Aneignungsprozesses sozialer Werte durch die Individuen sowie auf die Erscheinungsformen und Beeinflussungsmöglichkeiten ihres auf Werte orientierten Verhaltens.

Was sind Wertorientierungen? Wir verstehen unter Wertorientierungen Verhaltensdispositionen von Individuen, die auf soziale Werte gerichtet sind. Wertorientierungen sind psychische Erscheinungen, sie regulieren das Wertverhalten der Menschen von innen heraus.

Mitunter wird in der Literatur auch von Werthaltung, Wertvorstellung usw. gesprochen. Eine terminologische Konvention steht noch aus.

Wertorientierungen können als eine spezielle Klasse von Einstellungen betrachtet werden. Entscheidend ist, daß sie im Unterschied zu der diffusen Vielfalt von Einstellungen⁺ eine eng begrenzte Klasse von Verhaltensdispositionen umfassen, die meist klar profiliert sind, über längere Zeit existieren sowie für die Persönlichkeit von großer Lebensbedeutung sind. Wertorientierungen repräsentieren den Kernbereich der Persönlichkeitsstruktur. Was die Persönlichkeit in ihrem Wesen auszeichnet, was ihren Charakter ausmacht, was also typisch ist für Richtung und Inhalte ihres Denkens, Wertens, Strebens und Realverhaltens, das wird von ihren Wertorientierungen bestimmt. Die strategische Funktion der Wertorientierungen für die Entwicklung der Persönlichkeit ist offensichtlich. Psychologisch können Wertorientierungen in knapper Form so charakterisiert werden:

1. Bezug auf soziale Werte

Wertorientierungen sind auf soziale Werte bezogen. Sie widerspiegeln somit die konkrete Gerichtetheit der Persönlichkeit zu einem bestimmten Zeitpunkt ihres Lebens.

Die Existenz von Wertorientierungen erklärt die Zielstrebigkeit des Handelns einer Persönlichkeit, ihre mittel- und langfristigen Pläne, Orientierungen, Lebensziele, ihre Aktivitäten und Bemühungen zur Verwirklichung dieser Ziele.

⁺ Einstellungen reichen vom ersten Eindruck gegenüber fremden Personen, von der Bevorzugung einer Zigarettensorte oder eines anderen Konsumartikels (jedenfalls in den Auffassungen und Untersuchungen vieler Einstellungsforscher) bis zu weltanschaulichen und politischen Positionen. Damit werden aber die spezifischen Merkmale, mindestens der Extrempole, leicht vermischt.

2. Aneignung in der Ontogenese

Wertorientierungen bilden sich im individuellen Leben heraus, sind Resultate komplexer Lernvorgänge in der Ontogenese. Sie entwickeln sich in der gegenstandsbezogenen Tätigkeit der Persönlichkeit unter konkreten sozialen Bedingungen. Der Prozeß der Herausbildung von Wertorientierungen setzt sehr früh, bereits im frühen Kindesalter ein. Gewisse Basisstrukturen werden schon im ersten Lebensjahrzehnt geformt. Entscheidende Profilierungen erfolgen im 2. Lebensjahrzehnt, im Jugendalter. Wertorientierungen sind dynamische Dispositionen, die sich im Leben der Menschen immer stärker verfestigen, stabilisieren, aber doch auch ständig durch soziale und individuelle Ereignisse Veränderungen erfahren können (bis zu Konversionen von Grundwerten). Es sind relative Invarianten!

3. Physiologische Grundlagen

Neurophysiologisch betrachtet, haben Wertorientierungen den Charakter funktionaler Systeme. Es sind physiologische "Neubildungen", die sich ontogenetisch in der Tätigkeit der Menschen herausbilden (AMOSHIN, LEBWITZ). Für die Entwicklung von Wertorientierungen sind auch neurologische Prozesse im Hirnstamm (Formatio reticularis, Limbisches System) von Bedeutung. Emotionen, Motivationen, energetische Potentiale stehen mit diesen Regionen in enger Beziehung.

