

Dieter Frey *Hrsg.*

Psychologie der Werte

Von Achtsamkeit bis Zivilcourage –
Basiswissen aus Psychologie
und Philosophie

 Springer

Psychologie der Werte

Dieter Frey
(Hrsg.)

Psychologie der Werte

Von Achtsamkeit bis Zivilcourage – Basiswissen aus
Psychologie und Philosophie

Mit 35 Abbildungen und 10 Tabellen

 Springer

Herausgeber
Dieter Frey
Department Psychologie
Ludwig-Maximilians-Universität
München

ISBN 978-3-662-48013-7
DOI 10.1007/978-3-662-48014-4

ISBN 978-3-662-48014-4 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über ► <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Umschlaggestaltung: deblik Berlin
Satz: Crest Premedia Solutions (P) Ltd., Pune, India

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer-Verlag ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
(www.springer.com)

Dieses Werk widme ich allen Masterstudenten für Wirtschafts-, Organisations- und Sozialpsychologie an der LMU München sowie meinen Kindern Lena, Johanna und Josef für ihre konstruktiven Ideen zur Konzeptgestaltung des Buches und der Lehrveranstaltung.

Vorwort

Unter Werten versteht man die Grundsätze, nach denen eine Gesellschaft oder eine Gruppe von Menschen ihr Zusammenleben richtet oder richten will. Der Begriff drückt hier auch aus, dass die entsprechenden Vorstellungen und Ideen vom Zusammenleben als richtig und daher wertvoll angesehen werden.

Werte leiten das Verhalten von Menschen. Sie liefern ein Koordinatensystem, einen Kompass, an dem sich ein Mensch orientieren kann, und bilden die Basis von Entscheidungen. Die aktuelle Diskussion um die Aufnahme und Integration von Flüchtlingen in Europa zeigt uns wie wichtig es ist, über Werte wie Respekt, Zivilcourage, sowie Nächstenliebe zu diskutieren und auch zu reflektieren wie man diese Werte leben und umsetzen kann.

Die in diesem Buch dargestellten Werte erheben keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit. Vielmehr stellen sie eine Auswahl von Werten dar, die der Herausgeber dieses Buches sowie die Autoren der einzelnen Beiträge in unserer Zeit als zentral für wertegeleitetes Handeln ansehen.

Dieses Buch soll kein Buch sein, das von vorne nach hinten gelesen werden muss, sondern zum Querlesen anregen: Jedes Kapitel kann unabhängig von allen anderen gelesen werden. Dazu sind alle Kapitel ähnlich aufgebaut. Zu Beginn eines jeden Kapitels steht jeweils eine Zusammenfassung. Nach einer Einführung wird der jeweilige Wert definiert und in einen größeren Rahmen theoretisch eingebettet. Hierbei werden vorrangig psychologische Hintergründe erläutert und diese gegebenenfalls um philosophische oder theologische Perspektiven ergänzt. Ähnliche Konzepte werden voneinander abgegrenzt, um ein klares Verständnis der Begrifflichkeit zu schaffen. In einigen Kapiteln wird in Kontrast zu dem beschriebenen Wert auch ein Antiwert, also ein Gegenpol des Wertes, angerissen. Anschließend wird der aktuelle Stand psychologischer Forschung zu dem beschriebenen Wert knapp dargestellt, beispielsweise welche positiven und negativen Auswirkungen ein konsequentes Leben und Handeln nach diesem Wert mit sich bringen. Aufbauend darauf werden Hinweise zur Implementierung des Wertes diskutiert und Ansätze vorgeschlagen, wie der jeweilige Wert in unserer Gesellschaft gefördert werden kann. Den Abschluss bildet ein kurzes Fazit. Am Ende eines jeden Kapitels finden sich Literaturangaben und – falls gegeben – werden Messinstrumente zum Ausprägungsgrad eines Wertes (Fragebögen/Skalen) zur Verfügung gestellt.

Das Buch soll einerseits als Nachschlagewerk, andererseits als Diskussionsgrundlage dienen. Der Leser wird nicht nur eingeladen, seine eigenen Wertvorstellungen zu reflektieren und sich seiner bedeutendsten Leitlinien bewusst zu werden, um so sein Leben auf Basis seines Wertefundaments gestalten zu können. Dieses Buch soll ihm auch Anregungen und Hintergründe dazu liefern, um mit anderen darüber in Diskurs zu treten. In der Diskussion mit anderen Menschen, die, beeinflusst durch ihre Kultur, ihre Generation, ihr regionales und soziales Umfeld, ihren individuellen Wertekompass entwickelt haben, bietet sich die Gelegenheit, neue Perspektiven kennenzulernen und so seine eigenen Wertvorstellungen zu adjustieren oder zu bestätigen. Durch Reflexion und Diskussion ist es möglich, auch in Zeiten eines gefühlten Wertewandels oder eines Verlustes an Bedeutung traditioneller Werte, wie sie in unserem Kulturkreis bis dato auch stark über die Institution Kirche vermittelt wur-

den, zu Bewusstheit und Klarheit darüber zu gelangen, welche Werte man für sich selbst als die Wichtigsten erachtet, welche man leben und für welche man eintreten möchte.

Das vorliegende Werk ist aufgrund eines Seminars im Master für Wirtschafts-, Organisations- und Sozialpsychologie (WOS-Master, verantwortlich Prof. Brodbeck und Prof. Frey) zum Thema »ABC der Werte« mit engagierten Masterstudenten der Psychologie an der LMU München entstanden. Wie lief der Prozess? In jeder der 15 Doppelstunden eines Semesters wurden ein, zwei oder drei Werte vorgestellt, deren Ausarbeitung allen Teilnehmern jeweils eine Woche vor der Diskussion zugestellt wurde. Alle Teilnehmer und der Seminarleiter gaben dabei den Referenten Feedback: Was war gut? Was war noch nicht so gut? Welche konkreten Verbesserungsideen sollten umgesetzt werden? Darauf gaben die Studierenden eine revidierte Fassung ihrer Ausarbeitung ab, die aber nochmals vom Herausgeber mit Feedback versehen wurde. Das heißt, die Texte wurden mehrmals verbessert, bis der jetzt vorliegende Text entstand. Anschließend wurde der Verlag Springer konsultiert, der sofort seine Zustimmung zur Veröffentlichung der Beiträge gab.

Das Buch eignet sich für alle Personen, die im weitesten Sinne in Erziehung und Führung tätig sind, aber ebenso für Studenten, die sich in ihrer Ausbildung mit Werten auseinandersetzen müssen oder wollen.

Ich danke den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an meinem Lehrstuhl – insbesondere Dipl.-Psych. Albrecht Schnabel und Michaela Bölt – für die Umsetzung dieses Projekts sowie Martin Fladerer, der dieses Projekt (auch als Studierender des WOS-Masters) begleitet hat. Mein Dank gilt ebenso den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Springer für die professionelle Begleitung des Buches, insbesondere Joachim Coch (Planung), Judith Danziger (Projektmanagement) und Stefanie Teichert (Lektorat).

Dieter Frey

München, im Juni 2015

Über den Herausgeber



Kurzdarstellung

Dieter Frey ist Professor für Sozialpsychologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Seine Forschungsinteressen liegen sowohl im Bereich der Grundlagenforschung (beispielsweise Dissonanztheorie, Kontrolltheorie oder die Theorie der gelernten Sorglosigkeit) als auch im Bereich der angewandten Forschung (beispielsweise Entstehung und Veränderung von Werten, Entstehung von Innovationen, Grundlagen und Faktoren professioneller Führung, Zivilcourage). Auch interessiert ihn die konkrete Umsetzung von Forschungsergebnissen in die Praxis.

Ausführlicher Biografietext

Dieter Frey, Jahrgang 1946, studierte Sozialwissenschaften an der Universität Mannheim und der Universität Hamburg. Nach seiner Promotion und Habilitation in Mannheim, die unter anderem durch ein VW-Stipendium und ein DFG-Stipendium gefördert wurden, war er von 1978 bis 1993 Professor für Sozial- und Organisationspsychologie an der Universität Kiel. Dazwischen war er von 1988 bis 1990 Theodor-Heuss-Professor an der Graduate Faculty der New School for Social Research in New York. Seit 1993 ist Dieter Frey Professor für Sozialpsychologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Zuvor hatte er Rufe nach Bochum, Bielefeld, Zürich, Hamburg und Heidelberg erhalten.

Er ist Leiter des LMU Centers for Leadership and People Management und Mitglied in der Bayerischen Akademie der Wissenschaften. Von 2003 bis 2013 war er akademischer Leiter der Bayerischen EliteAkademie. 1998 wurde er zum Deutschen Psychologie Preisträger («Psychologe des Jahres») ernannt. 2011 hat die Zeitschrift »Personalmagazin« ihn zum »Praktischen Ethiker« und einem der führenden Köpfe im Personalbereich in Deutschland ausgezeichnet.

