

Individuelle reflexive Werte

Dieter Hermann

Zitierung

Hermann, D. (2014). Individuelle reflexive Werte.

*Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen
(ZIS)*. <https://doi.org/10.6102/zis135>

Nutzungsbedingungen

Dieses Erhebungsinstrument darf kostenfrei für nichtkommerzielle Forschungszwecke verwendet werden. Bei einem Einsatz für andere Zwecke oder in einer anderen als der hier dokumentierten Form ist das Einverständnis der Autoren bzw. Autorinnen einzuholen. In allen resultierenden Arbeiten und Publikationen ist diese Dokumentation als Quelle anzugeben.

1 Überblick

Zusammenfassung

Der Fragebogen erfasst die individuellen reflexiven Werte einer Person. Dabei unterteilt Hermann das Konstrukt in neun Faktoren: „Subkulturell-materialistische Orientierung“, „Hedonistische Orientierung“, „Sozialintegrative Orientierung“, „Sozialer Altruismus“, „Ökologisch-alternative Orientierung“, „Politisch tolerante Orientierung“, „Normorientierte Leistungsethik“, „Konservativer Konformismus“, „Religiöse Orientierung“.

Abstract

The questionnaire records the individual reflexive values of a person. Hermann divides the construct into nine factors: "Subcultural-materialistic orientation", "Hedonistic orientation", "Social integrative orientation", "Social altruism", "Ecological alternative orientation", "Politically tolerant orientation", "Norm oriented performance ethics", "Conservative conformism", "Religious orientation".

Zentrale Kennwerte

Titel: Individuelle reflexive Werte

Autor: Hermann

In ZIS seit: 2004

Anzahl der Items: 34

Reliabilität: Cronbachs Alpha = .43 bis .80

Validität: Hinweise auf die Kriteriumsvalidität.

Konstrukt: Reflexive Werte

Schlagwörter: Orientierung, Wert | orientation, value

Sprache Dokumentation: deutsch

Sprache Items: deutsch

Item(s) in Bevölkerungsumfrage eingesetzt: nein

Entwicklungsstand: validiert

2 Instrument

Instruktion

Jeder Mensch hat ja bestimmte Vorstellungen, die sein Leben und Denken bestimmen. Für uns sind Ihre Vorstellungen wichtig. Wenn Sie einmal daran denken, was Sie in Ihrem Leben eigentlich anstreben: Wie wichtig sind Ihnen dann die Dinge und Lebenseinstellungen, die wir hier aufgeschrieben haben? Bitte schauen Sie sich die einzelnen Punkte an und kreuzen Sie jeweils auf der Skala von 1 bis 7 an, wie wichtig Ihnen das ist. "Sieben" bedeutet, dass es für Sie sehr wichtig ist, und "eins" bedeutet, dass es für Sie ganz unwichtig ist. Mit den Werten dazwischen können Sie die Wichtigkeit der einzelnen Punkte abstufen.

Items

Subskalen:

- HO = Hedonistische Orientierung
- KK = Konservativer Konformismus
- NL = Normorientierte Leistungsethik
- ÖA = Ökologisch-alternative Orientierung
- PT = Politisch tolerante Orientierung
- RO = Religiöse Orientierung
- SA = Sozialer Altruismus
- SI = Sozialintegrative Orientierung
- SM = Subkulturell-materialistische Orientierung

Nr.	Item	Subskala
1	Gesetz und Ordnung respektieren	NL
2	Einen hohen Lebensstandard haben	SM
3	Macht und Einfluss haben	SM
4	Seine eigene Phantasie und Kreativität entwickeln	SA
5	Nach Sicherheit streben	NL
6	Sozial benachteiligten Gruppen helfen	SA
7	Sich und seine Bedürfnisse gegen andere durchsetzen	SM
8	Fleißig und ehrgeizig sein	NL
9	Auch solche Meinungen anerkennen, denen man eigentlich nicht zustimmen kann	PT
10	Sich politisch engagieren	PT
11	Die guten Dinge des Lebens genießen	HO
12	Eigenverantwortlich leben und handeln	PT
13	Das tun, was andere auch tun	KK
14	Am Althergebrachten festhalten	KK
15	Ein gutes Familienleben führen	-

