

Zeitschrift: Infos & Akzente
Band: 6 (1999)
Heft: 3

Inhaltsverzeichnis

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Editorial

Werte Leserin, werter Leser

«Unser Land braucht eine Wertediskussion», forderte unlängst die Ex-Generaldirektorin der Expo 01 Jacqueline Fendt. Braucht es eine Wertediskussion, weil im Lande Werteverwirrung und Wertezerrfall herrschen oder weil sich in unserer pluralen und multikulturellen Gesellschaft die Wertevielfalt als Werteunsicherheit auswirkt? Werden gar Werteverwirrung und Wertezerrfall als Wertewandel camoufliert?

Es mag interessieren, wie die Wertediskussion andernorts geführt wird. In einem Basisbaustein des Bayerischen Sammelwerks Medienzeit «Medien- und Wertezziehung» wird mit Blick auf allgemeine Aussagen der abendländischen Philosophie folgende Hierarchisierung der Werte vorgenommen:

1. Das Heilige
2. Sittliche Werte (personale Tugenden)
3. Geistige Werte (das Wahre und Schöne)
4. Lebenswerte (Gesundheit, Entspannung, Erholung)
5. Werte des gesellschaftlichen Geltens (Ehre, Machtausübung)
6. Sachwerte (Nahrung, Wohnung, Besitz)

Es bedarf keiner besonders geschärften Beobachtungsgabe, um festzustellen, dass sich das alltägliche Gespräch vor allem um die Hierarchiestufen 4. bis 6. dreht. Die Werteebenen 1 bis 3 sind praktisch ausgespart oder gar tabuisiert. Jedenfalls sind Überlegungen auf diesen Ebenen 1 bis 3 meistens mit einer gewissen Verlegenheit und Ratlosigkeit verbunden.

Solcher Verlegenheit soll in dieser Nummer von Infos und akzente nicht ausgewichen werden. Von der Anregung Ivo Nezels nach einem Umlegen von Werten in Verhaltensnormen bis zur Forderung Peter Grafs, in der Tiefenschicht eines Wertebewusstseins durch Reflexion und Dialog kognitive Karten der Orientierung zu erarbeiten, werden verschiedenste Aspekte zum Stichwort Werte diskutiert. So führt Rebekka Horlacher anhand eines Bestsellers der Tugendliteratur ein in die Problematik der Tugenddiskussion, während Katharina Ernst aufzeigt, wie die Medien als heimliche Werteerzieher wirken und wie sie andererseits zur Werteerziehung in der Schule genutzt werden könnten.

Wäre übrigens nicht just die Expo 01 ein Ort der Wertebesinnung, so dass die Schweizerinnen und Schweizer mit neuem Selbstwertgefühl sagen könnten: «La Suisse existe.» Oder führen Erfahrungen wie Auschwitz und Kosovo dazu zu fragen, ob überhaupt der Mensch immer noch als höchster Wert der Schöpfung gelten darf?

Christian Doelker

schwerpunkt **2**

Werte im Spannungsfeld der Kulturen	2
Was sind Werte wert?	5
Die neue Lust nach Werten	8
Medien als Werteträger einer Kultur	12

hochbegabung **15**

Begabungsförderung in der Volksschule	15
Integration statt Separation	17
Flow - Einswerden mit dem Tun	20

medien **24**

Mediensplitter: Preis und Wert	24
Lesetipps	24

pestalozzianum intern **26**

Intensivweiterbildung 1999	26
Homepage-Wettbewerb	28
Kultur auf der Au: Lesezeit	30
Rechte kennen! Rechte haben!	31
Innovationen in der Lehrer/innenbildung durch Umweltbildung	32
Erfahrungen mit Waldkindergärten und -spielgruppen	33
Lesetipps und Neuerscheinungen	34
Personelles	35

schlusspunkt **36**

Kreuz und quer	36
Vorschau 4/1999	36

