

Thema: Neoliberalismus II

Nennen Sie mindestens drei Motoren der Kommerzialisierung.

- # Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)
- # Welthandelsorganisation (WTO)
- # Centrum für Hochschulentwicklung (CHE)
- # Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM)
- # McKinsey & Company Unternehmensberatung
- # Konvent für Deutschland e.V.

Definieren Sie den Marketing-Charakter nach Erich Fromm.

Der Marketing-Charakter ist ein Typus von Mensch, der sich dem Zwang unterwirft, seine Persönlichkeit als Ware auf dem Markt feilzubieten. Dieser Gesellschaftscharakter sieht von seiner Individualität ab, von seiner konkreten Eigensinnigkeit, die ihn als Mensch charakterisiert, er folgt der Direktive der Inszenierung seiner Persönlichkeit nach Maßgabe ökonomisch-gesellschaftlicher Erfordernisse.

Nennen Sie fünf Akteure im Bereich der kulturellen Bildung.

- (1) Bertelsmann-Stiftung
- (2) Stiftung der Deutschen Bank
- (3) Mercator-Stiftung
- (4) Rat für kulturelle Bildung
- (5) Liz Mohn-Kulturstiftung und Musikstiftung

Welchen Preis hat die Verwarenformung von Bildung? Identifizieren Sie mindestens drei Aspekte.

- # Die Verwarenformung von Bildung verschärft die soziale Ungleichheit.
- # Die Verwarenformung der Bildung schränkt die Vielfalt der kindlichen Subjektvermögen gravierend ein.
- # Die Verwarenformung von Bildung unterbindet die zeitliche Logik kindlicher Bildungsprozesse.
- # Die Verwarenformung von Bildung verschärft die Konkurrenzprinzipien und Wettbewerbsprinzipien.
- # Die Verwarenformung von Bildung zerstört den Charakter einer allgemeinen Bildung.
- # Die Verwarenformung von Bildung führt den demokratischen Erziehungsauftrag und Bildungsauftrag der Schule ad absurdum.
- # Die Verwarenformung von Bildung ist volkswirtschaftlich kontraproduktiv.