4. Wertorientierungen sind Faktoren komplexer psychischer Strukturen

Wertorientierungen existieren nicht isoliert voneinander, nicht in der Form unverbundener Mosaikbausteine. Sie stehen im Zusammenhang untereinander. Wertorientierungen werden letztlich von der gesamten psychischen Struktur der Persönlichkeit beeinflusst, auch ihre Verhaltenswirksamkeit ist davon abhängig. Daraus erklärt sich, wie schon angedeutet, der "bedingte", oft gar nicht so hohe Zusammenhang bestimmter Wertorientierungen und entsprechender Wertbündelungen.

Wichtig, wenn auch sehr schwierig, ist es, die hierarchische

Struktur der Wertorientierungen von Personen oder Personengruppen aufzufinden. Man kann wohl davon ausgehen, daß die Wertorientierungen nicht gleichrangig nebeneinandergeordnet, sondern in einer gewissen Über-Unter-Ordnung zueinander stehen. Es gibt mehr oder weniger dominante Wertorientierungen, denen andere Wertorientierungen, speziellere Einstellungen, schließlich konkrete Verhaltensweisen subordiniert sind. Solche Wertorientierungs-Hierarchien empirisch herauszuarbeiten und ihre Bedeutung für das Alltagsleben nachzuweisen ist eine wichtige Forschungsaufgabe der Sozialwissenschaften.

5. Psychische Komponenten der Wertorientierung

Die weitere psychologische Analyse von Wertorientierungen läßt zwei Grundkomponenten (Teilstrukturen) erkennen: die kognitive und die ästimatorische.

Die kognitive Komponente von Wertorientierungen umfaßt die beim Individuum vorhandenen Kenntnisse und Vorstellungen vom betreffenden sozialen Wert. Wir nennen das (nicht ganz exakt) Wertvorstellung. Wertvorstellungen beinhalten das Wesen und das Wissen, die kognitiven Informationen über das Wertobjekt. Natürlich gibt es keine Wertung/Wertbeziehung ohne Vorstellungen vom betreffenden sozialen Wert. Werten hat Wertvorstellungen, kognitive Informationen vom Wertobjekt zur Grundlage, ist aber darauf nicht zu reduzieren. Die kognitive Komponente ist keine hinreichende Erklärungsbasis für die Funktion von Wertorientierungen. Das kann im Alltag leicht beobachtet werden, z.B. kommt es häufig, trotz guter Kenntnisse von diesem oder jenem Wert, zu ganz anderen, oft konträren Wertungen und Werthandlungen. Trotz klarer Kenntnisse vom Wert muß dieser ja noch nicht von der Persönlichkeit akzeptiert werden. Eine Person kann, gerade weil sie einen Wert heftig ablehnt, sehr an Informationen über ihn interessiert sein. Der "Gegenwert" ist unter Umständen sehr genau bekannt, um ihn widerlegen zu können, wie das in der weltanschaulich-ideologischen Auseinandersetzung unserer Zeit nötig sein kann.

Die ästimatorische Komponente einer Wertorientierung umfaßt die

persönliche Wertbeziehung, die die Person gegenüber einem sozialen Wert besitzt. Sie widerspiegelt die Bedeutung, die die Person dem betreffenden Wert beimißt. Nicht der Wert "an sich", sondern der Wert "für sich", für die Persönlichkeit kommt in der ästimativen Komponente zum Ausdruck.

Die ästimative Komponente (die Wertbeziehung) kommt der Person in Form von Emotionen/Motivationen zum Bewußtsein.

Je intensiver die Wertbeziehung einer Person, also je mehr Bedeutung ein sozialer Wert für sie hat, desto stärker wird ihr Alltagsverhalten davon beeinflußt.

Der Grad der persönlichen Akzeption eines sozialen Wertes, der Identifizierung mit seinen (immanenten) Verhaltensanforderungen ist sehr wesentlich für die Verhaltensregulierung durch Wertorientierungen. Daher sollten Erziehung und andere Formen der gesellschaftlichen Kommunikation den persönlichen Wertbeziehungen, den Identifikationen der Menschen zu in unserer Gesellschaft gültigen Werten größere Aufmerksamkeit schenken.

Die ästimative Teilstruktur reflektiert aber nicht nur die persönliche Wertbeziehung, die Bedeutungsrelation zwischen der Person und dem sozialen Wert, sondern auch das aktive Verhältnis der Person zu den Werten, ihre Zu- oder Abneigung, ihr Hin- oder Wegstreben; die Motivation gegenüber dem gegebenen sozialen Wert.