Seine Forschungsgebiete liegen sowohl in der Grundlagenforschung (z.B. psychologische Theorien wie Dissonanztheorie, Kontrolltheorie, Theorie der gelernten Sorglosigkeit) als auch in der angewandten Forschung (z.B. Entstehung und Veränderung von Werten, Entstehung von Innovationen, Grundlagen und Faktoren professioneller Führung, Zivilcourage). Schließlich beschäftigt er sich auch mit der Anwendung von Forschung auf soziale und kommerzielle Organisationen.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung und konzeptionelle Klärung	1
	<i>Dieter Frey, Mirka Henninger, Ricarda Lübke, Anja Kluge</i>	
1.1	Einführung: Über die Wichtigkeit von Werten im täglichen Miteinander	2
1.2	Konzeptionelle Klärung zum Thema Werte	6
	Literatur	11
2	Achtsamkeit	13
	<i>Hanna Kuschel</i>	
2.1	Einleitung	14
2.2	Konzeptionelle Klärung	14
2.3	Aktueller Forschungsstand	17
2.4	Förderung von Achtsamkeit	20
2.5	Achtsamkeit als Wert	21
2.6	Gedankenlosigkeit und Unachtsamkeit als Antiwerte	22
2.7	Fazit	22
	Literatur	23
3	Autonomie	25
	<i>Johanna Faust</i>	
3.1	Einleitung	26
3.2	Konzeptionelle Klärung	26
3.3	Theoretischer Hintergrund	27
3.4	Entwicklung und Entstehung	29
3.5	Aktueller Forschungsstand	31
3.6	Förderung von Autonomie	34
3.7	Fazit und Ausblick	34
	Literatur	35
4	Dankbarkeit	37
	<i>Caroline Zygar, Jeffrey Angus</i>	
4.1	Einleitung	38
4.2	Konzeptionelle Klärung	38
4.3	Kulturelle Unterschiede	41
4.4	Theoretischer Hintergrund	43
4.5	Aktueller Forschungsstand	44
4.6	Förderung von Dankbarkeit	46
4.7	Undankbarkeit und Materialismus als Antiwerte	49
4.8	Fazit und Ausblick	50
	Literatur	50
5	Empathie	53
	<i>Lena Funk</i>	
5.1	Einleitung	54
5.2	Konzeptionelle Klärung	54
5.3	Theoretischer Hintergrund	59

5.4	Aktueller Forschungsstand	60
5.5	Förderung von Empathie	61
5.6	Fazit	62
	Literatur	63
6	Generosität	67
	<i>Viviana Pinto</i>	
6.1	Einleitung	68
6.2	Konzeptionelle Klärung	68
6.3	Theoretischer Hintergrund	69
6.4	Aktueller Forschungsstand	70
6.5	Generosität als Wert	72
6.6	Förderung von Generosität	73
6.7	Geiz als Antiwert	74
6.8	Fazit und Ausblick	76
	Literatur	76
7	Gerechtigkeit	79
	<i>Martin P. Fladerer</i>	
7.1	Einleitung	80
7.2	Konzeptionelle Klärung	81
7.3	Gerechtigkeit und das Individuum	82
7.4	Ungerechtigkeit im Alltag	84
7.5	Entwicklung des Gerechtigkeitssinns	87
7.6	Förderung von gerechtem Handeln	89
7.7	Fazit	91
	Literatur	91
8	Mäßigung	95
	<i>Philipp Johannes Mehl</i>	
8.1	Einleitung	96
8.2	Konzeptionelle Klärung	96
8.3	Theoretischer Hintergrund und aktueller Forschungsstand	97
8.4	Förderung von Mäßigung	99
8.5	Diskussion: Gibt es das richtige Maß?	101
8.6	Fazit	101
	Literatur	101
9	Nachhaltigkeit	103
	<i>Tiffany Hohn</i>	
9.1	Einleitung	104
9.2	Konzeptionelle Klärung	104
9.3	Theoretischer Hintergrund	105
9.4	Aktueller Forschungsstand	108
9.5	Annäherung an mögliche Antiwerte	110
9.6	Förderung von Nachhaltigkeit	111
9.7	Diskussion: Gibt es Nachhaltigkeit in einer global vernetzten Welt?	112
9.8	Fazit	113
	Literatur	114

10	Nächstenliebe	117
	<i>Fabienne Kohlmann</i>	
10.1	Einleitung	118
10.2	Konzeptionelle Klärung	118
10.3	Verachtung als Antiwert	119
10.4	Theoretischer Hintergrund	119
10.5	Aktueller Forschungsstand	120
10.6	Förderung der Nächstenliebe	121
10.7	Fazit	122
	Literatur	122
11	Offenheit	125
	<i>Stefan Andre Tretter</i>	
11.1	Einleitung	126
11.2	Konzeptionelle Klärung	126
11.3	Theoretischer Hintergrund	127
11.4	Aktueller Forschungsstand	127
11.5	Antiwert der Offenheit	130
11.6	Förderung von Offenheit	132
11.7	Fazit	134
	Literatur	134
12	Optimismus	137
	<i>Ricarda Lübke</i>	
12.1	Einleitung	138
12.2	Konzeptionelle Klärung	138
12.3	Theoretischer Hintergrund	140
12.4	Aktueller Forschungsstand	142
12.5	Förderung von Optimismus	144
12.6	Optimismus als Wert	145
12.7	Fazit	146
	Literatur	146
13	Rationalität und kritischer Rationalismus	149
	<i>Johann Melzner</i>	
13.1	Einleitung	150
13.2	Theoretischer Hintergrund	150
13.3	Irrationalismus als Antiwert	152
13.4	Kritischer Rationalismus	153
13.5	Förderung von Rationalität und kritischem Rationalismus	154
13.6	Fazit	155
	Literatur	155
14	Resilienz	157
	<i>Mirka Henninger</i>	
14.1	Einleitung	158
14.2	Konzeptionelle Klärung	158
14.3	Aktueller Forschungsstand	158
14.4	Modell des Entstehungsprozesses	161

14.5	Förderung von Resilienz	162
14.6	Resilienz als Wert	163
14.7	Diskussion: Ist viel Resilienz immer positiv?	163
14.8	Fazit	164
	Literatur	164
15	Respekt	167
	<i>Lisa Lindner</i>	
15.1	Einleitung	168
15.2	Konzeptionelle Klärung	168
15.3	Aktueller Forschungsstand	171
15.4	Annäherung an mögliche Antiwerte	172
15.5	Förderung von Respekt und Selbstrespekt	173
15.6	Fazit	174
	Literatur	175
16	Selbstreflexion	177
	<i>Aylin Ispaylar</i>	
16.1	Einleitung	178
16.2	Konzeptionelle Klärung	178
16.3	Theoretischer Hintergrund	181
16.4	Aktueller Forschungsstand	182
16.5	Förderung von Selbstreflexion	183
16.6	Selbstreflexion als Wert	184
16.7	Fazit	184
	Literatur	185
17	Selbstwert und Selbstvertrauen	187
	<i>Ann-Katrin Jünemann</i>	
17.1	Einleitung	188
17.2	Selbstwert	188
17.3	Selbstvertrauen	192
17.4	Selbstwert und Selbstvertrauen als Werte	194
17.5	Förderung von Selbstwert und Selbstvertrauen	195
17.6	Fazit	196
	Literatur	197
18	Selbstwirksamkeit	201
	<i>Katrin Nicole Barysch</i>	
18.1	Einleitung	202
18.2	Konzeptionelle Klärung	202
18.3	Erlernte Hilflosigkeit als Antiwert	203
18.4	Theoretischer Hintergrund	204
18.5	Aktueller Forschungsstand	206
18.6	Förderung von Selbstwirksamkeit	207
18.7	Selbstwirksamkeit als Wert	208
18.8	Fazit	209
	Literatur	209

19	Tapferkeit	213
	<i>Anja Vollstedt</i>	
19.1	Einleitung	214
19.2	Konzeptionelle Klärung	214
19.3	Aktueller Forschungsstand	219
19.4	Tapferkeit als Wert	220
19.5	Förderung von Tapferkeit	221
19.6	Fazit	222
	Literatur	222
20	Toleranz	225
	<i>Elisa Köhler</i>	
20.1	Einleitung	226
20.2	Konzeptionelle Klärung	226
20.3	Toleranz als Wert	229
20.4	Intoleranz und Dogmatismus als Antiwerte	229
20.5	Theoretischer Hintergrund	230
20.6	Aktueller Forschungsstand	230
20.7	Förderung von Toleranz	233
20.8	Diskussion: Toleranz als Indikator wirtschaftlicher Innovationen?	234
20.9	Fazit	234
	Literatur	234
21	Verantwortung	237
	<i>Tamara Kaschner</i>	
21.1	Einleitung	238
21.2	Konzeptionelle Klärung	238
21.3	Theoretischer Hintergrund	239
21.4	Aktueller Forschungsstand	240
21.5	Egoismus als Antiwert	242
21.6	Förderung von Verantwortung	243
21.7	Diskussion: Ist Verantwortung immer positiv?	244
21.8	Fazit	244
	Literatur	244
22	Vergeben	247
	<i>Martin Walczack</i>	
22.1	Einleitung	248
22.2	Konzeptionelle Klärung	248
22.3	Theoretischer Hintergrund	249
22.4	Aktueller Forschungsstand	249
22.5	Rache als Antiwert	251
22.6	Förderung von Vergeben	252
22.7	Fazit	252
	Literatur	253