16	Stolz sein auf die deutsche Geschichte	-
17	Einen Partner haben, dem man vertrauen kann	SI
18	Gute Freunde haben, die einen anerkennen und akzeptieren	SI
19	Viele Kontakte zu anderen Menschen haben	SI
20	Gesundheitsbewusst leben	ÖA
21	Sich bei seinen Entscheidungen von seinen Gefühlen leiten lassen	ÖA
22	Von anderen Menschen unabhängig sein	ÖA
23	Sich umweltbewusst verhalten	ÖA
24	An Gott glauben	RO
25	Ein gutes Gewissen haben	-
26	Mein Leben nach christlichen Normen und Werten ausrichten	RO
27	So zu leben, dass der Mitmensch nicht geschädigt wird	-
28	Ein aufregendes Leben führen	HO
29	Ein bequemes, komfortables und behagliches Leben führen	HO
30	Ein Leben mit viel Vergnügen	HO
31	Innere Ruhe und Harmonie	ÖA
32	Hart und zäh sein	SM
33	Schnell Erfolg haben	SM
34	Clever und gerissener zu sein als andere	SM

Antwortvorgaben

1 - Das ist für mich ganz unwichtig, 7 - Das ist für mich ganz wichtig.

Auswertungshinweise

Für die neun untergeordneten Wertedimensionen können Summenwerte durch ungewichtete Addition der standardisierten Einzelitems gebildet werden. Die übergeordneten Wertedimensionen sind die ungewichteten Summen der standardisierten untergeordneten Wertedimensionen (Tabelle 1).

3 Theoretischer Hintergrund

Werte sind abstrakte zentrale Ziel- und Wunschvorstellungen (Rokeach 1973; Inglehart 1977; Rokeach 1973; Klages 1977 Klages 1977). Werte sind handlungsleitend, zentrale Elemente der Sinnggebung, gesellschaftsstabilisierende Faktoren und bilden die Basis jeder Kultur. Somit eröffnen Werte ein soziologisches Analysekonzept, das auf der Individualebene und auf der gesellschaftlichen Ebene von Bedeutung ist.

Die institutionalisierten, in einer Kultur oder Gesellschaft vorherrschenden Werte können als kulturelle oder gesellschaftliche Werte bezeichnet werden im Gegensatz zu den Werten einer Person, den individuellen Werten. Individuelle Werte können sowohl auf die Person selbst als auch auf ihre Umgebung, insbesondere auf die Gesellschaft, bezogen sein. Im ersten Fall sind es Vorstellungen einer Person über Ziele und Wünsche, die sie hinsichtlich ihres eigenen Lebens hat (individuelle

reflexive Werte), während der zweite Fall Ziele umfasst, die auf Staat und Gesellschaft gerichtet sind (individuelle projektive Werte). Durch die vorliegenden Fragen werden individuelle reflexive Werte gemessen.

Die Handlungsrelevanz individueller reflexiver Werte ist durch die Bedeutung bei der Wahrnehmung und Auswahl von Zielen und Mitteln erklärbar. Der Mensch ist ein produktiv realitätsverarbeitendes Subjekt, das in eine komplexe Umwelt eingebunden ist. Zur Reduzierung der Komplexität und zur Verarbeitung von Informationen werden u.a. Wertorientierungen verwendet, mit denen das subjektiv Wichtige ausgesondert wird. Werte sind aber nicht nur für die Wahrnehmung der Umwelt von Bedeutung, sondern auch für die Auswahl von Handlungszielen sowie von Mitteln zur Zielerreichung. Aus der Vielfalt möglicher Ziele und Mittel muss vor jeder Handlung eine Auswahl getroffen werden. Mit Hilfe von Werten kann für diese Entscheidung eine Präferenzordnung von Zielen und Mitteln erstellt werden (siehe auch Hermann, 2003).

