



# Kultur und Medien

## Einleitung

In einem Land, in dem mehr Besucher in Museen und Ausstellungen gehen als auf Fußballplätze – allerdings vor der EURO 2008<sup>1</sup> –, mag es nicht erstaunen, dass mehr als die Hälfte der Bevölkerung angibt, an Dingen, die mit Kunst und Kultur in Zusammenhang stehen, interessiert zu sein. Die Gründe dafür sind mannigfaltig und seien hier nur kurz angedeutet:

- Ein **Mehr an Freizeit, ein allgemein höheres Bildungsniveau und wachsende Einkommen** tragen zu einer „Kultur-Konjunktur“ bei. „Kultur hat sich in den letzten Jahrzehnten wie ein Virus ausgebreitet. Er ist in sämtliche Fugen des sozialen Lebens eingedrungen und überwölbt die unterschiedlichsten Aktivitäten des Menschen von der Auswahl des Wohnzimmermobiliars über den abendlichen Opernbesuch bis zur Urlaubsgestaltung oder kulturwissenschaftlichen Lehrveranstaltungen.“<sup>2</sup>
- Kunst und Kultur spielen sowohl als **Standort- und Wirtschaftsfaktor** eine entscheidende Rolle wie auch als **Image- und Werbeträger** (Kulturhauptstadt Graz, Mozartjahr). Aktiv und passiv sind immer mehr Menschen mit Produkten der **Kulturindustrie** konfrontiert. Mehr Menschen als je zuvor hören fast ununterbrochen Musik (unterschiedlicher Qualität); jeder, der seinen Computer oder Fernsehapparat aufdreht, ist mit einer Fülle von Bildern konfrontiert oder stellt mittels elektronisch bestgerüsteter Kameras selbst Bilder her; mehr Menschen als je zuvor schreiben über ihre aktuellen Befindlichkeiten und senden ihre sehr persönlichen Botschaften in das weltweite Netz.
- Die Bedeutung von Kunst und Kultur für die **Identifikation** der Bevölkerung mit ihrer Gemeinde (Region) und für die Stärkung des Selbstbewusstseins der Bürger nimmt zu. Als eine Folge des Globalisierungsprozesses zeigt sich nämlich vielfach, dass etablierte Traditionen und Bindungen an Geltung verlieren. „Wir spüren, dass wir nicht länger imstande sind, tragfähige Lebensstrategien zu entwerfen, dass kulturelle Bedeutungen unseres Gemeinwesens von verschiedenen Mitgliedern verschieden interpretiert werden und so das Zusammengehörigkeitsgefühl schwindet.“<sup>3</sup>

1 Siehe Statistik Austria: Bildung und Kultur; Wien 2006 (Besonders auffällig ist die Besucherzunahme bei Bundes- und Landesmuseen sowie bei Ausstellungen und Konzerten. Bei Festspielen und Kulturevents gibt es bei steigender Anzahl der Veranstaltungen auch immer mehr Besucher.)

2 Heidbrink, L.: Die Widersprüche der Kulturgesellschaft. In: NZZ Nr. 151; Zürich 2000, S. 54

3 Leggewie, C.: Kulturen der Welt – Weltkultur? In: Transit 17; Frankfurt/Main 1999, S. 5

- Durch die Verunsicherung über zukünftige Entwicklungen und den Verlust traditioneller Werte (Religion, gesellschaftliche Utopien), scheinen Kunst und Kultur für manche der Ersatz für eine „**sinnstiftende Lebensorientierung**“.
- Schließlich **widmet sich die Politik verstärkt der Kunst und Kultur**. Kunstwerke verhelfen Erfahrungen, Gefühlen und Wissensformen zur Darstellung und zum Ausdruck. Politik kann dadurch mit Hilfe der Kunst (und der Kunstschaffenden) einiges über sich und die gesellschaftliche Wirklichkeit erfahren.<sup>4</sup>

Längst ist Kultur heute in Österreich dem elitären Bereich entwachsen und in den Gesamtbewusstseinsstand der Gesellschaft gerückt. Sie ist zu einem Grundnahrungsmittel einer aufgeklärten Gesellschaft geworden. Ein „weiter Kulturbegriff“ ist allgemein akzeptiert und schließt beinahe selbstverständlich die Übergänge zwischen Bildungs- und Unterhaltungsansprüchen, religiösen und gesellschaftlichen Wertfragen sowie Fragen der Identität mit ein. „Es handelt sich dabei um kein neues Kulturverständnis, wie es früher den aufgeklärten höheren Klassen eigen war. Es ist vielmehr ein Konzept umfassender Weltsicht einschließlich Amusement“, versucht Carl Amery zu definieren.