23	Vertrauen	255
	<i>Simone Nesper</i>	
23.1	Einleitung	256
23.2	Konzeptionelle Klärung	256
23.3	Aktueller Forschungsstand	258
23.4	Theoretische Grundlagen	262
23.5	Vertrauen als Wert	264
23.6	Förderung von Vertrauen	265
23.7	Fazit	266
	Literatur	266
24	Weisheit	269
	<i>Dorothee Christine Reuting</i>	
24.1	Einleitung	270
24.2	Konzeptionelle Klärung	270
24.3	Theoretischer Hintergrund	272
24.4	Weisheit als Wert	274
24.5	Aktueller Forschungsstand	275
24.6	Förderung von Weisheit	280
24.7	Fazit	281
	Literatur	281
25	Wissbegierde	283
	<i>Anja Kluge</i>	
25.1	Einleitung	284
25.2	Wissbegierde und Desinteresse	284
25.3	Theoretischer Hintergrund	285
25.4	Konzeptionelle Klärung	288
25.5	Wissbegierde als Wert	289
25.6	Aktueller Forschungsstand	290
25.7	Förderung von Wissbegierde	291
25.8	Fazit und Ausblick	292
	Literatur	292
26	Zivilcourage	295
	<i>Florian Gerhardinger</i>	
26.1	Einleitung	296
26.2	Konzeptuelle Klärung	296
26.3	Zivilcourage als Wert	298
26.4	Aktueller Forschungsstand	299
26.5	Förderung von Zivilcourage	301
26.6	Annäherung an mögliche Antiwerte	304
26.7	Diskussion: Ist zivilcouragiertes Handeln immer positiv?	304
26.8	Offene Fragen und Ausblick	304
26.9	Fazit	305
	Literatur	305

27	Zum Problem der Wertevermittlung und der Umsetzung in Verhalten	307
	<i>Dieter Frey, Verena Graupmann, Martin P. Fladerer</i>	
27.1	Wie werden Werte erworben? Wie werden sie vermittelt?	308
27.2	Stufenmodell zur Aktivierung von Werten	308
27.3	Über die Diskrepanz zwischen proklamierten und gelebten Werten	314
27.4	Fazit: Lohnt sich Werteorientierung?	318
	Literatur	319
Serviceteil		
	Stichwortverzeichnis	322

Autorenverzeichnis

Angus, Jeffrey

Neubiberg

E-Mail: jeffrey.angus@campus.lmu.de

Barysch, Katrin Nicole

München

E-Mail: katrin.barysch@hotmail.de

Faust, Johanna

Rosenheim

E-Mail: johanna.faust@outlook.com

Fladerer, Martin P.

München

E-Mail: m.fladerer@campus.lmu.de

Frey, Dieter, Prof. Dr.

Lehrstuhlinhaber Sozialpsychologie

LMU – Department Psychologie

Leopoldstraße 13

80802 München

E-Mail: dieter.frey@psy.lmu.de

Funk, Lena

Greifenberg

E-Mail: lena.funk@hotmail.de

Gerhardinger, Florian

München

E-Mail: flogerhardinger@gmail.com

Graupmann, Verena, PhD

2219 N. Kenmore

Chicago, IL 60614, USA

E-Mail: vgraupma@depaul.edu

Henninger, Mirka

Emmendingen

E-Mail: mail@mirka-henninger.de

Hohn, Tiffany

München

E-Mail: tiffanyh@gmx.net

Ispaylar, Aylin

Mühlheim an der Donau

E-Mail: aylin.ispaylar@googlemail.com

Jünemann, Ann-Katrin

München

E-Mail: ak.juenemann@googlemail.com

Kaschner, Tamara

München

E-Mail: Tamara.Kaschner@campus.lmu.de

Kluge, Anja

München

E-Mail: Anja_Kluge@msn.com

Köhler, Elisa

München

E-Mail: koehler.elisa@gmail.com

Kohlmann, Fabienne

München

E-Mail: fabiennekohlmann@gmail.com

Kuschel, Hanna

München

E-Mail: hanna.kuschel@gmx.de

Lindner, Lisa

München

E-Mail: lisa.lindner10@gmail.com

Lübke, Ricarda

Mülheim an der Ruhr

E-Mail: RicardaLuebke@gmx.de

Mehl, Philipp

München

E-Mail: philipp.mehl@freenet.de

Melzner, Johann

Neumarkt St. Veit

E-Mail: johann.melzner@web.de

Neser, Simone

München

E-Mail: simone.neser@googlemail.com

Pinto, Viviana

Ivesheim

E-Mail: viviana.pinto@web.de

Reuting, Dorothee Christine

München

E-Mail: dorothee.reuting@online.de

Tretter, Stefan

München

E-Mail: Stefan.Tretter@psy.lmu.de

Vollstedt, Anja

Schrobenhausen

E-Mail: anja.vollstedt@gmx.de

Walczack, Martin

München

E-Mail: walczack@outlook.de

Zygar, Caroline

Riemerling

E-Mail: caro_zyg@gmx.de

Einführung und konzeptionelle Klärung

Dieter Frey, Mirka Henninger, Ricarda Lübke, Anja Kluge

- 1.1 Einführung: Über die Wichtigkeit von Werten im täglichen
Miteinander – 2**
 - 1.1.1 Allgemeines – 2
 - 1.1.2 Über die Wichtigkeit konkurrierender Wertvorstellungen – 4
 - 1.1.3 Die Buchkapitel – 4

- 1.2 Konzeptionelle Klärung zum Thema Werte – 6**
 - 1.2.1 Warum sind Werte wichtig? – 6
 - 1.2.2 Begriffsdefinition – 7
 - 1.2.3 Abgrenzung von Bedürfnissen, Motiven und
Persönlichkeitseigenschaften – 7
 - 1.2.4 Werte in der empirischen Wissenschaft – 8
 - 1.2.5 Klassifizierung von Werten im Wertesystem – 10
 - 1.2.6 Menschliches Erleben und Verhalten als Funktion von persönlichen
und situativen Werten – 10

- Literatur – 11**

1.1 Einführung: Über die Wichtigkeit von Werten im täglichen Miteinander

Dieter Frey

1.1.1 Allgemeines

Nach Kluckhohn (1951) beschreibt ein Wert, was eine Person als für sich und andere wünschens- und erstrebenswert ansieht. In Abgrenzung zu Normen, die stark situationsbezogen sind, beziehen sich Werte demnach auf allgemeine Grundsätze und sind nicht immer gänzlich umsetzbar oder im Extremfall einander entgegengesetzt. Werte geben Orientierung und sie können als Kompass angesehen werden. Im Folgenden wollen wir dieses an einigen Beispielen konkretisieren, z. B. Werte von individualistischen und kollektivistischen Kulturen, der Wertewandel von den Pflicht- und Akzeptanzwerten hin zu den Selbstverwirklichungswerten, Generation Y versus Generation X, sowie Werte großer Philosophen und Denker.

Historisch kann man in allen Gesellschaften eine Orientierung an Werten beobachten. Die historische und interkulturelle Betrachtung macht aber deutlich, dass der Begriff »Werte« zunächst neutral aufzufassen ist. Auch in totalitären Regimes wie dem Dritten Reich hat man sich an Werten orientiert, obwohl diese Werte (z. B. absoluter Gehorsam gegenüber dem Führer, Streben nach einem völkischen Deutschtum) undemokratisch und moralisch verwerflich sind. Interessanterweise gibt es jedoch einige allgemeine, zeitlos anerkannte Werte, die man in der Menschheitsgeschichte finden kann. Dies zeigt sich beispielsweise darin, dass die fünf Weltreligionen sehr ähnliche Grundwerte vertreten (vgl. Küng 1990).

Wir wissen, dass je nach Kultur oder Religion das Gewicht, das dem Einzelnen, der Gruppe, der Familie, dem Staat beigemessen wird, unterschiedlich ist. Zwischen individualistischen und kollektivistischen Kulturen gibt es hier Unterschiede. Bei kollektivistischen Kulturen spielt z. B. der Wert der engeren sozialen Einheit wie Familie, Verwandtschaft, die Organisationseinheit, in der man arbeitet, eine zentrale Rolle und der Wert der

persönlichen Selbstverwirklichung ist sekundär. Umgekehrt spielt bei individualistischen Kulturen individuelle Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit und Selbstständigkeit eine zentralere Rolle. So zeigt sich in den kollektivistischen asiatischen Kulturen, dass die Verletzung der Menschenwürde einer Einzelperson eher toleriert wird als in westlichen Kulturen, wo der einzelne Mensch aufgrund der Aufklärungsidee ein stärkeres Anrecht auf Menschenwürde hat. Oft sind Werte auch nur auf die Binnengruppe (auch als Eigengruppe oder Peergroup bezeichnet), also die eigene Familie, Nachbarschaft, Volksgemeinschaft, Religion usw., begrenzt (Binnengruppenmoral), nicht aber auf Außenstehende bezogen, gegenüber denen man sich egoistisch und rücksichtslos verhalten kann.

In den westlichen Gesellschaften spricht man seit ca. 1980 von einem Wertewandel. Dieses zeigt sich z. B. bei der Kindererziehung in Deutschland. So wurde festgestellt, dass sich Erziehungswerte verändert haben, weg von Pflicht- und Akzeptanzwerten wie Disziplin, Loyalität und Pünktlichkeit hin zu Selbstentfaltungswerten wie Individualismus, Selbstverwirklichung, Partizipation und Autonomie. Diesen Wertewandel muss man im Erziehungs- und Führungsverhalten sowie im politischen Verhalten berücksichtigen, wenn man Menschen erreichen und motivieren möchte (Frey 1996; Frey et al. 2005; Opaschowski 1987).

