

Werte-Hierarchie-Test (WHT)

Value-Hierarchy test (VHT)

Letzte Bearbeitung: 22.6. 2012

Testautor:

Jürgen Grimm, entwickelt im Rahmen des Talkshow-Projekts der Universität Mannheim.

Zitation:

Grimm, Jürgen (2007): Value-Hierarchy-Test. Erweiterte Version. – Methodenforum der Universität Wien: MF-Working Paper 2007/01.

Testverwendung in Publikationen:

Grimm, Jürgen (2001): A-Moral, Anti-Moral, zügellose Moral. Zu normativen Aspekten von Daily Talks. In: tv diskurs, H.17, Juli, S.50-57.

Grimm, Jürgen (2003): Jugend, Medien, Politik. Eine empirische Untersuchung zum Mediennutzungsverhalten und Politikverständnis Jugendlicher. Auswertungsbericht. – Universität Siegen

Grimm, Jürgen (2006): Super Nannys. Ein TV-Format und sein Publikum. – Konstanz: UVK.

Variante 4 (WHT25, inkl. Treue, Recht, Heimat, Gesundheit, Freizeit): Intervallskaliert

- ergänzte Version WHT25 – kompatibel mit Schwartz-Value-Inventar
- Kann flexibel ausgewertet werden nach den Wertegruppen des WHT und nach den Zieldimensionen des Schwartz-Value-Inventars
- Erhebungsweise in Befragungen per Intervall-Skala (1-8), kann/soll individuumsbezogen in eine Rangreihe gebracht werden (1-24)
- Der WHT-Test kann auch als inhaltsanalytisches Kategoriensystem verwendet werden, um den Wertehalt von Botschaften zu messen. Dazu muss im Hinblick auf die Kommunikationsorte pro Wert Indikatoren definiert werden.

Inhalt:

1. WHT25 (INTERVALLSKALIERT, DEUTSCH).....	2
2. SYSTEMATIK DER WERTE (WHT25).....	2
Gesellschaft.....	3
Vermittlung zwischen Individuum und Gesellschaft (V).....	3
Individuum	3
3. WERTE UND WERTEGRUPPEN IM ÜBERBLICK	4
4. ZUORDNUNG DES WHT ZU DEN WERTEDIMENSIONEN VON SCHWARTZ	5
5. ENGLISCHE VERSION.....	6

1. WHT25 (intervallskaliert, deutsch)

FRAGE: Nachstehend finden Sie verschiedene Werte oder Ziele. Bitte geben Sie an, wie wichtig für Sie persönlich diese Werte sind.

Folgende Werte sind mir ...	unwichtig ganz							sehr wichtig
Hilfsbereitschaft/ Solidarität	<input type="checkbox"/>							
Vertrauen/ Ehrlichkeit	<input type="checkbox"/>							
Harmonie	<input type="checkbox"/>							
Liebe/ Zuneigung	<input type="checkbox"/>							
Gerechtigkeit/ Fairness	<input type="checkbox"/>							
Sicherheit	<input type="checkbox"/>							
Ordnung	<input type="checkbox"/>							
Anpassung/ Konformität	<input type="checkbox"/>							
Toleranz	<input type="checkbox"/>							
Leistung	<input type="checkbox"/>							
Freiheit/ Selbstbestimmung	<input type="checkbox"/>							
Macht / Stärke	<input type="checkbox"/>							
Schönheit	<input type="checkbox"/>							
Spaß / Genuss	<input type="checkbox"/>							
Erfolg / Ansehen	<input type="checkbox"/>							
Wohlstand/ Reichtum	<input type="checkbox"/>							
Gleichheit/Gleichwertigkeit	<input type="checkbox"/>							
Tradition	<input type="checkbox"/>							
Wissen/ Fähigkeiten	<input type="checkbox"/>							
Stimulation/ Abwechslung	<input type="checkbox"/>							
Treue/ Verlässlichkeit	<input type="checkbox"/>							
Recht/ Gesetze	<input type="checkbox"/>							
Heimat/ Verwurzelung	<input type="checkbox"/>							
Gesundheit/ Fitness	<input type="checkbox"/>							
Freizeit	<input type="checkbox"/>							

2. Systematik der Werte (WHT25)

Rot sind diejenigen Werte gekennzeichnet, die nach dem Abgleich mit dem Schwartz-Value-Inventar zur Vereindeutigung der Bezüge spezifiziert wurden. Blaue Markierungen erfolgten in der letzten Erweiterungsversion, ausgelöst durch den Einbezug von "Treue" als Sozialwert. Es ergeben sich danach eine Grundversion mit 16 Grundwerten und eine ausspezifizierte Version mit 25 Werten.

