

INHALTSVERZEICHNIS

Vorbemerkung	8
Konspect	10
I. Begriffliche Klärungen: Phänomen Werte	13
1. Problemsicht	13
2. Werte.....	18
3. Neue Werte durch emergente Strukturen	20
4. Wertegemeinschaften	25
5. Werte und Gesellschaft.....	29
6. Werte, Normen, Ethik.....	30
7. Wertekompetenz und Wertebildung im.....	33
gesellschaftlichen Wandel	
II. Wirkungsfaktoren i. Wertebildungsprozess .	39
1. Marktgesellschaft und Werteentwicklungen ...	39
1.1 Big Data- Steuerung von Ökonomie und	43
Gesellschaft	
2. Wertschätzung, Anerkennung u. Zufriedenheit.	46

3. Wertbildungsprozesse in einer offenen Mediengesellschaft	51
3.1 Wertbildung und audiovisuelle Medien (TV)	52
3.2 Wertbildung und WWW/ Web 2.0	55
4. Sich verändernde Werteorientierung	61
5. Identifikationen: Leitbilder und Vorbilder	66

III. Reflektierte und kritische Aneignung individueller, kollektiver und institutioneller Werte ..71

1. Werteorientierung in Politik, Bildung und Pädagogik: funktional und intentional.....	74
1.1 ‚Compassion‘- Projekt des sozialen Lernens....	80
1.2 Die Stiftung ‚Weltethos‘	81
2. Partizipationsbegehren von Bildungsbürgern in einer ‚Misstrauensgesellschaft‘	86
3. Übergang zur Verantwortungsgesellschaft.....	93
4. Wertbildung und Postsäkularisierung	96

IV. Unverzichtbarkeit von Werteorientierungen für individuelles und soziales Leben102

V. Anhang.....	118
-----------------------	------------

VI. Literaturhinweis.....	135
----------------------------------	------------