

ASSOZIATIONEN ZU KOOPERATION UND KONKURRENZ KERN-PERIPHERIE-ANALYSE

Mayring (2007): „Das Ziel der Kategorisierung ist, die unterschiedlichen Daten soweit zu reduzieren und zusammenzufassen, dass bei möglichst geringem Informationsverlust Aussagen über die semantische Bedeutung der Assoziationen getroffen werden können.“
Die **Kern-Peripherie-Analyse** stellt eine Methode zur Erfassung der (latenten) Bedeutung von Begriffen dar. Dazu werden die Personen gebeten, zu einem bestimmten Begriff alle spontanen Assoziationen der Reihe nach festzuhalten. Anschließend können die Assoziationen zusätzlich auf einer Skala von sehr negativ bis sehr positiv bewertet werden. Das Ergebnis sind unterschiedliche Worte, die dann nach ihrer Häufigkeit und Position ihrer Nennung geordnet werden können. Worte, die häufig und früh genannt werden, bilden den sogenannten „Kern“. Diese sind für die Personen besonders eng mit dem Stimuluswort verbunden. In der „Peripherie“ befinden sich jene Worte, die selten und/oder spät genannt werden.

UNTERSCHIEDE IN DEN KERNEN?

Interessant ist nicht nur der „Kern“ der Assoziationen, der Aussagen über die Bedeutungen des Reizbegriffes zulässt. Besonderes Augenmerk liegt hier auf den Unterschieden der Assoziationen von Menschen verschiedener sozialer oder nationaler Herkunft, verschiedenen Geschlechts oder von Menschen, die in verschiedenen Berufen arbeiten. Unterscheiden sich ihre „Kern“-Assoziationen? Was bedeutet der Begriff „Konkurrenz“ beispielsweise für eine/n selbstständige/n UnternehmerIn? Was für eine/n KrankenpflegerIn? Eben diesen Fragen sind wir in der vorliegenden Studie nachgegangen.

Was verstehen Sie unter Kooperation?

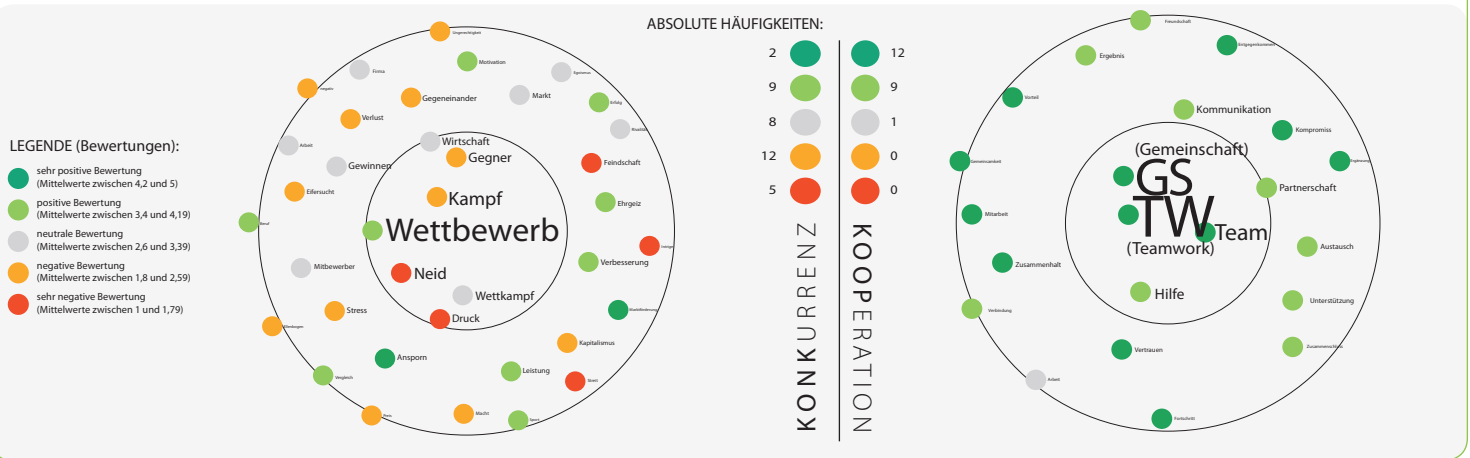
Was verstehen Sie unter Konkurrenz?