Werte im Sinne des Werte-Hierarchie-Tests (WHT) sind definiert als allgemeine Zielorientierungen von Personen im sozialen Raum, die helfen, in Konflikt- und Problemsituationen „moralisch“ richtige und sozial akzeptierte Entscheidungen zu treffen. Wertorientierungen lassen sich danach unterscheiden, ob sie den Bestand der Gesellschaft (sozialer Zusammenhalt, strukturelle Voraussetzungen) und/oder den Bestand des Individuums in der Gesellschaft (Selbstverwirklichung, individueller Anteil) absichern.

Gesellschaft

Gesellschaftliche Werte betreffen das Gesamtinteresse der Gesellschaft (Zusammenhalt, Ordnung)

„Gesellschaftliche Werte“ betreffen das Gesamtinteresse von Gesellschaften, das auf Zusammenhalt (Sozialwerte) und Ordnung (Strukturwerte) ausgerichtet ist. Die Sozialwerte sind lebensweltlich verwurzelt und bauen auf dem unmittelbaren Miteinander von Personen im Alltagsleben auf. Die Strukturwerte sind für eine legitimierte Ordnung zuständig; sie sind auf der Systemebene angesiedelt und begegnen den Individuen z.B. als Gerechtigkeit oder Sicherheitserfordernis. Sozial- und Strukturwerte können als „klassische“ Moralwerte verstanden werden.

Gesellschaftswerte 1: Zusammenhalt (GZ, Sozialwerte)

Hilfsbereitschaft/ Solidarität

Vertrauen/ Ehrlichkeit

Harmonie

Liebe/Zuneigung

+ Treue/ Verlässlichkeit

Gesellschaftswerte 2: Struktur / System (Ordnungswerte)

Gerechtigkeit/ Fairness

Gleichheit/ Gleichwertigkeit

Sicherheit

Ordnung

+ Recht/ Gesetze

Vermittlung zwischen Individuum und Gesellschaft (V)

Anpassung/ Konformität

Tradition

Toleranz

Leistung

+ Heimat/ Verwurzelung

Individuum

Individualwerte betreffen die Position des einzelnen in der Gesellschaft (Selbstverwirklichung, Gratifikationen)

„Individualwerte“ beziehen sich auf die Position des Individuums in der Gesellschaft; sie zielen einerseits auf Geltungsansprüche des Einzelnen (Selbstverwirklichung) und zum anderen auf den erwarteten Anteil am gesellschaftlichen Reichtum (Gratifikation). Selbstverwirklichungswerte dienen der Ausdehnung von Gestaltungsräumen und Geltungsansprüchen des Individuums in der Gesellschaft, Gratifikationswerte der unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung.

Individualwerte 1: Selbstverwirklichung (IS)

Freiheit/ Selbstbestimmung

Macht / Stärke

Wissen/ Fähigkeiten

Schönheit

+ Gesundheit/ Fitness

Individualwerte 2: Gratifikation (IG)

Spaß / Genuss

Stimulation/ Abwechslung

Erfolg / Ansehen

Wohlstand/ Reichtum

+ Freizeit

3. Werte und Wertegruppen im Überblick

wht1	Hilfsbereitschaft/ Solidarität	GZ
wht2	Vertrauen/ Ehrlichkeit	GZ
wht3	Harmonie	GZ
wht4	Liebe/ Zuneigung	GZ
wht5	Gerechtigkeit/ Fairness	GS
wht6	Sicherheit	GS
wht7	Ordnung	GS
wht8	Anpassung/ Konformität	V
wht9	Toleranz	V
wht10	Leistung	V
wht11	Freiheit/ Selbstbestimmung	IS
wht12	Macht / Stärke	IS
wht13	Schönheit	IS
wht14	Spaß / Genuss	IG
wht15	Erfolg / Ansehen	IG
wht16	Wohlstand/ Reichtum	IG
wht17	Gleichheit/Gleichwertigkeit	GS
wht18	Tradition	V
wht19	Wissen/ Fähigkeiten	IS
wht20	Stimulation/ Abwechslung	IG
wht21	Treue/ Verlässlichkeit	GZ
wht22	Recht/ Gesetze	GS
wht23	Heimat/ Verwurzelung	V
wht24	Gesundheit/ Fitness	IS
wht25	Freizeit	IG