Entsprechend hat die sogenannte »Generation Y« (geboren um 1980) in Nuancen andere Werte als die »Generation X« (geboren um 1960) oder die Babyboomer (geboren nach dem Zweiten Weltkrieg). Ihr geht es um stärkere Selbstverwirklichung, mehr Autonomie, mehr Beachtung von Feedback und Wertschätzung – und ebenso auch um mehr Berücksichtigung von Work-Life-Balance sowie um die Berücksichtigung ethischer Fragen wie Nachhaltigkeit.

Natürlich bestimmt oft die ökonomische und technische Entwicklung über Werteveränderungen. Während früher hierarchische Führung sehr zentral war, d. h., sich alles auf eine Person konzentriert hat, der Chef, der Gottvater, der mit Befehl und Gehorsam regiert, bewirkt die Digitalisierung und zunehmende Komplexität auch einen anderen Führungsstil. So verwenden viele Firmen das Prinzip der Sachlichkeit (wer steuert sachlich gese-

hen den weiterführenden Beitrag bei) anstelle von Hierarchie und dementsprechend werden Hierarchiestufen abgebaut. Statt hierarchischer Führung spricht man dann von »Shared Leadership«, wo Führung nur die Rahmenbedingungen und Ziele nennt, aber je nach Projekt und Aufgabe die Teammitglieder selbstständig agieren, entscheiden, umsetzen. In Projektteams zählt eher, wer Ideen und Lösungen beisteuert, und weniger, auf welcher Hierarchieebene jemand formal steht. Dieses ist ein gutes Beispiel, wie sich Werte ändern.

Oft dienen die Ausführungen berühmter Philosophen als Wurzeln von Werten. Denken wir z. B. an Aristoteles, Kant, Popper, Lessing usw. (Frey u. Schmalzried 2013). Kant proklamiert z. B. den Wert von Mündigkeit und des Sich-Trauens. Er proklamiert aber ebenso den Wert des Kant'schen Imperativs: Handle so, dass dein Handeln ein allgemeines Gesetz ist, d. h., würdest du wollen, dass du selbst auch so behandelt wirst? Lessing proklamiert den Wert von Toleranz. Jonas proklamiert den Wert von Nachhaltigkeit, von Menschenwürde und von Verantwortung. Karl Popper proklamiert den Wert von kritisch-rationalem Denken, von kontinuierlicher Verbesserung, von Offenheit. Konfuzius proklamiert den Wert von lebenslangem Lernen. Es sind aber auch Helden, die bestimmte Werte proklamiert haben wie z. B. Gandhi mit seiner gewaltfreien Aktion oder Mandela mit gewaltfreiem Protest und gewaltfreier Zivilcourage oder Martin Luther King: »I have a dream.« Albert Schweitzer steht für Nächstenliebe und dafür, dass man Menschen mögen sollte. Sie hatten eine Vision der zukünftigen Gesellschaft, deren zentrales Element die Gewaltfreiheit ist – sowohl als Wert für sich als auch zur Durchsetzung von anderen Werten. Je nach Zeitepoche und je nach Kultur und Gesellschaft gibt es auch Werte, die destruktiv sind für andere Werte, wie man es z. B. bei Stalin und Hitler gesehen hat.

Die Kultur, die soziale Schicht und die Familie haben einen ganz zentralen Einfluss auf Werte. So wissen wir von den Pisa-Studien, dass die Familie einen entscheidenden Einfluss hat, ob die Kinder eine höhere Schule besuchen oder eine Berufsausbildung durchlaufen. Das heißt, Eltern mit einem geringen Bildungshintergrund geben bewusst oder unbewusst auch die Wertvorstellung weiter, dass

Bildung weniger wichtig sei, und oft verfügen sie auch nicht über die Fähigkeiten und die finanziellen Ressourcen, den Wert Bildung an die nächste Generation weiterzugeben.

Warum ist die Proklamation von Werten wie Menschenrechten und andere Werte wichtig, obwohl sie täglich verletzt werden?

Vor ca. 15–20 Jahren hatte die damalige Herausgeberin der ZEIT, Frau Gräfin Dönhoff, auf der Titelseite einen Artikel über die Proklamation von Menschenrechten veröffentlicht, in dem sie folgende Frage stellte:

- » Ist es sinnvoll und notwendig, Menschenrechte zu proklamieren, obwohl sie doch täglich verletzt werden auf individueller sowie auf staatlicher und zwischenstaatlicher Ebene? (Dönhoff)

Ihre Antwort war: Ja. Die Proklamation von Menschenrechten ist wie ein Geländer, an dem man sich orientiert. Würde man es nicht machen, hätte man dieses Geländer gar nicht mehr und wüsste nicht, was richtig und falsch ist. Man hätte gar keine Ankerpunkte mehr, und die Welt wäre ohne solche Proklamationen noch schlimmer. Insgesamt kann man das auf alle Werte übertragen.

Auch wenn der Außenstehende meint, Werte würden permanent verletzt und deren Proklamation bringe nichts mehr, sind wir anderer Ansicht. Denn würde man es nicht machen, wäre die Welt vermutlich noch kälter, brutaler, menschenwürdiger. Die Proklamation von Werten dient also als Chance für jeden Einzelnen, aber insgesamt auch für all diejenigen, die im weitesten Sinne Menschen erziehen und/oder führen und/oder eine Orientierung geben, indem sie einen Wertekanon proklamieren, an dem man sich orientieren kann. Dort, wo eine Kultur herrscht, in der alles möglich ist oder es zu gefährlich ist, Werteverletzungen anzuprangern, bedarf es umso mehr der Heldentat des Menschen, für Werte einzustehen. Umgekehrt: Wo eine offene Kultur ist und man Werteverletzungen ansprechen darf, braucht man letztlich umso weniger Helden, weil es eine Selbstverständlichkeit ist, in einen Dialog zu treten, wenn Werte verletzt werden, und zu reflektieren, wie man das in Zukunft vermeiden kann.

1.1.2 Über die Wichtigkeit konkurrierender Wertvorstellungen

Keineswegs darf man einen bestimmten Wert verabsolutieren, da letztlich fast jeder Wert im Widerspruch zu einem anderen Wert stehen kann (► Kap. 27). Deshalb ist wichtig zu erkennen, dass es nicht überall einen Konsens geben wird, was der übergeordnete Wert jeweils ist, d. h., man muss sich hüten vor einem bestimmten Wertedogmatismus und durchaus unterschiedliche Werte und Werteinterpretationen akzeptieren.

Gerade die Tatsache, dass Zusammenleben auch mit einem Dissens von konkurrierenden Wertvorstellungen möglich ist, und man nicht permanent unter dem Druck stehen darf, immer einen Konsens der Werte zu erzielen, ist wichtig. Bei Wertedilemmata ist es daher essenziell, eine gute Balance, manchmal eine Quadratur des Kreises, ein Yin-und-Yang des »Sowohl-als-auch« zu erreichen. Dieses Buch gibt eine Vielzahl von Hinweisen, welche Werte wichtig sind und wie sie umgesetzt werden können.

1.1.3 Die Buchkapitel

Im Folgenden werden die Kapitel dieses Buches kurz vorgestellt sowie erläutert, weshalb sie in diesem Buch aufgenommen wurden.

Achtsamkeit Unsere Welt ist hektisch. Wir haben eine Menge Termine und sind mit vielen Menschen vernetzt. Dabei kommt häufig zu kurz, dass wir uns Zeit für uns selbst nehmen und unsere aktuellen Gedanken, Gefühle und Wahrnehmungen ohne Wertung betrachten. Genau dies macht Achtsamkeit aus (► Kap. 2).

Autonomie Verschiedene Ansichten und Meinungen erreichen uns ständig durch Medien und unser soziales Umfeld. Autonomie bedeutet, trotz der vielen Manipulationen, denen wir ausgesetzt sind, unsere Gefühle und Gedanken eigenständig und unabhängig zu entwickeln und zu vertreten (► Kap. 3).

Dankbarkeit Oftmals nehmen wir Dinge, wie sie sind, als selbstverständlich hin und machen uns nicht bewusst, dass diese beispielsweise in anderen Kulturen nicht so selbstverständlich sind. Im Beitrag wird Dankbarkeit im Allgemeinen dargestellt, wobei der Fokus insbesondere auf den kulturellen Unterschieden liegt, die sich vor allem in der Wahrnehmung und Bekundung von Dankbarkeit zeigen (► Kap. 4).

Empathie Im Umgang miteinander wünscht man sich, dass andere nicht nur oberflächlich Interesse bekunden, sondern nicht wertend auf einen eingehen und echtes Verständnis zeigen. Genau dies beschreibt Empathie (► Kap. 5).

Generosität Unsere Gesellschaft kann als Wohlstandsgesellschaft bezeichnet werden. Daher sollte uns die Bereitschaft zum Teilen leichter fallen. Das Kapitel bezieht sich nicht nur auf materielle Dinge, sondern bezieht auch wohlwollende zwischenmenschliche Interaktionen mit ein (► Kap. 6).

Gerechtigkeit Das Bedürfnis, Gerechtigkeit zu empfinden, ist für uns Menschen zentral. In diesem Rahmen stellt sich allerdings die Frage, was Gerechtigkeit überhaupt ist und wie man es schaffen kann, Gerechtigkeit umzusetzen. Dies wird in diesem Kapitel betrachtet (► Kap. 7).