Für die empirische Erforschung der Wertorientierungen ist es sehr wichtig - wenn auch ziemlich schwierig - die Motivation, die Aktivität der Person zu diagnostizieren. Die Verhaltensbereitschaft (Handlungsintention) ist - wie gesagt - ein entscheidender Faktor der Wertorientierungsdisposition und für die Messung der Verhaltenswirksamkeit einer Wertorientierung, des Zusammenhangs von Wertorientierungen und entsprechendem Alltagsverhalten unerlässlich. Je stärker die Verhaltensbereitschaft, die Aktivität der Person zu bestimmten sozialen Werten ausgeprägt ist, desto sicherer und engagierter wird sie sich in ihrem Leben von ihnen leiten lassen.

Die ästimative Komponente hat entscheidenden Einfluß auf das Werthandeln der Person. Sie determiniert die Aktivität der Person:

die Gerichtetheit des Handelns, die dementsprechende Selektion der Wahrnehmung und Handlungsakte, die Handlungsentscheidung, die Initiativen zur Verwirklichung der Handlungen, die Ziele und strategischen Orientierungen der Person.

Sie bildet die energetische Basis zur Selektion, Initiierung, Realisierung des Werthandelns. Mit anderen Worten, sie repräsentiert den energetischen Fonds für die Handlungsaktivitäten der Persönlichkeit.

Über Wertorientierungen unserer Jugend

Trotz der großen Bedeutung, die sozialen Werte und individuellen Wertorientierungen im Leben der Menschen zukommt, steckt die empirische Werteforschung international noch in den Kinderschuhen. Im Rahmen mehrerer schriftlicher Umfragen haben wir in den vergangenen Jahren bestimmte Wertorientierungen unserer Jugend untersucht. Folgende Ergebnisse sollen hier hervorgehoben werden:

- Bereits 14jährige besitzen ausgeprägte und ziemlich stabile Wertorientierungen, die sich in den folgenden Lebensjahren immer weiter verfestigen. Das belegen Intervallstudien.
- Zwischen verschiedenen Herkunfts- und Bildungsgruppen unserer Jugend kann es erhebliche Unterschiede in der Ausprägung bestimmter Wertorientierungen geben.
- Die Wertorientierungen der Geschlechter haben sich heute allgemein stark angenähert. Doch gibt es auch einige typische Divergenzen. (Baustein "Geschlechtstypisches Verhalten")
- Wertorientierungen der Jugend sind stets in ihrem historischen gesellschaftlichen Bezug zu sehen. Gegenwärtig finden gewisse Veränderungsprozesse im Wertebewußtsein der Menschen, besonders auch der Jugend statt, die einer exakten Erforschung bedürfen. Sie verlaufen offenbar in größerer Dynamik als zu früheren Zeiten.
- Erhebliche Unterschiede in den Wertorientierungen treten dann zutage, wenn man junge Leute nach anderen relevanten Kriterien gruppiert, etwa nach grundlegenden weltanschaulich-

politischen Positionen oder nach dem Grad ihrer gesellschaftlichen Aktivität.

Unsere Forschungen widerspiegeln enge Zusammenhänge zwischen bestimmten Wertorientierungen und dem Leistungsverhalten der Jugendlichen. Der leistungsstimulierende Einfluß gut ausgeprägter sozialistischer Wertorientierungen geht daraus deutlich hervor. Wertorientierungen sind wichtige Bestandteile der komplexen Leistungsmotivation.

Folgende Zusammenhänge sollen genannt werden:

- Zusammenhänge mit weltanschaulich-ideologischen Wertorientierungen.

Wir fanden bei Jugendlichen unseres Landes klare Zusammenhänge zwischen Lern-/Studien-/Arbeitsleistungen einerseits und der weltanschaulich-ideologischen Position andererseits.

Je stärker die Verantwortung für die Mitgestaltung unseres Staates ausgeprägt ist, desto höher die Leistungsergebnisse. Je größer das persönliche Engagement an die sozialistischen Ziele und Werte, desto höher die Leistungen.

- Zusammenhänge mit moralischen Lebens- und Wertorientierungen.