Kennwertbildung auf zweierlei Weise:

- Einfache Summenindizes zu GZ, GS, V, IG und IS (Transformation auf Max%)
- Umwandlung der Werte auf Individuumsbasis in eine Rangordnung zwischen 1 und 25 (entspricht einer Standardisierung auf einer Skala 1-25); anschließend wie unter a) verfahren.

Die Variante b) ist theoretische besser mit den Grundpostulaten des WHT vereinbar und erzeugt auch in der Regel die klareren Befunde.

4. Zuordnung des WHT zu den Wertedimensionen von SCHWARTZ

SCHWARTZ	WHT20	Variablen
Macht	Macht/Stärke	wh12
Leistung	Leistung	wh10
Hedonismus	Spaß/Genuss	wh14
Stimulation	Stimulation/Abwechslung	wh20
Selbstbestimmung	Freiheit/Selbstbestimmung	wh11
Universalismus	Harmonie; Toleranz; Gleichheit/Gleichwertigkeit	wh3 wh9 wh17
Wohlfühlen	Hilfsbereitschaft/Solidarität	wh1
Tradition	Tradition	wh18
Konformität	Anpassung/Konformität	wh8
Sicherheit	Sicherheit	wh6

WHT25 nicht eingeordnet: Vertrauen/Ehrlichkeit; Liebe/Zuneigung; Gerechtigkeit/Fairness; Ordnung; Schönheit; Erfolg/Ansehen; Wohlstand/Reichtum; Wissen/Fähigkeiten, Treue/Verlässlichkeit, Recht/Rechtstaatlichkeit, Heimat/Verwurzelung, Gesundheit/Fitness, Freizeit

5. Englische Version

DEUTSCH	ENGLISCH
Hilfsbereitschaft/ Solidarität	Helpfulness/ Solidarity
Vertrauen/ Ehrlichkeit	Trust/ Honesty
Harmonie	Harmony
Liebe/ Wohlwollen	Love/ Compassion/ Benevolence
Gerechtigkeit/ Fairness	Justice/ Fairness
Sicherheit	Security
Ordnung	Order/ Hierarchy
Anpassung/ Konformität	Adaption/ Conformity
Toleranz	Tolerance
Leistung	Achievement
Freiheit/ Selbstbestimmung	Freedom/ Autonomy
Macht / Stärke	Power
Schönheit	Beauty
Spaß / Genuss	Fun/ Enjoyment
Erfolg / Ansehen	Success/ Prestige
Wohlstand/ Reichtum	Wealth/ Prosperity
Gleichheit/ Gleichwertigkeit	Equity/ Equality
Tradition	Tradition
Wissen/ Fähigkeiten	Knowledge/ Skills
Stimulation/ Abwechslung	Stimulation/ Variety Seeking
Treue/ Verlässlichkeit	Fidelity/ Loyalty
Recht/ Gesetze	Right and Law
Heimat/ Verwurzelung	Homeland/ Rootage
Gesundheit/ Fitness	Health / Fitness
Freizeit	Leisure

* Fett ist die englische Kurzübersetzung

Kennwerte in Deutsch und Englisch:

Gesellschaftliche Werte 1: Zusammenhalt (Sozialwerte)
 Gesellschaftliche Werte 2: Struktur/ System (Ordnungswerte)
 Werte der Vermittlung zwischen Individuum und Gesellschaft
 Individualwerte 1: Selbstverwirklichung
 Individualwerte 1: Gratifikation

Societal 1: Solidarity
 Societal 2: Order
 Mediation Individual/Society
 Individual 1: Self-Actualisation
 Individual 2: Gratification