Mäßigung In unserer konsumorientierten Welt wird beispielsweise bei wahrgenommenen Verschwendungen oft der Ruf nach Mäßigung und somit der Konzentration auf die wesentlichen Dinge laut. Nicht nur daher stellt auch Mäßigung einen wichtigen Wert für unsere Gesellschaft dar. Sie ist für jedes Verhalten von zentraler Bedeutung, um die richtige Balance zwischen Bescheidenheit und Exzess zu finden (► Kap. 8).

Nachhaltigkeit Nachhaltigkeit ist in aller Munde: Nicht nur Unternehmen werben damit, auch Individuen engagieren sich für Nachhaltigkeit. Dieses Kapitel befasst sich damit, dieses weite Feld der Nachhaltigkeit zu definieren und zu zeigen, was Nachhaltigkeit ist (► Kap. 9).

Nächstenliebe Wir alle kennen dieses Konzept aus der Bibel. Es scheint schwer vorstellbar zu sein, jeden – egal ob Freund oder Feind, ob bekannt oder fremd – zu lieben. Daher wird in diesem Kapitel erörtert, was dieser alte christliche Wert für unser tägliches Leben heute bedeuten kann (► Kap. 10).

Offenheit Im Zuge der Globalisierung und Technisierung stellt Offenheit ein wichtiges Konzept dar, welches sich damit beschäftigt, inwiefern die sich daraus ergebenden Chancen genutzt werden können. Nur durch Offenheit kann erreicht werden, dass in unserer internationalisierten Welt ein harmonisches Miteinander gefördert werden kann (► Kap. 11).

Optimismus Die Fähigkeit, an einem verregneten Tag zu sehen, dass die Natur nur hierdurch so wunderschön grün bleibt, wird oftmals beneidet. In diesem Kapitel wird Optimismus ganzheitlich betrachtet. Dies schließt auch mit ein, auf die Konsequenzen von Optimismus einzugehen (► Kap. 12).

Rationalität und kritischer Rationalismus Wir Menschen streben danach, Sinn hinter unserem eigenen Handeln zu sehen und somit vernünftig zu handeln. Dieses Kapitel befasst sich damit, auf welche Weise wir zu guten Entscheidungen kommen und wie wir das Zusammenspiel von Intuition und Ratio bestmöglich lenken können (► Kap. 13).

Resilienz Die Widerstandsfähigkeit gegenüber belastenden Lebensumständen wird als Resilienz bezeichnet. Betrachtet man die wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Zerwürfnisse unserer Zeit, so scheint diese Fähigkeit immer mehr an Wichtigkeit zu gewinnen (► Kap. 14).

Respekt Im Umgang miteinander stellt Respekt einen besonders wichtigen Wert dar, der Wertschätzung, aber auch Rücksichtnahme bedeutet. Wir alle möchten von anderen respektvoll behandelt werden. Was dies bedeutet und umfasst, wird in dem Kapitel genauer betrachtet (► Kap. 15).

Selbstreflexion Viele Menschen streben danach, sich ständig selbst weiterzuentwickeln. Voraussetzung dafür ist Selbstreflexion, was bedeutet, das

eigene Verhalten zu hinterfragen. Eine Grundvoraussetzung hierfür stellt kritisches Denken dar (► Kap. 16).

Selbstvertrauen und Selbstwert Die individuelle Bewertung des Selbst ist wichtig, da sie eine Grundlage dafür ist, wie wir uns im Umgang mit anderen orientieren und verhalten. Hierbei kann das Selbstvertrauen und der Selbstwert sowohl durch äußere Umstände beeinflusst werden, aber auch durch Faktoren, die in der Person selbst liegen (► Kap. 17).

Selbstwirksamkeit Die Erwartung, dass man in einer bestimmten Sache erfolgreich sein wird, ist dafür essenziell, wie Dinge angegangen werden. Eine hohe Selbstwirksamkeit bedeutet, dass man sich viele Dinge zutraut und sich Herausforderungen dementsprechend oft und gerne stellt. Bei niedriger Selbstwirksamkeit hingegen wird erwartet, dass Herausforderungen nicht bewältigt werden können; somit werden sie vermieden (► Kap. 18).

Tapferkeit Dieser Wert ist schon sehr alt. Er beschreibt das »richtige« Maß an Furchtlosigkeit und Zuversicht, um gute Dinge zu vollbringen. Daher wird in diesem Kapitel betrachtet, welche Bedeutung er noch heute in unserer Gesellschaft hat (► Kap. 19).

Toleranz Durch die fortschreitende Internationalisierung wird Toleranz immer wichtiger. Da sich Kulturen stark voneinander unterscheiden, ist es wahrscheinlich, dass Personen anderer Kulturen Einstellungen oder Verhaltensweisen zeigen, welche nicht mit unseren übereinstimmen. Diese Unterschiedlichkeit hinzunehmen, auch wenn man nicht der gleichen Ansicht ist, ist eine wichtige Voraussetzung für ein friedvolles Miteinander (► Kap. 20).

Verantwortung Wir Menschen handeln nicht in einem Vakuum, sondern sind immer mit anderen Menschen in Kontakt, weshalb es selbstverständlich sein sollte nicht nur die kurzfristigen und langfristigen Konsequenzen einer Handlung für uns persönlich, sondern auch für unsere Umwelt zu berücksichtigen, bevor wir eine solche ausführen (► Kap. 21).

Vergeben Menschen machen Fehler, verhalten sich nicht so, wie wir es uns wünschen. Durch die Digitalisierung haben wir heute die Möglichkeit, uns schnell einen Ersatz für jemanden zu suchen, der in unsere Ungnade gefallen ist. Vergeben fällt vielen schwer. Aber ist nicht genau das etwas, was den vertrauensvollen Umgang miteinander ausmacht: das sich gemeinsam Freuen, aber auch das Vergeben (► Kap. 22)?

Vertrauen Wir haben – vor allem über die neuen Medien – immer mehr Möglichkeiten, andere zu kontrollieren. Bei all diesen Optionen kann es schnell passieren, dass man beispielsweise das Gesagte eines anderen anzweifelt und selbst überprüft. Dies bietet allerdings keine gute Grundlage für ein Miteinander, weshalb es heute wichtig ist, Vertrauen zu lernen (► Kap. 23).

Weisheit Mit dem Leben zurechtzukommen und Lebensprobleme zu lösen, Unterschiedlichkeiten anzuerkennen und zu akzeptieren, aber auch werteregeleitet zu handeln – all das umfasst dieser Wert. Dieses Kapitel zeigt, dass er nicht so angestaubt ist, wie er zu sein scheint (► Kap. 24).

Wissbegierde Der Drang danach, die Welt zu verstehen, ist Basis von jeglichem Lernen, Wachstum und Fortschritt. Durch unseren Zugang zu einer unendlichen Fülle an Informationen haben wir immer mehr Möglichkeiten, ihm nachzugehen, was zu vielfältigen positiven Entwicklungen führt (► Kap. 25).

Zivilcourage In der Öffentlichkeit wird dieser Wert häufig mit negativen Folgen in Verbindung gebracht, da er vor allem dann in den Medien auftaucht. Dieser Artikel soll helfen, Zivilcourage besser zu verstehen und Möglichkeiten aufzeigen, Zivilcourage zu zeigen, ohne sich selbst in Gefahr zu bringen (► Kap. 26).

Wer entsprechend bestimmter Werte handeln möchte, muss zunächst einmal reflektieren, welche Werte sein eigenes Verhalten leiten, was ihm wichtig und unwichtig ist. Dazu muss man sich selbst gut kennen (Motive, Ziele, Werte, Interessen, Emotionen, Kapazitäten, Vorurteile, Fähigkeiten usw.). Selbstreflexion ist die einzige Möglichkeit, aus Er-

fahrungen Erkenntnisse zu ziehen und sich so zu einer weisen Person weiterzuentwickeln, wie Paul Baltes in seinen Studien fand (z. B. Baltes u. Staudinger 2000). Jede Person, die bestimmte Werte umsetzen möchte, sollte daher zur Selbstreflexion bereit sein. Darüber hinaus sollte sie die Fähigkeit besitzen, ihre intrapersonalen und interpersonellen Konflikte kreativ zu gestalten und beständig weiter zu lernen.

Die Vermittlung von Werten spielt eine ganz zentrale Rolle, egal ob im Kindergarten, in der Schule, in der Universität, in Firmen. Die Grundlage aller Religionen sind letztlich ebenfalls Werte. Oft spiegeln diese Werte sich in Firmenleitbildern, in Führungsleitlinien, aber auch in der Gesetzgebung wider, da Werte Orientierung geben. Bewusst oder unbewusst wird unser Erleben und Verhalten (in Schule, Kindergarten, Universität, Firma, sozialen Organisationen wie Krankenhäuser usw.) von Werten wie Fairness, Vertrauen, Autonomie geleitet. Die Beschäftigung mit Werten, auch die Auseinandersetzung mit Antiwerten, sind nicht nur relevant für eine humanere, sondern auch für eine erfolgreichere Gesellschaft.

1.2 Konzeptionelle Klärung zum Thema Werte

Mirka Henninger, Ricarda Lübke, Anja Kluge, Dieter Frey

1.2.1 Warum sind Werte wichtig?

»Gleichgültigkeit gegenüber anderen« und »Terror des Geschwätzes« waren nur zwei der »15 Krankheiten« die Papst Franziskus seiner Kurie in der Weihnachtsansprache 2014 attestierte. Auch vor dem EU-Parlament wählte er klare Worte und prangerte beispielsweise rücksichtslosen Egoismus sowie eine Wegwerfkultur an. Auch wenn man einigen dieser Punkte kritisch gegenüberstehen mag, da beispielsweise Nachhaltigkeitsbemühungen in Europa deutlich präsenter sind als in anderen Erdteilen, so rütteln seine Worte doch wach. Er beteiligt sich damit an einer wichtigen Debatte: derjenigen darüber, welche Werte uns wichtig sind, welche wir leben und in unserer Gesellschaft fördern wollen.