Unsere Forschungsergebnisse belegen:

Je klarer, anspruchsvoller und langfristiger die Lebensziele der Jugendlichen ausgeprägt sind, desto höher sind ihre Leistungen in Schule, Hochschule und im Betrieb.

Je mehr die Wertorientierungen auf hochgeschätzte sozial-moralische Anschauungen unserer Gesellschaft und humanistische Prinzipien gerichtet sind, desto besser sind die Leistungsergebnisse. Persönliche und materielle Ziele können ebenfalls eine bedeutende leistungsstimulierende Funktion besitzen, in bestimmten Fällen auch zu Höchstleistungen antreiben.

- Zusammenhänge mit Arbeits- und Berufsbewertung

Wie die Tabelle belegt, stehen Arbeit und Beruf in der Rangordnung der Lebenswerte bei unserer Jugend ganz vorn. So ist verständlich, daß auch diese Wertorientierungen die Leistungs-

bereitschaft deutlich beeinflussen.

Wir fanden z.B. folgende Zusammenhänge:

Je höher die Bewertung der beruflichen Arbeit im Wertgefüge der Persönlichkeit, desto besser deren Leistung.

Je tiefer die Verbundenheit mit dem Studienfach bei Studenten, desto erfolgreicher die Studienleistungen.

Je stärker die Identifikation mit den unmittelbaren Leitern und Vorgesetzten, desto größer der Leistungserfolg.

Je tiefer die Kollektiv- und Betriebsverbundenheit, desto größer der Leistungseffekt.

Diese Zusammenhänge sollen nicht den Eindruck einer einseitigen Ursache-Wirkungs-Relation erwecken. Wir haben hier Wechselwirkungsrelationen in Rechnung gestellt. So können komplexere, tieferliegende Faktoren beide Variablen solcher Zusammenhänge determinieren. Ebenso eindeutige Zusammenhänge haben wir auch beim Vergleich von Leistungen mit "objektiven" Verhaltensaktivitäten der Persönlichkeit gefunden. (vgl. FRIEDRICH 1985)

Exkurs: Zur sozialen Beeinflussung von Wertorientierungen

Im Rahmen der klassischen Einstellungsforschung wurde den Methoden und Faktoren der Veränderung von Einstellungen stets große Aufmerksamkeit geschenkt. Die Untersuchungen dienten meist der Hypothesenprüfung, einer der theoretischen Konzeptionen, sie waren meist auf engbegrenzte Einstellungsobjekte gerichtet, und wurden vorwiegend unter Laborbedingungen organisiert. Auch wenn wir heute von einer geschlossenen Theorie des "Einstellungswandels" noch weit entfernt sind, darf doch nicht übersehen werden, daß diese - häufig mit großer methodischer Akribie arrangierten - Forschungen eine Vielzahl bedeutsamer Ergebnisse geliefert haben. Mit ihnen konnten wichtige Erkenntnisse im Bereich der Interpersonellen und Massenkommunikation, der sozialen Beeinflussung des menschlichen Verhaltens gewonnen bzw. präzisiert werden.

Einige dieser allgemeinen Erkenntnisse, die für die Entwicklung und Veränderung von Wertorientierungen besonders relevant sind, sollen hier hervorgehoben werden. Konsequenzen für die Praxis der Erziehung, der Propaganda, der sozialen Kommunikation überhaupt, sind leicht ableitbar.

- Wie bereits erwähnt, bilden sich Wertorientierungen in Form von Verhaltensgewohnheiten schon sehr früh heraus. Ihre Formung und Beeinflussung im ersten Lebensjahrzehnt, vor allem im Vorschulalter weist natürlich Spezifität auf. So stehen hier Erziehungsmethoden der Belehrung, der Demonstration (des Vormachens), des Verhaltenstrainings und der ständigen Sanktionierung im Vordergrund.

Das Kind erwirbt durch Anpassung, durch wiederholtes Lernen, durch einfache Nachahmung des Verhaltens der Identifikationspersonen seiner Umgebung (Eltern, Geschwister, Kindergärtnerin), später zunehmend durch Einsicht in die Wertforderungen und durch selbständiges, aktives Handeln, die den Werten entsprechenden Orientierungen und Verhaltensweisen. Es gewinnt allmählich eine eigenständige, teilweise auch kritische Position zu den Werten, bezieht sich auf eigene Erfahrungen.