4 Skalenentwicklung

Itemkonstruktion und Itemselektion

Das Instrument zur Messung individueller reflexiver Werte basiert auf Arbeiten von Klages. Die von ihm entwickelten Fragen Items 1 bis 24 wurden um kriminologisch und subkulturell relevante Aspekte ergänzt und zwar um die Items 25 bis 34 (Klages, 1992; Klages, 1992; Klages & Gensicke, 1993; Klages & Gensicke, 1993; Hermann, 2003).

Stichproben

In einer Voruntersuchung wurde 1994 eine persönliche Befragung durchgeführt, in der den Befragten einige Fragen in schriftlicher Form zur Selbstaussfüllung übergeben wurden. Die Stichprobe ist eine nach Alter, Geschlecht und Wohnortgröße quotierte Auswahl. Dabei wurden in den verschiedenen Bundesländern Westdeutschlands 21, in Ostdeutschland 24 Personen interviewt. Die Befragungen in Polen umfassten 20 Interviews. Zudem wurden als kulturelle Extremgruppe 29 junge Inhaftierte und Bewährungsprobanden berücksichtigt, die in Westdeutschland lebten. Die Voruntersuchung lieferte keine Hinweise für Messprobleme. Die Skalen zur Erfassung individueller reflexiver Werte konnten somit unverändert in der Hauptuntersuchung eingesetzt werden.

Diese bestand aus zwei Bevölkerungsbefragungen, die in Heidelberg und Freiburg durchgeführt wurden. Diese beiden Universitätsstädte wurden ausgewählt, weil in ihnen eine große Variationsbreite an Werten erwartet wurde und weil beide große strukturelle Ähnlichkeiten aufweisen. Die Befragungen erfolgten in schriftlicher Form und fanden im Mai und Juni 1998 statt. Die Fragebogen für die beiden Städte unterschieden sich nur in der Frage nach dem Stadtteil, in dem Befragte wohnten. Die Grundgesamtheiten bildeten alle Bewohner der beiden Städte, die zum Befragungszeitpunkt mindestens 14 und höchstens 70 Jahre alt waren. Aus den Grundgesamtheiten wurden für jede Stadt Zufallsstichproben aus den Registern der Einwohnermeldeämter der Städte gezogen. In Heidelberg und Freiburg wurden zusammen 8.908 Fragebogen verteilt (Heidelberg 4.663, Freiburg 4.245). Davon kamen 2.930 ausgefüllt zurück (Heidelberg 1.463, Freiburg 1.467). Der Nettorücklauf, also der Anteil

der verwertbaren zurückgesandten Fragebogen von allen versandten Fragebogen, lag damit bei 31% und 35%.

Itemanalysen

Die Items des erweiterten Wertekatalogs von Klages lassen sich nach einer Hauptkomponentenanalyse mit schiefwinkliger Rotation und dem Kriterium der Extraktion von Komponenten mit Eigenwerten ≥ 1 neun Dimensionen zuordnen. Die klarste dimensionale Strukturierung wird erzielt, wenn die Items normativ in Pflicht- und Akzeptanzwerte einerseits und in Selbstentfaltungswerte andererseits (Klages 1992) eingeteilt und dann diese Wertegruppen getrennt analysiert werden (Tabelle 1). Aus diesen Analysen wurden Items ausgeschlossen, die in einer ersten Hauptkomponentenanalyse aller Items Ladungen < 0.4 erzielt hatten oder mit mehreren Komponenten substantiell assoziiert waren (Items 15, 16, 25, 27).