Um unsere Gesellschaft voranzutreiben und gemeinsam erfolgreich zu sein und zu bleiben, sollte wertegeleitetes Handeln eine größere Rolle spielen.

Bereits zu Beginn der 1980er-Jahre verwies der Dalai Lama darauf, dass es darum gehe, ein Gleichgewicht herzustellen zwischen materieller Entwicklung und menschlichen Werten (Dalai Lama 1984, S. 4). Hiermit betonte er schon damals, dass nicht nur der materielle Wohlstand im Fokus einer Gesellschaft liegen sollte, sondern auch ein werteorientiertes Miteinander.

Unsere durch christliche Werte geprägte Gesellschaft befindet sich im Wandel, da die Globalisierung immer weiter voranschreitet und somit eine internationale Gemeinschaft entsteht. Dies führt einerseits dazu, dass christliche Werte immer weiter in den Hintergrund treten, da die christliche Kirche in Deutschland immer mehr an Einfluss verliert. Andererseits bringen Migranten und internationale Einflüsse Wertesysteme anderer Kulturen und Religionen mit nach Deutschland. Da Werte als motivationale Größen betrachtet werden können, die das menschliche Miteinander prägen, gilt es, ein gemeinsames Wertesystem zu schaffen und zu leben. Das vorliegende Buch soll als Gesprächsgrundlage hierfür dienen und so werteorientiertes Handeln weiter verbreiten.

Um ein gemeinsames Verständnis von Werten zu schaffen, werden zunächst verschiedene Definitionen des Begriffes »Wert« dargestellt sowie Möglichkeiten aufgezeigt, Werte zu kategorisieren.

1.2.2 Begriffsdefinition

Im allgemeinen Sprachgebrauch hat der Begriff Wert mehrere Bedeutungen: Im Duden (2015) wird ein Wert als Qualitätsversprechen sowie als Ergebnis einer Messung bezeichnet, aber auch als eine Bedeutung oder Bewertung, die einer Sache zukommt. Weiterhin ist etwas »wertvoll«, wenn es einen materiellen, künstlerischen oder ideellen Wert besitzt (Duden 2015).

Tatsächlich stammt der Begriff Wert ursprünglich aus der Philosophie und beschreibt »ein von den Menschen als übergeordnet Anerkanntes, zu dem man sich anschauend, anerkennend, verehrend, strebend verhalten kann« (Schmidt 1982, S.

775). Die philosophische Ethik definiert den Begriff Wert als etwas Wünschens- und Erstrebenswertes, wobei dies sowohl bewusst als auch unbewusst sein kann (Wenninger 2001). Sowohl Individuen als auch Länder, Gemeinden oder Arbeitsgruppen können Werte verfolgen (Roe u. Ester 1999). Dabei beeinflussen sie das Handeln, indem sie auf Ziele und den Weg der Zielerreichung wirken.

Neben diesem Einfluss auf das Verhalten lenken Werte auch die Wahrnehmung und bilden somit ein Ordnungskonzept (Wenninger 2001).

1.2.3 Abgrenzung von Bedürfnissen, Motiven und Persönlichkeitseigenschaften

Betrachtet man Werte in einem wissenschaftlichen und psychologischen Kontext, so müssen diese von Normen und Präferenzen, aber auch von Bedürfnissen, Motiven und Persönlichkeitseigenschaften abgegrenzt werden. Diese Abgrenzung ist nicht immer einfach und wird auch in der wissenschaftlichen Literatur nicht einheitlich trennscharf durchgeführt. Denn sowohl Werte als auch Bedürfnisse, Motive und Persönlichkeitseigenschaften leiten und lenken unser Denken und Handeln. Daher soll an dieser Stelle versucht werden, den Begriff Wert von anderen Konzepten soweit möglich abzugrenzen und somit ein einheitliches Verständnis des Begriffs zu schaffen.

Normen und Präferenzen

Werte umfassen eher abstrakte, wünschenswerte Handlungsleitlinien (z. B. wissbegierig sein) oder Zielzustände (z. B. weise werden). **Normen** hingegen sind konkreter. Sie geben konkrete Erwartungen wieder. Beispielsweise mag sich der Wert Nachhaltigkeit in der Norm »verwende keine Einwegflaschen« oder »trenne den Müll« niederschlagen.

Präferenzen kommen dem Begriff Wert auch sehr nahe, da sich dahinter – bedingt durch Persönlichkeit, Motive, aber auch Werte – bestimmte Vorlieben verbergen, z. B. die Präferenz, seine Hobbies zu pflegen, zu joggen. Meistens verbergen sich hinter Präferenzen aber auch abstraktere Werte im Sinne von wünschenswerten Zuständen. Hier sind die Übergänge fließend.

Motive und Bedürfnisse

Auch Motive und Bedürfnisse beeinflussen unser Handeln. Bedürfnisse können durch zwei verschiedene Arten von Motiven hervorgerufen werden: Defizit- und Wachstumsmotive. **Defizitmotive** umfassen Grundbedürfnisse (z. B. Essen, Trinken), Sicherungsmotive (z. B. ein Dach über dem Kopf haben wollen, einer Arbeit nachgehen wollen), soziale Motive (z. B. Wunsch nach sozialen Bindungen mit Freunden oder Liebe) und Ich-Motive (z. B. Wunsch nach Anerkennung; Maslow 1954). Werden diese Motive nicht befriedigt, so wird von der Person ein Mangelzustand erlebt wie beispielsweise Hunger, Durst, das Gefühl, nicht gebraucht zu werden, einsam und kein wertvolles Mitglied der Gemeinschaft zu sein. **Wachstumsmotive** hingegen beschreiben den Drang zur Selbstverwirklichung (Maslow 1954).

Motive sind also tieferliegend und universeller. Ein und dasselbe Motiv kann sich in unterschiedlichsten Bedürfnissen äußern. Bedürfnisse und meist auch Motive sind bewusst und kognitiv repräsentiert, sodass eine Metakommunikation über diese Konzepte möglich ist. Dagegen sind Werte nicht immer bewusst, was den Austausch über sie erschwert. Weiterhin können Bedürfnisse und Motive zwischen Situationen oder in verschiedenen Lebensphasen variieren, z. B. haben wir hungrig andere Bedürfnisse als gesättigt, ebenso verändern sich diese vom Kindes- zum Erwachsenenalter.

Persönlichkeit

Werte vom Konzept der Persönlichkeit abzugrenzen, ist dagegen schwieriger. Persönlichkeit wird in der Psychologie häufig gemäß der »Big-Five«-Faktoren (Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Offenheit für neue Erfahrungen, Verträglichkeit sowie Neurotizismus/emotionale Stabilität) charakterisiert (Costa u. McCrae 1985). Die Persönlichkeit eines Menschen kann somit durch seine jeweilige Ausprägung auf jeder dieser fünf Faktoren beschrieben werden. Sowohl die Persönlichkeit als auch die Werte einer Person sind über verschiedene Situationen und Lebensphasen stabil.

Außerdem drücken sich sowohl Werte als auch Persönlichkeit im **Handeln** von Individuen aus. Beispielsweise äußert sich die Persönlichkeitseigenschaft »Gewissenhaftigkeit« darin, dass eine Person

in verschiedenen Situationen organisiert, sorgfältig, zuverlässig und überlegt handelt. Eine Person, der der Wert »Ehrlichkeit« wichtig ist, verhält sich ebenso über verschiedene Situationen hinweg ehrlich. Allerdings unterscheiden sich die beiden Konzepte auch voneinander. Wie der Name schon sagt, beinhalten Werte eine Bewertung. Sie lenken das Handeln insofern, dass sie bestimmte Handlungsweisen als weniger wertvoll als andere betrachten. Bei Werten führt die Fokussierung auf einen Wert zur Vernachlässigung eines anderen, z. B. könnte es einer Person, die sehr »ehrlich« ist, schwerfallen, im geeigneten Moment ihre ehrliche Meinung aus »Respekt« der anderen Person gegenüber zurückzuzahlen. Die Werte stehen also miteinander in Konflikt.

