

Wertebildung für die Generation Z: Kann Klafkis kategoriale Bildung helfen?

Die Geburtenjahrgänge zwischen 1995 und 2010 kommen in der beruflichen Bildung an. Sie werden als *Generation Z* bezeichnet. Diese Generation ist von Kindheit an in einer digital vernetzten Welt aufgewachsen. Der ständige Zugang zu Informationen und (politischen) Meinungen über das Internet sowie die virtuelle Vernetzung ist gelebter Alltag für sie. Die Generation Z ist es gewohnt, gleichzeitig in der virtuellen wie physischen Welt aktiv zu sein. Ein Großteil der Sozialisation findet in der virtuellen Welt statt, was nicht ohne Folgen bleibt, wie Lernprozesse erlebt und Informationen verarbeitet werden: Die Generation Z ist *multitaskingfähig*, indem sie schnell zwischen unterschiedlichen Kanälen und Medien wechselt. Sie hat eine hohe *Social Media-Affinität*, indem der Startpunkt für die Informationsbeschaffung häufig das Internet ist. Lerngegenstände werden sich meist *kollaborativ* im Austausch mit Peers v. a. über Social Media erschlossen. Lernen hat für diese Generation zu gewissen Teilen einen *Entertainmentcharakter*, indem sie bei der Darbietung von Lerngegenständen auch unterhalten werden möchten (im Überblick: Gerholz, K.-H. & Schlottmann, P. (im Druck). *Microlearning als ein didaktisches Konzept für die Studierendengeneration Z – Eine Empirische Fallstudie in der beruflichen Lehrerinnen und Lehrerbildung*. In Gerholz, K.-H. et al. (Hrsg.). *Digital Literacy in der beruflichen Lehrer:innenbildung*. Bielefeld: wbv.)

Wenngleich die aufgezeigten Facetten nur einen Ausschnitt der Lebenswirklichkeit der Generation Z darstellen – auch schulische wie außerschulische Lernorte (z. B. Freiwilligenarbeit) sind weiterhin relevant –, deckt die virtuelle Welt mit ihrem Informationsangebot doch einen Großteil der Aktivitäten dieser Generation ab. Dabei wird vermutet, dass die Schnellebigkeit von Inhalten in Social Media-Umgebungen und die Fähigkeit, schnell zwischen verschiedenen Aufgaben und Informationsquellen zu wechseln, mit dem Verlust der Fähigkeit einhergeht, zwischen relevanten und irrelevanten Reizen und Informationen zu differenzieren. Hierfür stehen insbesondere die Phänomene der Filterblasen und Echokammern.

Inhalte in Social Media-Plattformen sind zunehmend personalisiert. Algorithmen werten das Nutzer*innenverhalten aus und personalisieren darüber die dargebotenen Informationen. Filterblasen entstehen um eine Person herum, indem Algorithmen die Nutzer*innen mit den Informationen versorgen, welche zu den bisherigen Interessen und dem Social Media-Verhalten passen. Echokammern entstehen wiederum durch gruppenspezifische Prozesse, indem Individuen mit Gleichgesinnten ihre Netzwerke bilden und sich ihre gegenseitigen Ansichten und wertorientierten Meinungen bestärken. Andere Perspektiven finden somit gar keinen Zugang mehr.

Für eine breit angelegte Wertebildung im Rahmen von beruflichen Bildungsprozessen scheinen dies keine guten Voraussetzungen zu sein. Die jungen Menschen leben größtenteils in ihrer eigenen, virtuellen Welt, welche vor allem durch die Algorithmen gesteuert wird, und orientieren sich an ihren Überzeugungen, welche von ihren social peers verstärkt werden. Die reflexive Betrachtung derselbigen wird durch die Echokammern verhindert.

So nachvollziehbar die Phänomene wie Filterblasen und Echokammern sind, die Ergebnisse der empirischen Forschung (Stark, B. et al. (2021). *Maßlos überschätzt. Ein Überblick über theoretische Annahmen und empirische Befunde zu Filterblasen und Echokammern*. In Eisenegger, M. et al. (Hrsg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit* (303-321). Wiesbaden: Springer) zeigen auf, dass deren tatsächliche Wirkung nur gering ist. Für Echokammern müssten Individuen möglichst homogene Netzwerke haben, in der Realität sind diese aber vielfältiger und heterogener. Für Filterblasen würde es bedeuten, dass die Individuen gar nicht an vielfältigen und komplexen Inhalten interessiert sind, was aber selten der Fall ist. Darüber hinaus zeigt sich, dass viele Nutzer*innen weniger über politische Informationen in Kontakt mit anderen in der virtuellen Welt kommen oder explizit danach suchen.

Mit anderen Worten kommen die jungen Menschen zwar über die virtuelle Welt mit unterschiedlichen Wertesysteme-

men und politischen Anschauungen in Berührung, diese verfangen aber nicht direkt in dem Sinne, dass nur einer Richtung gefolgt wird. Damit kommt der reflexiven Verarbeitung der Informationsflut und der Wertevielfalt eine besondere Bedeutung zu. Die Lernsubjekte – die jungen Menschen – müssen in der diskursiven Auseinandersetzung um normative sowie subjektive Wertevorstellungen unterstützt werden. Weniger das Lernobjekt – die Vermittlung von Werten – sollte im Vordergrund stehen. Es geht um Wertebildung und nicht um Werteerziehung. Hierbei kann das Konzept der kategorialen Bildung als ein didaktischer Orientierungsrahmen im Sinne der Verschränkung von formaler und materialer Bildung hilfreich sein. Die Unterstützung der Werteentwicklung und -reifung bei Menschen in der beruflichen Bildung steht im Vordergrund und eben nicht die Aneignung von Werten. Hierfür bedarf es Räume für Dialog, Diskussion und Diskurs in beruflichen Bildungsprozessen, um die Erfahrungen in der virtuellen und physischen Lebenswelt zu verarbeiten und eine Positionsbildung bei den Lernenden zu unterstützen.

Für die Gestaltung von Lernumgebungen im Bereich Wertebildung sind im Sinne einer Lebensweltorientierung die Präferenzen der jungen Menschen – der Generation Z – aufzunehmen. Das Angebot von Räumen zum Dialog und Diskurs kann durch Unterstützung digitaler Medien und die Integration unterschiedlicher Kanäle zur Kollaboration umgesetzt werden. Die Unterstützung der Lernprozesse kann über unterschiedliche, kleinere Lernanlässe mit Aktivitätscharakter strukturiert werden. Wird das Konzept der kategorialen Bildung mit den Präferenzen der aktuellen Lernenden-Generation verknüpft, kann nicht nur der Umgang mit Wertevielfalt – ob im Social Web oder der alltäglichen Präsenz – gefördert werden, sondern auch in einer lebensweltnahen Lernumgebung verwirklicht werden.

Prof. Dr. Karl-Heinz Gerholz
 Otto-Friedrich-Universität Bamberg
 karl-heinz.gerholz@uni-bamberg.de