Tabelle 1

Dimensionale Struktur und rotierte Hauptkomponentenladungen der Items zu Wertorientierungen

Pflicht- und Akzeptanzwerte (Erklärte Varianz: 60%)	
Faktor 1: Sozialintegrative Orientierung	
Item 18: Freundschaft	.86
Item 19: Kontaktfreude	.75
Item 17: Partnerschaft	.67
Faktor 2: Normorientierte Leistungsethik	
Item 1: Gesetzesakzeptanz	.78
Item 5: Sicherheit	.78
Item 8: Konvent. Leistungsethik	.71
Faktor 3: Konservativer Konformismus	
Item 13: Konformismus	.83
Item 14: Konservativismus	.69
Faktor 4: Politisch tolerante Orientierung	
Item 10: Politikengagement	.73
Item 9: Toleranz	.69
Item 12: Eigenverantwortung	.57
Selbstentfaltungswerte (Erklärte Varianz: 58%)	
Faktor 1: Subkulturell-materialistische Orientierung	
Item 33: Erfolg	.80
Item 34: Cleverness	.77
Item 32: Härte	.71
Item 3: Macht und Einfluss	.67
Item 7: Egoist. Individualismus	.55
Item 2: Lebensstandard	.54
Faktor 2: Ökologisch-alternative Orientierung	

Item 31: Innere Ruhe	.67
Item 23: Umweltbewusstsein	.67
Item 20: Gesundheit	.64
Item 21: Emotionalität	.54
Item 22: Unabhängigkeit	.49
<hr/>	
Faktor 3: Religiöse Orientierung	
Item 26: Christliche Norm	.84
Item 24: Religiosität	.84
<hr/>	
Faktor 4: Sozialer Altruismus	
Item 4: Kreativität	.68
Item 6: Soz. Hilfsbereitschaft	.66
<hr/>	
Faktor 5: Hedonistische Orientierung	
Item 30: Vergnügen	.84
Item 11: Hedonismus	.75
Item 28: Aufregung	.72
Item 29: Komfort	.54

Quelle: Hermann (2003); Berechnungen mit SPSS

Die neun Wertedimensionen korrelieren zwischen .01 und .46. Nach einer weiteren Hauptkomponentenanalyse mit orthogonaler Rotation (Varianzaufklärung 62%) lassen sie sich drei übergeordneten Dimensionen zuordnen, die als traditionelle, moderne idealistische und moderne materialistische Werte interpretiert werden können (Tabelle 2).

Tabelle 2

Dimensionale Struktur und rotierte Hauptkomponentenladungen der individuellen reflexiven Wertedimensionen

Faktor 1: Moderne materialistische Werte	
Subkulturell-materialistische Orientierung	.80
Hedonistische Orientierung	.84
<hr/>	
Faktor 2: Moderne idealistische Werte	
Sozialintegrative Orientierung	.64
Sozialer Altruismus	.78
Ökologisch-alternative Orientierung	.65
Politisch tolerante Orientierung	.71
<hr/>	
Faktor 3: Traditionelle Werte	
Normorientierte Leistungsethik	.71
Konservativer Konformismus	.68
Religiöse Orientierung	.70
(Erklärte Varianz: 62%)	

Quelle: Hermann (2003); Berechnungen mit SPSS

Die traditionelle Wertedimension ist durch folgende Orientierungen gekennzeichnet: Gesetz und Ordnung respektieren, nach Sicherheit streben sowie fleißig und ehrgeizig sein (Normorientierte Leistungsethik); das tun, was andere auch tun, am Althergebrachten festhalten (Konservativer Konformismus); an Gott glauben, das Leben nach christlichen Normen und Werten ausrichten (Religiöse Orientierung). Zu der Dimension moderner idealistischer Werte gehören folgende Zielvorstellungen: einen vertrauensvollen Partner und gute Freunde sowie viele Kontakte zu anderen Menschen haben (Sozialintegrative Orientierung); auch solche Meinungen anerkennen, denen man eigentlich nicht zustimmen kann, sich politisch engagieren, eigenverantwortlich leben und handeln (Politisch tolerante Orientierung); sich umweltbewusst verhalten, gesundheitsbewusst leben, sich bei seinen Entscheidungen von seinen Gefühlen leiten lassen, von anderen Menschen unabhängig sein, innere Ruhe und Harmonie (Ökologisch-alternative Orientierung); sozial benachteiligten Gruppen helfen, seine eigene Phantasie und Kreativität entwickeln (Sozialer Altruismus). Ziele moderner materialistische Werte sind: hart und zäh sein, schnell Erfolg haben, clever und gerissener sein als andere, einen hohen Lebensstandard sowie Macht und Einfluss haben, sich und seine Bedürfnisse gegen andere durchsetzen (Subkulturell-materialistische Orientierung); die guten Dinge des Lebens genießen, ein aufregendes sowie ein bequemes, komfortables und behagliches Leben führen, viel Vergnügen haben (Hedonistische Orientierung).