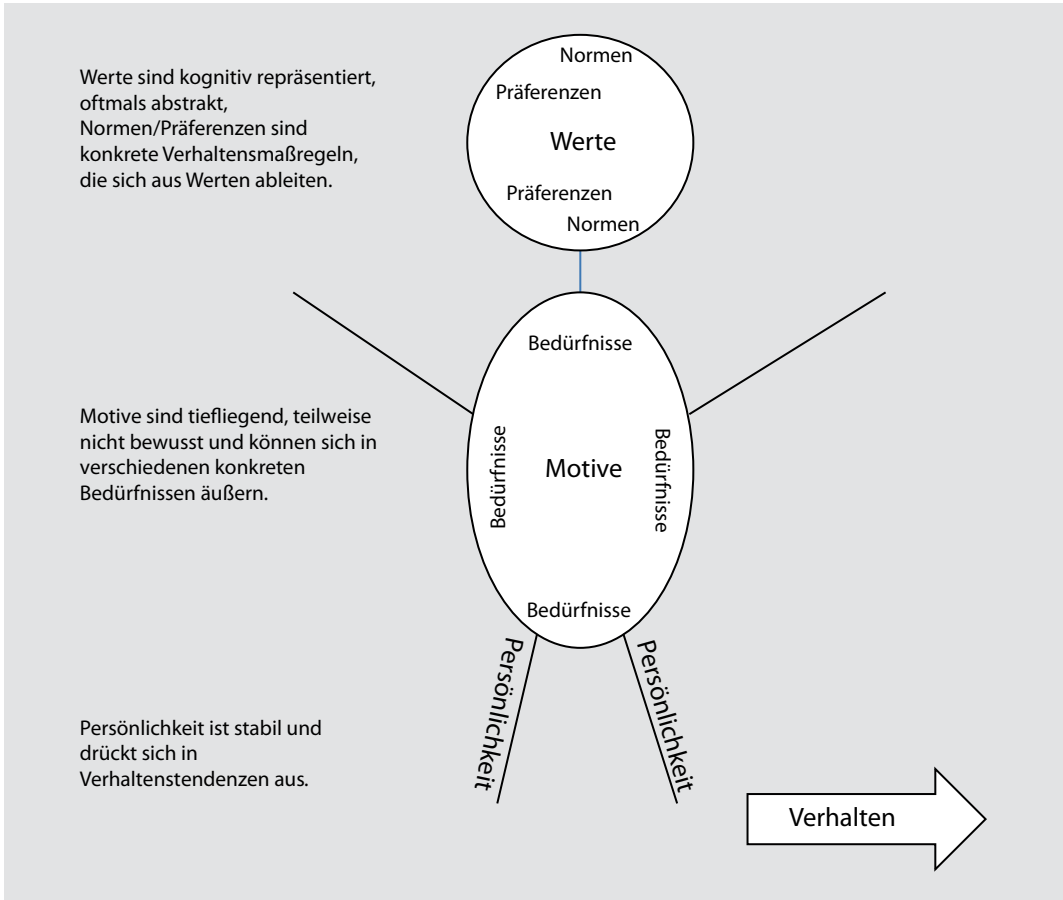
Dagegen können verschiedene Persönlichkeitseigenschaften gleichzeitig nebeneinander existieren, z. B. kann eine Person sehr »gewissenhaft«, aber gleichzeitig auch sehr »offen für neue Erfahrungen« sein. Des Weiteren sind die Unterschiede in den Persönlichkeiten von Individuen zu großen Teilen genetisch bedingt und über die menschliche Lebensspanne relativ stabil. Im Gegensatz dazu bilden sich Werte durch Lernerfahrungen, die Umwelt und die kontinuierliche Anpassung an neue Situationen und Lebensumstände. Sie können durch Lebenskrisen geformt und verändert werden.

Persönlichkeitseigenschaften werden auch als **Verhaltenstendenzen** bezeichnet. Sie geben an, zu welchem Verhalten eine Person eher neigt, also »wie Menschen sind«. Dagegen ist ein Wert ein Leitprinzip des Handelns, also das, »was Menschen wichtig finden«.

Werte und Wertesysteme spielen auch, im Gegensatz zu Bedürfnissen, Motiven und Persönlichkeitseigenschaften, in der Gesellschaft eine entscheidende Rolle: Sie können Menschen vereinen, ihre Gruppenidentität steigern und somit als Bindeglied zwischen Menschen wirken (▣ Abb. 1.1; Roccas et al. 2002).

1.2.4 Werte in der empirischen Wissenschaft

In der empirischen Wissenschaft hat insbesondere Milton Rokeach (1973) das Verständnis von Werten geprägt. Er geht davon aus, dass Menschen nur



■ **Abb. 1.1** Abgrenzung von Werten zu ähnlichen Konzepten

über einige wenige Werte verfügen. Diese sind für alle Menschen gleich, jedoch unterschiedlich stark ausgeprägt. Diese unterschiedlichen Ausprägungen entstehen durch Einflüsse aus Kultur, Gesellschaft sowie Persönlichkeit und leiten das menschliche Verhalten (Rokeach 1973, S. 3).

Darauf aufbauend definiert Rokeach einen Wert als eine handlungsleitende Überzeugung, nach der eine Vorgehensweise (instrumenteller Wert) oder einen Zielzustand (terminaler Wert) anderen Vorgehensweisen oder Zielzuständen persönlich oder sozial vorgezogen wird. »Wissbegierde« als Verhaltenstendenz beispielsweise wäre demnach ein instrumenteller Wert, während der Zielzustand »Weisheit« als terminaler Wert bezeichnet werden kann. Diese Überzeugung leitet das Verhalten und beein-

flusst Einstellungen, Selbstdarstellungen, Urteile, Sozialvergleiche und Überzeugungsversuche. Lebe ich beispielsweise nach dem Wert »Ehrlichkeit«, so werde ich eine Kassiererin im Supermarkt, von der ich zu viel Rückgeld erhalten habe, darauf hinweisen und ihr dieses zurückgeben. Dieses Verhalten ziehe ich demnach dem vor, das Geld zu behalten.

Laut Rokeach sind diese Vorgehensweisen oder Endzustände auf einem Kontinuum relativer Wichtigkeit im Wertesystem angeordnet (Rokeach 1973, S. 5). Werte sind also situationsübergreifende Ziele, die Personen oder soziale Gruppen lenken und sich in ihrer Wichtigkeit unterscheiden (Schwartz 1992, S. 4 f.; für weitere Definitionen siehe Schwartz u. Bilsky 1987, S. 551; Roe u. Ester 1999).

Vertritt eine Person einen Wert besonders stark, so entscheidet sie sich für diejenigen Einstellungen, Ziele oder Verhaltensweisen, die gemäß dem Wert persönlich und sozial vorzuziehen sind. Werte dienen somit als Orientierungshilfe in verschiedenen Lebensbereichen und können als Verhaltensstandard betrachtet werden, der dabei hilft, eine bestimmte Verhaltensweise auszuwählen (Rokeach 1973).

1.2.5 Klassifizierung von Werten im Wertesystem

Neben Rokeach leistete auch Schwartz (1992) einen wesentlichen Beitrag zur Klassifizierung von Werten. Er befragte Personen aus 20 Nationen nach den Leitlinien ihres Lebens. Als Ergebnis resultierten zehn Wertekategorien:

1. **Selbstausrichtung:** unabhängiges Denken und Handeln
2. **Stimulation:** Streben nach Abwechslung und Aktivierung der Sinne
3. **Hedonismus:** Freude an positiven Sinneserfahrungen
4. **Erfolg:** persönlicher Erfolg und Selbstrespekt
5. **Macht:** sozialer Status und Einfluss
6. **Sicherheit:** Stabilität der Gesellschaft und der sozialen Beziehungen
7. **Konformität:** Handeln gemäß der sozialen Ordnung
8. **Tradition:** Verpflichtung gegenüber kulturellen Bräuchen
9. **Güte:** Förderung des Wohlergehens anderer
10. **Universalismus:** Toleranz gegenüber und Schutz von Natur und Menschen

Diese Wertekategorien lassen sich auf zwei übergeordneten Dimensionen »Offenheit für Veränderungen« versus »Konservierung/Bewahrung« sowie »Selbststeigerung« (das Vertreten eigennütziger Interessen) versus »Selbstüberschreitung« (das Vertreten uneigennütziger Interessen) einordnen (▣ Abb. 1.2; Schwartz 1992, S. 5 ff.; siehe auch Strack et al. (2008) sowie Tokarski 2008, S. 365 ff. für eine Übersicht; vgl. Bierhoff 2006).

Offenheit für Veränderung versus Konservierung/Bewahrung Diese Dimension bezieht sich auf die

Bipolarität zwischen Werten, die Menschen dazu bewegen, offen zu sein, neue Wege zu gehen, autonom zu sein und Unsicherheiten nicht zu scheuen (Offenheit für Veränderungen). Im Gegensatz hierzu stehen Werte, die von Personen vertreten werden, die stark auf die Sicherheit achten und versuchen, den Status quo aufrechtzuerhalten (Konservierung/Bewahrung).