Dieser Prozeß der Kenntniserweiterung (immer klarere Wertvorstellungen) der wachsenden Differenzierung, Stabilisierung der Wertorientierungen, der immer profilierteren persönlichen Identifizierung mit den Werten erreicht im frühen Jugendalter bereits ein hohes Niveau. Schon 12- bis 14jährige betonen ihre eigenständige Position gegenüber bestimmten sozialen Werten, reflektieren über deren Gültigkeit, über ihren "Sinn", stellen kritische, auch selbstkritische Fragen, wollen überzeugende Antworten, besitzen bereits relativ stabile Auffassungen und Verhaltensweisen, die sie engagiert verteidigen. In den folgenden Jahren entwickelt sich ein den Erwachsenen gemüßes Wertbewußtsein und Wertverhalten. Für die Veränderung/Beeinflussung der Wertorientierungen spielt selbstverständlich das individuelle Entwicklungsniveau der Wertorientierungen (der gesamten Persönlichkeit) eine entscheidende Rolle.

Forschungen bei Jugendlichen und Erwachsenen haben z.B. ergeben:

Je stabiler die Wertorientierungen einer Person ausgeprägt sind, desto schwieriger ist es, sie zu verändern.

Je bedeutungsvoller ein Wert für die Person ist, also je zentraler ("ich - näher") seine Stellung im System ihrer Wertorientierungen, desto widerstandsfähiger ist die Wertorientierung gegenüber äußeren Veränderungseinflüssen.

Es ist kompliziert, erfordert viel Erfahrung und Feinfühligkeit, zentrale Wertorientierungen einer Person zu verändern. Dies ist meist nur graduell möglich: große Umschwünge sind in kurzer Zeit selbstverständlich nicht zu erreichen. Klöße Appelle, Anweisungen, Verbote, Moralpredigten, andere frontale Überredungsformen, die die psychische Situation und Selbstansprüche einer Person wenig beachten, haben keine oder nur eine sehr geringe Wirkung. Oft kommt es sogar zu Kontraeffekten. Solche Einflüsse führen dann nicht zum Abbau, sondern umgekehrt zur Festigung der betreffenden Wertorientierungen. Die Person wird dadurch in ihren Überzeugungen, in ihren Werten bestärkt.

Personen mit ausgeprägten Wertorientierungen/Einstellungen und hoher persönlicher Identifikation beurteilen Beeinflussungsaktivitäten (der Erziehung, Propaganda, alltäglichen Kommunikation), überhaupt alle entsprechenden Informationen, von einer starken, eindeutigen und selektiven Position. Die ihren Wertorientierungen entsprechenden Informationen werden gesucht und bevorzugt bewertet. Widersprüchliche Informationen werden entweder nicht zur Kenntnis genommen, abgesertet bzw. klar abgelehnt, oder sie werden mit typischen Abwertungs- und Abwehrmechanismen (Reduktion der kognitiven Dissonanz) zurückgedrängt. Stark an ihre Werte engagierte Personen sind also konträren Beeinflussungen und Argumenten gegenüber sehr wenig zugänglich. Das zeigt sich besonders bei weltanschaulichen, politischen und zentralen moralischen Wertpositionen.

- Wertorientierungen müssen erkenntnistüchtig gut fundiert sein. Je klarer die Zusammenhänge des Wertbereichs erkannt und mit der täglichen Lebenspraxis verknüpft werden können, je sicherer, konsistenter und realistischer die kognitive Basis, desto besser sind die Voraussetzungen für die Entwicklung stabiler Wertorientierungen.

Aber Kenntnisse führen nicht automatisch zu Bekenntnissen, seien sie auch noch so tief begründet. Die entscheidende handlungsmotivierende Instanz ist die persönliche Identifikation mit den Werten. Eine hohe Identifikation kann allerdings auch auf einer vergleichsweise schmalen, wenig ausgereiften kognitiven Basis zustandekommen.

Kognitive Informationen, Kenntnisse über Werte kann sich die Person auf unterschiedliche Weise aneignen. In der Schule, über gesellschaftliche Bildungsformen, Massenmedien wird dieses Wissen systematisch vermittelt.