STICHPROBE

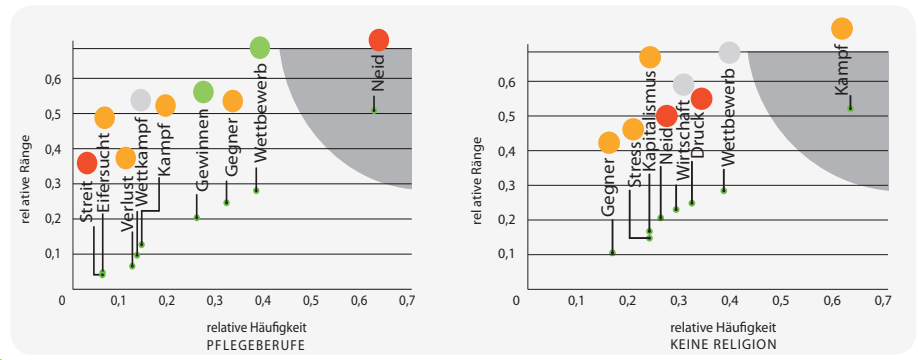
Es haben 147 Personen an der Studie teilgenommen. Unter den TeilnehmerInnen waren 103 berufstätige Personen und 84 Studierende. Erstere lassen sich unterteilen in 28 UnternehmerInnen und 36 Personen aus Pflegeberufen. Die StudentInnen kommen aus den Studienrichtungen „Internationale Entwicklung“ (28) und Wirtschaftswissenschaften (35). Rund 2/3 der Befragten sind weiblich. Außerdem wurden das Alter, die Religiosität und der familiäre Hintergrund (z.B. Religiosität des Elternhauses) erhoben.

SOZIALE REPRÄSENTATIONEN

Die beiden Kreise stellen die Assoziationen der Gesamtstichprobe zu den Begriffen „Kooperation“ und „Konkurrenz“ dar, wobei der innere Kreis jeweils den Kern darstellt. Die hier befindlichen Assoziationen kamen besonders häufig vor und wurden früh genannt. In der Peripherie befinden sich Worte, die seltener und später genannt wurden. Aus Gründen der Übersicht werden hier nur jene Begriffe dargestellt, die mindestens sechs mal genannt wurden. Im Gegensatz zu „Kooperation“ wurden mit „Konkurrenz“ mehr und auch unterschiedlichere Worte assoziiert; auch die Bewertungen waren heterogener. Die Schriftgröße in der Grafik stellt die absolute Häufigkeit der Wortnennungen dar. Je größer das Wort abgebildet ist, und je näher es am Kern angesiedelt ist, desto häufiger wurde es assoziiert. Die unterschiedlichen Farben spiegeln die Mittelwerte der Bewertungen wider: Worte, die negativ eingestuft wurden, sind rot markiert, jene, die eher negativ eingestuft wurden, orange dargestellt; eher positiv bewertete Begriffe sind hellgrün und positiv bewertete Begriffe dunkelgrün markiert. Der Begriff „Konkurrenz“ wird neutral bewertet (2,86 von 5 Stufen) und Kooperation stark positiv (4,14 von 5). Konkurrenz wird somit eindeutig negativer wahrgenommen als „Kooperation“.



BESONDERHEITEN: „KONKURRENZ“ - ASSOZIATIONEN



Personen aus Pflegeberufen nennen im Zusammenhang mit „Konkurrenz“ nicht Wettbewerb, sondern Neid am häufigsten und frühesten. Personen, die angegeben haben, keiner Religion anzugehören, verbinden mit Konkurrenz am häufigsten das Wort Kampf. In beiden Gruppen wurden diesbezüglich größtenteils Begriffe genannt, die auf eine negative emotionale Einstellung hindeuten. Eine mögliche Erklärung hierfür könnte sein, dass Menschen, die einer konkurrenzorientierten Marktwirtschaft kritisch gegenüberstehen, auch traditionellchristlich-religiöse Werte kritisch betrachten und gesellschaftliche Positionen kritisch hinterfragen. Die Aufschlüsselung der Bewertungen in der Grafik entspricht jener der oberen Kreisdiagramme.

ZUSAMMENFASSUNG

Bei den Pflegeberufen und den nicht religiösen Personen finden sich im Vergleich zu den anderen beiden Gruppen besonders negative Assoziationen zu Konkurrenz. Daraus lässt sich schließen, dass diese Personen „Kooperation“ bzw. kooperativen Situationen gegenüber gegenüber positiver eingestellt sind als „Konkurrenz“ bzw. konkurrierenden Situationen. Es liegt nahe, dass Personen aufgrund des Sozialisationsprozesses entsprechend geprägt werden und davon abhängig ihre Werthaltungen ausbilden. Diese prägen wiederum deren Verhalten dementsprechend, dass sich die Personen einen Arbeitsplatz wählen, der dem eigenen Menschenbild entspricht. Die hier bereits vorhandene- eher kooperative oder wetteifernde- Einstellung wird durch die gesammelten Erfahrungen verstärkt und beeinflusst das Denken und Handeln am Arbeitsplatz.