Itemkennwerte

Für die Items der Dimensionen Traditionelle Werte und Moderne idealistische Werte variieren die Werte für Cronbachs Alpha, wenn ein Item aus der Analyse ausgeschlossen wird (Alpha if Item Deleted), zwischen .39 und .63. Die Dimension moderne materialistische Werte besteht nur aus zwei Einzelvariablen deshalb ist die Bestimmung dieses Qualitätsmaßes für sie nicht möglich.

5 Gütekriterien

Reliabilität

Die interne Konsistenz ist nach Cronbachs Alpha für die übergeordneten Wertedimensionen und die meisten der untergeordneten Wertedimensionen als zufriedenstellend zu beurteilen (Tabelle 3). Eine Ausnahme bilden nur die beiden untergeordneten Dimensionen politisch tolerante Orientierung und sozialer Altruismus (Tabelle 3).

Tabelle 3

Cronbachs Alpha für übergeordnete und untergeordnete Wertedimensionen

Übergeordnete Wertedimensionen	
Moderne materialistische Werte	.67
Moderne idealistische Werte	.52
Traditionelle Werte	.68
Untergeordnete Wertedimensionen	
Sozialintegrative Orientierung	.65
Normorientierte Leistungsethik	.67
Konservativer Konformismus	.51
Politisch tolerante Orientierung	.43
Subkulturell-materialistische Orientierung	.78
Ökologisch-alternative Orientierung	.61
Religiöse Orientierung	.80
Sozialer Altruismus	.44
Hedonistische Orientierung	.75

Quelle: Hermann (2003); Berechnungen mit SPSS

Validität

Die formale Validität des Instruments wird durch relativ hohe Item-Komponenten-Interkorrelationen belegt. Zur Bewertung der externen Validität können Ergebnisse von Studien zum Wertewandel (Klages 1984) herangezogen werden. Nach diesen Untersuchungen haben sich etwa in den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts die Werte der Bevölkerung Westdeutschlands erheblich verändert: Pflicht- und Akzeptanzwerte haben an Bedeutung verloren, Selbstentfaltungswerte hingegen an Bedeutung gewonnen. Die Items zur Messung der traditionellen Werte sind teilweise mit den Items zu Pflicht- und Akzeptanzwerten identisch. Ebenso besteht zwischen modernen materialistischen Werten und Selbstentfaltungswerten eine partielle Übereinstimmung. Der genannte Wertewandelschub müsste zu altersabhängigen Unterschieden in Wertorientierungen führen: Mit zunehmendem Alter müsste die Orientierung an traditionellen Werten größer und die Orientierung an modernen materialistischen Werten geringer werden. Auch in der Studie von Maag (1991) korrelieren traditionelle und moderne Werte mit dem Alter; allerdings wurden in dieser Arbeit individuelle projektive Werte erhoben. In der Heidelberg-Freiburger Befragung korrespondieren traditionelle Werte mit dem Alter der Befragten (Pearsons $r = .33$), ebenso moderne materialistische Werte (.31). Moderne idealistische Werte sind wie erwartet altersunabhängig.