Selbststeigerung versus Selbstüberschreitung

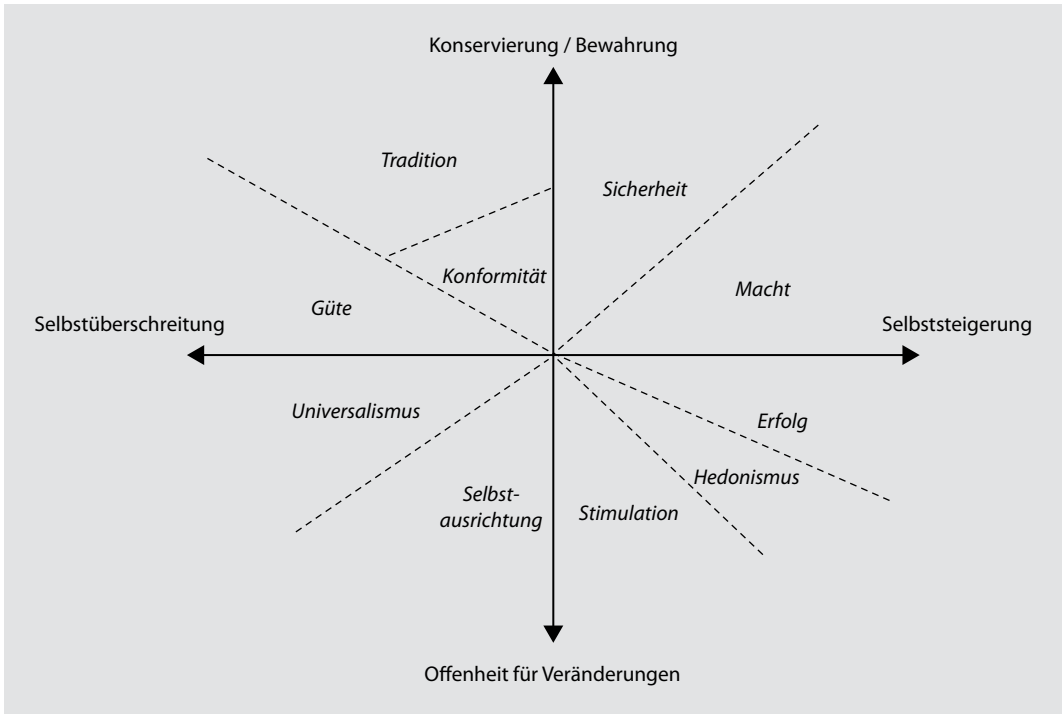
Dagegen bezieht sich diese Dimension auf die Bipolarität zwischen Werten, die Menschen zu eigen sind, die eigennützige Interessen verfolgen (Selbststeigerung), im Gegensatz zu Werten, die von Personen vertreten werden, die selbstlos und uneigennützig sind sowie auf das Wohlergehen ihrer Mitmenschen achten (Selbstüberschreitung).

Schwartz argumentiert, dass nebeneinander platzierte Werte miteinander kompatibel sind, während gegenüberliegende Werte miteinander in einem psychologischen oder sozialen Konflikt stehen. Zum Beispiel sind Macht und Erfolg miteinander kompatibel, da beide sozialen Status ausdrücken, oder auch Hedonismus und Stimulation, da beide affektive Erregung beinhalten. Dagegen sind beispielsweise die Werte Selbstausrichtung und Stimulation nicht mit Konformität, Tradition und Sicherheit vereinbar. Selbstausrichtung und Stimulation beinhalten ein eigenständiges und unabhängiges Denken und Handeln, während sich Konformität, Tradition und Sicherheit auf die Bewahrung von kulturellen Bräuchen und die Aufrechterhaltung der Stabilität beziehen.

In den einzelnen Kapiteln dieses Buches, werden die vorgestellten Werte in Bezug auf Rokeach oder Schwartz betrachtet und eingeordnet.

1.2.6 Menschliches Erleben und Verhalten als Funktion von persönlichen und situativen Werten

Die Psychologie befasst sich mit dem Erleben und Verhalten von Menschen. Dabei betrachtet man das menschliche Erleben und Verhalten als abhängig von Person und Situation (Lewin 1963, S. 271). Strack et al. (2008) sehen das Erleben und Verhalten



■ **Abb. 1.2** Mehrdimensionales Wertesystem. Aus: Schwartz 1992, S. 14 und 24 (Copyright 1992, with permission from Elsevier)

dem folgend als eine Funktion, die von den Werten der Person, den Werten der Situation sowie der Interaktion von Werten der Person und Situation abhängt. Vertritt eine Person beispielsweise den Wert »Ehrlichkeit«, arbeitet aber in einem Unternehmen, in dem dieser Wert eine untergeordnete Bedeutung einnimmt, so wird diese Person unter Umständen den Wert »Ehrlichkeit« in dem Unternehmen stärker als fehlend wahrnehmen. Ob sie diesen Wert im Unternehmen vertritt, hängt von der Interaktion zwischen den Werten der Person und der Situation ab: Kompensiert die Person die fehlende Ehrlichkeit im Unternehmen durch ein besonders starkes Ausleben des Wertes, wird sie den Wert stärker vertreten; passt sie sich jedoch an, da sie keinen Nutzen darin sieht, den Wert »Ehrlichkeit« zu leben, wird sie ihn schwächer vertreten. Dies veranschaulicht, dass nicht nur die Werte von Personen, sondern auch die Situationen wie das gesellschaftliche und soziale Umfeld, das Unternehmen oder die Familie von Bedeutung für die Um-

setzung und das Leben von Werten sind. Daher ist es neben der Förderung von persönlichen Werten auch wichtig, ein Umfeld zu schaffen, in dem die Werte gelebt werden können.

Ziel dieses Buches ist es, auf Basis von Forschungsergebnissen Hintergrundinformationen über die Relevanz von Werten, ihre Entstehung und Förderung zu vermitteln. Dieses Buch richtet sich vor allem an Personen, die sich mit der Vermittlung von Werten beschäftigen wie Lehrer, Eltern oder Führungspersonen. Der Leser soll hierdurch erkennen, welche Rolle er übernehmen kann, um anderen diesen Wert nahezubringen und Rahmenbedingungen zu schaffen, die das Leben des Wertes fördern.

Literatur

- Baltes, P. B., & Staudinger, U. M. (2000). Wisdom: A metaheuristic (pragmatic) to orchestrate mind and virtue toward excellence. *American Psychologist*, 55, 122–136.

- Bierhoff, H. (2006). *Sozialpsychologie. Ein Lehrbuch*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1985). *The NEO Personality Inventory manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Dalai Lama (1984) *A Human Approach to World Peace*. London: Wisdom Publications.
- Duden (2015). Duden online: Die deutsche Rechtschreibung. ► <http://www.duden.de/>. Zugegriffen: 07. April 2015.
- Frey, D. (1996). Psychologisches Know-how für eine Gesellschaft im Umbruch – Spitzenunternehmen der Wirtschaft als Vorbild. In: C. Honegger, J.M. Gabriel, R. Hirsig, J. Pfaff-Czarnecka, & E. Poglia (Hrsg.), *Gesellschaften im Umbau. Identitäten, Konflikte, Differenzen* (S. 75–98). Zürich: Seismo.
- Frey, D., & Schmalzried, L. (2013). *Philosophie der Führung – Gute Führung lernen von Kant, Aristoteles Popper & Co*. Heidelberg: Springer Wissenschaftsverlag.
- Frey, D., Peus, C., & Traut-Mattausch, E. (2005). Innovative Unternehmenskultur und professionelle Führung – entscheidende Bedingungen für eine erfolgreiche Zukunft? In: D. Kudernatsch, & P. Fleschhut (Hrsg.), *Management Excellence* (S. 351–376). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and value orientations in the theory of action. In: T. Parsons, & F. A. Shields (eds.), *Toward a general theory of action* (pp. 388–433). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Küng, H. (1990). *Projekt Weltethos*. München: Piper.
- Kurt, L. (1963). *Feldtheorie in den Sozialwissenschaften*. Bern, Stuttgart: Huber.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- Opaschowski, H. W. (1987). Von der Geldkultur zur Zeitkultur. Neue Formen der Arbeitsmotivation für zukunftsorientiertes Management. In: G. Schanz (Hrsg.), *Handbuch Anreizsysteme in Wirtschaft und Verwaltung* (S. 32–52). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, S. H., & Knafo, A. (2002). The big five personality factors and personal values. *Personality and Social Psychology Bulletin* 28 (6), 789–801.
- Roe, R. A., & Ester, P. (1999). Values and Work: Empirical Findings and Theoretical Perspective. *Applied Psychology* 48 (1), 1–21.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Schmidt, H. (1982). *Philosophisches Wörterbuch* (21. Aufl., Bd. 13). Stuttgart: Kröner.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology* 25 (1), 1–65. doi:10.1016/S0065-2601(08)60281-6
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology* 53 (3), 550–562. doi:10.1037/0022-3514.53.3.550
- Strack, M., Gennerich, C., & Hopf, N. (2008). Warum Werte? In: E. Witte (Hrsg.) *Sozialpsychologie und Werte* (S. 90–130). Lengerich: Pabst.
- Tokarski, K. O. (2008). *Ethik und Entrepreneurship: Eine theoretische sowie empirische Analyse junger Unternehmen im Rahmen einer Unternehmensethikforschung*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Wenninger, G. (Hrsg.). (2001). *Lexikon der Psychologie in fünf Bänden* (Bd. 4). Heidelberg, Berlin: Spektrum Akademischer Verlag.

Achtsamkeit

Hanna Kuschel

- 2.1 Einleitung – 14**
- 2.2 Konzeptionelle Klärung – 14**
 - 2.2.1 Definition – 14
 - 2.2.2 Buddhistischer Ursprung von Achtsamkeit – 15
 - 2.2.3 Achtsamkeit in der Psychologie – 15
 - 2.2.4 Abgrenzung verwandter Konstrukte – 15
 - 2.2.5 Konzeptualisierung – 16
 - 2.2.6 Erhebung und Messinstrumente – 17
- 2.3 Aktueller Forschungsstand – 17**
 - 2.3.1 Klinische Psychologie – 17
 - 2.3.2 Sozialpsychologie – 18
 - 2.3.3 Arbeits- und Organisationspsychologie – 19
- 2.4 Förderung von Achtsamkeit – 20**
 - 2.4.1 Lebens- und Arbeitsalltag – 20
 - 2.4.2 Erziehung und Bildung – 20
- 2.5 Achtsamkeit als Wert – 21**
- 2.6 Gedankenlosigkeit und Unachtsamkeit als Antiwerte – 22**
- 2.7 Fazit – 22**
- Literatur – 23**