Natürlich müssen solche Informationen vielfach geboten werden. Die Wiederholung bestimmter Kenntnisse ist eine unverzichtbare Methode der Festigung von Wertorientierungen, besonders im Studium ihrer Herausbildung.

Werden jedoch diese Informationen nur formal wiederholt,

bringen sie zu wenig Neues und Interessantes, dann kann es zu den bekannten Erscheinungen der Sättigung bzw. Übersättigung kommen. Übermäßige Wiederholungen, monoton dargebotene Informationen/Belehrungen führen nicht selten zu Langeweile, Desinteresse; das Engagement der Person an die Werte wird nicht gefördert, sondern erlahmt.

Die beste "Kontraindikation" sind abwechslungsreiche Diskussionen und Streitgespräche, die Vermittlung neuer Informationen, keine Belehrungen durch intolerante, alles besserwissende Kommunikatoren.

Zahlreiche Forschungsergebnisse belegen, daß Wertorientierungen dann stabil bleiben, wenn die Person wichtige gegenteilige Argumentationen kennt und sie vor allem fähig ist, sich selbständig mit ihnen auseinanderzusetzen.

Wird die Person mit gegenteiligen (gegnerischen) Argumenten und Informationen konfrontiert und ist sie darauf nicht ausreichend vorbereitet, diese zu entkräften, zurückzuweisen, die gegnerischen Absichten und Taktiken zu durchschauen, dann kann es unter Umständen zur Labilisierung der betreffenden Wertorientierungen, zum nachlassenden persönlichen Engagement kommen.

- Für die Formung und Veränderung der Wertorientierungen ist die Aktivierung der Person sehr wichtig. Je höher der Aktivitätsgrad einer Person in der Auseinandersetzung mit bestimmten Wertbereichen, desto größer ist der diese Wertorientierungen stabilisierende Effekt.

Deshalb sollten alle Möglichkeiten und Formen der Aktivierung genutzt werden, wie z.B. Aussprachen, Gruppendiskussionen, in denen der eigene Standpunkt begründet und verteidigt werden muß, praktische Bewährungsproben und Entscheidungen aller Art, die Beweise für die persönliche Überzeugung und Einsatzbereitschaft liefern. Die engagierte Tätigkeit im Alltagsleben, die Durchsetzung des eigenen Wertestandpunktes in der Kommunikation mit anderen Menschen sind wohl der wirksamste Weg der Herausbildung und Festigung von Wertorientierungen.

Im Prozeß der Beeinflussung von Wertorientierungen/Überzeugungen kommt der Kommunikator (z.B. Lehrer, Propagandist, Mediensakteur, Autor, Medieninstitution) eine wichtige Funktion zu. Entscheidend dabei ist, wie die zu beeinflussende Person den Kommunikator bewertet, welches Bild sie von ihm hat. Die Einstellung der Person zum Kommunikator ist ausschlaggebend für dessen Wirksamkeit. Wenn der Kommunikator aus irgendwelchen Gründen von der Person abgelehnt wird, dürfte er wenig, keine oder gar gegenteilige Effekte auf ihr Wertebewußtsein erzielen, auch wenn seine Argumentationen "objektiv" gut begründet sein sollten. Je höher die Glaubwürdigkeit des Kommunikators, desto größer seine Wirkung auf die Wertorientierungen der zu beeinflussenden Personen.

Zahlreiche Untersuchungen, besonders bei Kommunikationen im Medienbereich, haben ergeben, daß die Glaubwürdigkeit des Kommunikators vor allem abhängt

- vom Grad der fachlichen Kompetenz, die er ausstrahlt bzw. den die Person ihm unterstellt;
- von der bei ihm bekannten bzw. vermuteten ideologisch-moralischen Haltung und Kompetenz (z.B. gesellschaftliche Stellung, Beruf, akademischer Grad);
- von der Institution, die er vertritt;
- von der persönlichen Attraktivität (körperliches Aussehen, Alter, modisches Exterieur, Sprache, Charme). Junge Leute engagieren sich besonders für Kommunikatoren, die ihren Modenvorstellungen entsprechen.
- von weiteren bekannten bzw. angenommenen Eigenschaften wie etwa zuverlässig, fleißig, feinsinnig, vorbildliche Lebensführung, rechthaberisch, egoistisch ...
- von der bekannten bzw. bei ihm vermuteten Absicht, in dieser oder jener Richtung zu beeinflussen, zu agitieren.