Deskriptive Statistiken (Normierung)

Die Mittelwerte der Items liegen vor (Tabelle 4).

Tabelle 4

Mittelwerte individueller reflexiver Wertorientierungen in Heidelberg und Freiburg

Bezeichnung der Werte	Heidelberg	Freiburg
Gesetzesakzeptanz	5.7	5.5
Lebensstandard	4.6	4.0
Macht und Einfluss	3.1	3.1
Kreativität	5.7	5.7
Sicherheitsorientierung	5.4	5.3
Soziale Hilfsbereitschaft	4.7	4.6
Individualismus	3.9	3.9
Konvent. Leistungsethik	4.8	4.7
Toleranz	4.6	4.7
Politikengagement	3.5	3.5
Hedonismus	5.5	5.5
Eigenverantwortung	6.2	6.2
Konformismus	2.0	2.0
Konservativismus	2.7	2.6
Familie	6.0	5.9
Nationalstolz	2.9	2.6
Partnerschaft	6.6	6.6
Freundschaft	6.4	6.4
Kontaktfreude	5.4	5.3
Gesundheit	5.4	5.4
Emotionalität	4.7	4.7
Unabhängigkeit	5.6	5.5
Umweltbewusstsein	5.6	5.6
Religiosität	4.0	3.9
Gewissen	5.9	5.9
Christliche Norm	3.7	3.7
Rücksicht	6.2	6.2
Aufregung	3.8	3.8
Komfort	4.2	4.0
Vergnügen	4.4	4.4
Innere Ruhe	6.1	6.1
Härte	3.5	3.5
Erfolg	3.4	3.4
Cleverness	2.8	2.8

Quelle: Hermann & Dölling (2001); Berechnungen mit SPSS

6 Literatur und Datenquellen

Kontakt zu Autor(en)

- Prof. Dr. Dieter Hermann, Institut für Kriminologie, Friedrich-Ebert-Anlage 6-10, 69117 Heidelberg, Tel. 06221-547449, Fax 06221-547495, E-Mail: hermann@krimi.uni-heidelberg.de

Literaturverzeichnis

- Hermann, D. (2003). *Werte und Kriminalität. Konzeption einer allgemeinen Kriminalitätstheorie*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Hermann, D. (2004). Values, Milieus, Lay Perspectives and Criminal Behavior. In H.-J. Albrecht, T. Serassis & Kania, H. (Hrsg.), *Images of Crime II* (S. 95-110). Freiburg i. Br.: Edition Iuscrim.
- Hermann, D., & Dölling, D. (2001). *Kriminalprävention und Wertorientierung in komplexen Gesellschaften. Analysen zum Einfluss von Werten, Lebensstilen und Milieus auf Delinquenz, Viktimisierungen und Kriminalitätsfurcht*. Mainz: Weisser Ring Verl.-Ges.
- Inglehart, R. (1977). *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton University Press: Princeton.
- Klages, H. (1977). Handlungsrelevante Probleme und Perspektiven der soziologischen Wertforschung. In I. Lenk (Hrsg.), *Handlungstheorien – interdisziplinär*. Band IV (S. 291-306). München: Wilhelm Fink Verlag.
- Klages, H. (1984). *Wertorientierungen im Wandel. Rückblick, Gegenwartsanalysen, Prognosen*. Frankfurt: Campus.
- Klages, H. (1992). Die gegenwärtige Situation der Wert- und Wertwandelforschung. Probleme und Perspektiven. In H. Klages, H.J. Hippler & W. Herbert (Hrsg.), *Werte und Wandel. Ergebnisse und Methoden einer Forschungstradition* (S. 5-39). Frankfurt: Campus.
- Klages, H., & Gensicke, Th. (1993). *Erläuterung der Speyerer Ziele und Methodik der Werterfassung*. Unveröff. Manuskript, Speyer.
- Maag, G. (1991). *Gesellschaftliche Werte: Strukturen, Stabilität und Funktion*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press.