

# Wissensaktualität und Wissensaktualisierung bei Studierenden der Psychologie

*Konzept der Diplomarbeit*

Sören Vogel  
Technische Universität Chemnitz  
Institut für Psychologie  
Allgemeine und Biologische Psychologie

7. Januar 2005

Wissenschaftstransfer ist ein aktueller und vielschichtiger Forschungsgegenstand der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (Antos, 2001). Zahlreiche neu installierte Forschungsprojekte untersuchen den gesamten Prozess der Wissensproduktion und -übermittlung von der Universität über die praktische Anwendung bis hin zu erzielten Wirtschaftszahlen. Aktuelle Publikationen illustrieren dabei die zum großen Teil längst veraltete Wissensbasis bei praktisch tätigen HRM<sup>1</sup>-Psychologen. Nicht selten findet man verstaubte Konzepte wie Maslow's Bedürfnispyramide oder sogar längst widerlegte Annahmen wie Physiognomie im gängigen Instrumenteschränk von Personalberatungen! Die dürftigen Kenntnisse im Umgang mit relevanten neuen Informationen sind offenkundig und für den amerikanischen Markt längst belegt (z.B. Terpstra & Rozell, 1997, 1998).

Wissenstransfer ist auch ins Blickfeld der Politiker und Philosophen gerückt. Das neue Zeitalter weist neue Märkte und neue Produkte auf. Das Haltbarkeitsdatum der Information sinkt, die Menge an immobilen Gütern – an Besitz – ist längst nicht mehr Ausdruck für den Wert eines Wirtschaftsteilnehmers. Die Halbwertszeit der Information sinkt exponentiell (Rifkin, 2000), und täglich ordnen sich noch einmal so viele neue Informationen bei; die Menge an relevanten Infor-

mationen ist zu riesig, zu unüberschaubar und ändert sich obendrein stetig. Die Anpassung von Informationssystemen an diese neue Dynamik ist für jeden Wirtschaftsteilnehmer überlebensnotwendig geworden.

Dies stellt neue Anforderungen an die Ausbildung von Psychologen in der Wirtschafts- und Organisationspsychologie. Die Studierenden von heute sind die Multiplikatoren und Informationsmanager von morgen. Ihr Arbeitsmarktwert wird danach bemessen werden, wie schnell sie den modernen Kenntnisstand im Unternehmen applizieren können und wie effizient sich diese Applikation auf die Unternehmenszahlen auswirkt. Organisationspsychologen sind Problemlöser und Wissensmanager im Unternehmen und können enormen Wettbewerbsvorteil bewirken (Lasky & Tare, 2002). Ihre Expertise ist vor allem auch dadurch gekennzeichnet, wie effizient sie neue Erkenntnisse erwerben, diese auf deren Relevanz für die Steigerung der „Fitness des Unternehmens“ prüfen und letztlich im Unternehmen umsetzen können. Gelingt es den Psychologen von morgen nicht, als Informationsexperten am Arbeitsmarkt aufzutreten, werden sie ihre Wettbewerbsposition an andere Dienstleister verlieren, die die Aufgaben in den

---

<sup>1</sup>Human Resource Management

Unternehmen erfüllen (de Wolff & Hurley, 1994).

Ein Psychologiestudium, welches diesen Anforderungen Rechnung trägt, ist – neben anderen – durch 2 Merkmale gekennzeichnet: A) Es strebt explizit die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen an, wie der Suche nach neuer Information und B) der Entscheidungsfähigkeit, inwieweit diese tatsächlich praktisch nutzbar sind.

Diese Anforderungen werden bislang nicht oder nur mäßig erfüllt. Die meisten Absolventen der Psychologie haben nur mäßige empirische Erfahrungen und methodische Kenntnisse. Ihr Wissensschatz ist begrenzt auf die Grundlagen der Psychologie; moderne praxisrelevante Konzepte sind vor allem deshalb unbekannt, weil die Studierenden keine Idee haben, woher sie solche Informationen erhalten könnten (z.B. Silbereisen & Frey, 2001)! Informationsquelle der Studierenden sind Vorlesungen und private Kontakte. Und es ist nicht anders zu erwarten, dass sich dieses einseitige Verhalten auch im künftigen Berufsleben fortpflanzt.

In der hier vorgestellten Diplomarbeit sollen die Fertigkeiten zum Wissenserwerb vorgestellt werden. Untersuchungsteilnehmer sind etwa 200 Studierenden der Psychologie aus 2 Universitäten. Die Teilnehmer wurden mit einem eigens konstruierten Fragebogen befragt. Erfasst werden sollten neben den üblichen demographischen Fakten auch das Engagement in psychologischen Organisationen und der Umgang mit den Medien der Wissensgewinnung in der Psychologie.

Darüber hinaus erfasste das Instrument Daten über einzelne psychologische Konzepte, die in der vorgestellten Diplomarbeit nicht zum Tragen kamen.

Die Ergebnisse lassen erste empirische Belege zur Konkretisierung der oben dargestellten Situation erwarten: Das derzeitige universitäre Psychologiestudium bereitet nur gering auf die kommenden 30-40 Berufsjahre vor.

Die Untersuchung bietet somit Ansatz für weitere vergleichende Studien zwischen verschiedenen Instituten in Deutschland und in Europa. Zudem illustriert sie einen weiteren Zugang zur Informationskrise: „Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr.“ Die Psychologen, die heute an den Instituten ausge-

bildet werden, sind die Ausbilder, die Informationsspediteure, die Applikanten, die HRM-Manager und die Praktiker von morgen. Sie müssen als erste die Fähigkeiten gelehrt werden, die ein modernes Wirtschaftsunternehmen braucht.

## **Ansprechpartner und Kontakt**

Technische Universität Chemnitz  
Institut für Psychologie  
Professur für Allgemeine und Biologische Psychologie  
Wilhelm-Raabe-Straße 43  
09126 Chemnitz

Sören Vogel  
soeren.vogel@phil.tu-chemnitz.de

Prof. Dr. Udo Rudolph  
udo.rudolph@phil.tu-chemnitz.de

## **Literatur**

- Antos, G. (2001). „Wissen“: *Positionen einer Debatte*. Vortragsmanuskript für das Kolloquium „Transferwissenschaften: Theorie, Steuerung und Medien des Wissenstransfers.“ Göttingen, 5.-7. September 2001.
- de Wolff, C., & Hurley, J. (1994). The changing nature of the profession of work and organizational psychology: Overview of a panel discussion study in six european countries. *European Work and Organizational Psychologist*, 44(4), 343-353.
- Lasky, B., & Tare, M. (2002). *Knowledge management: A 21st century role for the human resource professional*.
- Rifkin, J. (2000). *Access: Das Verschwinden des Eigentums. Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden*. Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH.
- Silbereisen, R. K., & Frey, D. (Eds.). (2001). *Perspektiven der Psychologie: Einführung und Standortbestimmung*. Weinheim, Basel: Beltz Verlag.

Terpstra, D. E., & Rozell, E. J. (1997). Sources of human resource information and the link to organizational profitability. *Journal of Applied Behavioral Science*, 33(1), 66-83.

Terpstra, D. E., & Rozell, E. J. (1998). Human resource executives' perception of academic research. *Journal of Business And Psychology*, 13(1), 19-29.