Informationen und Argumentationen von hochgeschätzten, sympathischen Kommunikatoren erscheinen der Person glaubwürdiger, gültiger, besser begründet als von wenig geschätzten, abgelehnten und unsympathischen.

Ihre Akzeptionsbereitschaft wird von ihrem Verhältnis zum

Kommunikator wesentlich beeinflusst. Indem sie dessen Meinung, Werturteile, Argumente akzeptiert, verändert sie mehr oder weniger ihre Wertorientierungen.

Das alles gilt sowohl für die Medienkommunikation als auch für die interpersonale Kommunikation im Alltag. Die Funktion von Bezugspersonen und Bezugsgruppen ist gut bekannt, auch empirisch vielfach untersucht. In jeder Kommunikation, besonders jedoch bei Kindern und Jugendlichen, spielt die persönliche Beziehung zu den Kontaktpartnern (Eltern, Lehrer, Vorgesetzte, Funktionäre, Propagandisten, Freunde usw.), die Einschätzung, Kompetenz, die Sympathie zu ihnen eine große Rolle für die Anerkennung ihrer Argumente und Verhaltensforderungen.

Ähnliche Wirkungen gehen von den Bezugsgruppen aus. Die Person akzeptiert die Normen, Werte, Gewohnheiten von Kollektiven und Gruppen, die dort vertretenen Anschauungen, Meinungen, Argumentationen um so eher, je mehr sie sich mit ihnen identifiziert, verbunden fühlt.

Die Mitgliedschaft zu dieser oder jener Gruppe wie Schulklasse Arbeitskollektiv, FDJ-Gruppe festzustellen ist wichtig, reicht aber nicht aus, um auf deren persönlichkeitsbestimmenden Einfluß zu schließen. Entscheidend ist hierfür das persönliche Verhältnis zu diesen Gruppen, das von engagierter Verbundenheit/Solidarität über Passivität bis zur Ablehnung, Sichwohlfühlen reichen kann.

Je stärker die Solidarität mit den Kollektiven, Gruppen, desto größer ihr orientierender Einfluß auf das Denken und Verhalten der Person.

Je aktiver das Gruppenleben, je interessanter und offener die Diskussionen, je eindeutiger die Standpunkte und Wertungen in der Bezugsgruppe, desto größer ist der Effekt auf Bewußtsein und Verhalten der einzelnen Gruppenmitglieder. Sehr intensiv können verständlicherweise die Einflüsse von Freundschafts- und anderen Freizeitgruppierungen wirken. Es sind ja selbstgewählte Bezugsgruppen, in denen bevorzugt

Meinungen über alle bewegenden Alltagsprobleme, über die interessantesten Sendungen der Massenmedien, über Fragen der Liebe, Freundschaft, Familie, der Arbeit, der Schicksale, Kunst, über Hobbys und Intimitäten aller Art ausgetauscht werden.

Die Einstellungen und Wertorientierungen der Menschen sind durch eine hohe Konformität zu den Werten, Normen und Erwartungen ihrer Bezugspersonen bzw. Bezugsgruppen.

Soziale Bedingungen beeinflussen jedoch nicht nur das Verhalten der Menschen, bewirken nicht durch ihre Existenz "an sich" Änderungen von Einstellungen und Wertorientierungen. Ihr Effekt ist immer von der gesamten psychosozialen Situation abhängig. Die beteiligten psychischen und sozialen Faktoren stehen zueinander in komplexer Wechselwirkung. Von grundlegender Bedeutung ist die psychische Verfassung der Individuen, besonders die Stabilität ihrer bisherigen Wertorientierungen, das Niveau ihrer Kenntnisse, ihre aktuellen Ziele, Einstellungen, Stimmungen, ihre Beziehungen zu den Kommunikationspartnern. Nur wenn diese psychischen Bedingungen der Veränderlichkeit hinreichend berücksichtigt werden, können die Massenkommunikationsformen den gewünschten Erfolg haben.

217 24/86/60