

- Ehemals ‚traditionelle‘, ‚konventionelle‘ Werte, ‚Sekundärtugenden‘ nehmen wieder an Bedeutung zu, in herausragender Weise die Leistungs- und Anpassungsbereitschaft (gleichzeitig bleiben Selbstentfaltungswerte wichtig).
- Darüber hinaus gibt es immer weniger festgelegte Wertmuster. Beherrschend ist vielmehr die Relativität der Werte, ihre Anpassung an verschiedene Zusammenhänge und Gegebenheiten. Die Stichworte dieser Entwicklung lauten Werteppluralismus (Welker 1999; Suchanek 1999), Individualisierung von Lebensstilen und Wertecollagen (Beck/Beck-Gernsheim 1994).
- Werte sind nicht mehr selbstverständlich, sondern zielgerichtet, es herrscht eine zweckrationale Verwendung von Werten vor, die zudem auf das Selbst, weniger auf die Gesellschaft gerichtet sind. Leistung gilt nicht mehr grundsätzlich als Wert, sondern weil/wenn damit Belohnung verbunden wird. Dies ist ein deutlicher Bedeutungswandel des Leistungsbegriffs: Verstärkt in der jungen Generation ist eine Abkehr von der ‚Leistungspflicht‘ der Nachkriegsjahrzehnte zu beobachten. An ihre Stelle tritt eine Art individualisierter ‚Leistungshedonismus‘ (vgl. Barz u.a. 2001: 74).

Gruppenunterschiede beim Wertewandel

Sowohl der ursprüngliche als auch der neue Wertewandel lassen sich hauptsächlich als Kohorteneffekt ausmachen, vor allem die jüngeren Generationen weisen ein neues Werteschema auf (Inglehart 1983: 82 ff.; Klein 2007: 7 ff.). In einem weiteren Schritt soll nun der Frage nachgegangen werden, ob es Unterschiede in den Werthaltungen junger Männer und junger Frauen gibt, die deren unterschiedlichen Erfolg im allgemein bildenden Schulsystem erklären können. Ebenso lässt sich fragen, ob Jugendliche mit Migrationshintergrund event. unterscheidbare Einstellungen haben, die sich negativ auf deren Bildungserfolg auswirken. Folgt man den Daten der jüngsten Bildungsberichte, so könnte man spekulieren, dass bei Jungen als „Bildungsverlierern“ beispielsweise eine im Vergleich zu Mädchen geringere Bedeutung von Leistungs- und Anpassungsbereitschaft zu finden sein müsste. Die Daten der Werteforschung, die zu diesen Themen von uns einer Sekundäranalyse unterzogen wurden,¹ ergeben indessen kein eindeutiges Bild.

Bezüglich ihrer allgemeinen Arbeitshaltung und Leistungsorientierung unterscheiden sich junge Frauen und Männer zunächst kaum, sie geben in ähnlichem Maße an,

¹ Verarbeitete Datensätze: Deutsches Jugendinstitut DJI, 3. Jugendsurvey 2003, Befragung der 12- bis 15-jährigen und Befragung der 16- bis 29-jährigen, vgl. DJI 2003; Shell: 15. Shell Jugendstudie, vgl. Shell 2006; berechnet wurde jeweils die Varianz mit dem Koeffizienten Eta, dargestellt werden nur Varianzen mit einer Signifikanz auf dem 0.001-Niveau.

dass ihnen Fleiß, Ehrgeiz und Pflichtbewusstsein wichtig sind. Insgesamt attestiert die Jugendforschung dem weiblichen Teil der Jugend „mehr Wertebewußtsein“, weil die Zustimmungswerte bei den allermeisten wertebezogenen Items höher liegen als bei Jungen. Im Blick auf einige wenige Motive sind die Zustimmungswerte der männlichen Jugend indessen stärker. Junge Männer finden es wichtiger als junge Frauen, viel Geld zu verdienen (a)², ein hohes Einkommen anzustreben (b). Junge Männer treten lieber mit anderen in Wettstreit als Frauen (c) und setzen sich eher als junge Frauen mit Härte gegen andere durch (d). Junge Männer finden es wichtiger als junge Frauen, Macht und Einfluss zu haben (e) und finden eher, dass der Beruf das Wichtigste ist (f). Nicht zuletzt sind jungen Männern Noten und Zeugnisse häufiger das Wichtigste als jungen Frauen (g). Diesen Komplex, in dem die männliche Jugend durchgehend höhere Zustimmungswerte aufweist als die weibliche, könnte man als Durchsetzungswillen beschreiben.

Junge Frauen haben demgegenüber eine stärker ausgeprägte „soziale Ader“. Junge Frauen finden es wichtiger als junge Männer, anderen zu helfen (h)³ oder Rücksicht auf andere zu nehmen (i). Junge Frauen finden Kunst und Kultur wichtiger (j), ebenso wie die Aussicht auf Kinder und Haushalt (k). Statt einer Angleichung der Geschlechter in Bezug auf diese Themen ist vielmehr sogar eine Verstärkung der Unterschiede zu beobachten. „Typische Werteunterschiede der Geschlechter haben sich sogar verstärkt, weil weibliche Jugendliche ihre Durchsetzungsfähigkeit inzwischen nicht mehr so deutlich betonen.“ (Gensicke 2006: 183).

Dazu passt der Befund, dass sich auch in den Zuordnungen der Shell-Wertetypologie geschlechtsspezifische Unterschiede ergeben: Während der Typus „Unauffällige“ nur ein leicht weibliches Übergewicht (26% vs. 24%) hat und der Typus „Macher“ nur ein leicht männliches (28% vs. 27%), sind bei den Idealisten die Mädchen deutlich in der Überzahl (30% vs. 21%) und bei den Materialisten eindeutig die Jungen (27% vs. 17%; Gensicke 2006: 194)

3. Wertorientierungen und Bildungsaspirationen in den sozialen Milieus

Die PISA-Studie konstatiert, dass trotz Bildungsexpansion der Schulerfolg von Kindern in Deutschland besonders eng mit dem Sozialstatus ihrer Eltern bzw. deren

² Varianzen: (a) DJI 2003, 12-15-jährige: Eta 0,152; (b) DJI 2003, 16-29-jährige: Eta 0,117; Shell 2006: Eta 0,190; Shell 2006: Eta 0,145; (c) Shell 2006: Eta 0,212; (d) Shell 2006: Eta 0,112; (e) Shell 2006: Eta 0,121; (f) DJI 2003, 16-29-jährige: Eta 0,160; (g) DJI 2003, 12-15-jährige: Eta 0,102.

³ Varianzen: (h) DJI 2003, 12-15-jährige: Eta 0,163; Shell 2006: Eta 0,115; (i) DJI 2003, 12-15-jährige: Eta 0,144; (j) DJI 2003, 16-29-jährige: Eta 0,160; (k) DJI 2003, 16-29-jährige: Eta 0,162.