Elektronische Medien sind auf verschiedenen Ebenen (regional, national, international) selbst konstitutiver Teil einer jeweiligen (Gesamt-)Kultur. Sie produzieren einerseits spezielle Formen kultureller Äußerungen und dienen andererseits als Vermittler und Kommentatoren von kulturellen Aktionen und Angeboten.

Ein Massenmedium wie das Fernsehen muss der Spannweite eines weiten Kulturbegriffs Rechnung tragen: Zum einen darf es sich nicht auf bestimmte Inhalte, Themenbereiche oder Anspruchsniveaus beschränken, sondern muss kulturelle Bedürfnisse, Erwartungen und Interessen der Zuseher (die oft sehr unterschiedlich sind) gleichrangig und gleichwertig behandeln. Zum anderen soll es den Zusehern kulturell relevante zeitgenössische und historische sowie zukunftsweisende kulturelle Erlebnisse verschaffen und sie mit Kulturtechniken vertraut machen. Zu guter Letzt hat Kultur wesentlich mit Identität von Menschen und gesellschaftlichen Gruppen zu tun. Kultursendungen sollen daher Bezüge zu und durch Auseinandersetzungen mit den zentralen Werten der Gesellschaft durch Darstellen, Einordnen, Verstehen, Erklären und/oder Ausprobieren von kulturellen Vorgängen friedlichen gesellschaftlichen Wandel und Integration ermöglichen.

4 Reus, G./Harden, L.: Politische Kultur 1983–2004. In: Publizistik, Heft 2; Hannover 2005, S. 153–172

## Kultur und Medien

Als Bestandteil und Vermittler von Kultur erwächst im Bereich der elektronischen Medien vor allem den öffentlich-rechtlichen Anbietern eine besondere Aufgabe. „Je mehr nämlich die gesellschaftliche Verantwortung der Privatsender sinke, desto mehr steige die Verantwortung der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, die als „Lordsiegelbewahrer von Qualität“ aufzutreten hätten.“<sup>5</sup>

Neben dem gesetzlichen Programmauftrag, der die Vermittlung von und die Information über Kultur festschreibt<sup>6</sup>, hat sich der ORF in Sachen Kultur selbst ein Ziel gesetzt, das in der ORF-Charta formuliert ist: „Der öffentlich-rechtliche ORF gibt Kultur, Wissenschaft und Bildung im weitesten Sinn eine massenhafte Basis. Die dauernde Investition in diese Bereiche wahrt Identität und Zukunftschancen.“<sup>7</sup>

Vielfach wird bemängelt, dass der Kulturboom, den es im gesellschaftlichen Bereich gibt, nicht die nötige Entsprechung in den Medien findet:

Der Grund, warum man Kunst- und Kulturereignisse nicht in den Massenmedien – am wenigsten im Fernsehen – sucht, mag im Unterschied zwischen realer und vermittelter Rezeption liegen. Schon Musik auf Schallplatte ist etwas anderes als das direkte Erleben im Konzerthaus oder in der Oper. Die Theater-Fernsehübertragung ist Erlebnis aus zweiter Hand und kann das Ereignis vor Ort nur unzureichend ersetzen.

Zum einen hat Kunst im Fernsehen dann Erfolg, wenn sie selber zum Ereignis wird, das einmalig ist, und nicht nur als Transporteur anderer Kunst- und Kulturereignisse dient.<sup>8</sup> Zum anderen geht es bei Kultur im Fernsehen nicht mehr darum tote Gegenstände (Bücher, Bilder, Texte) in die Kamera zu halten. „**Kultur im Fernsehen hat damit zu tun, wie wir leben und wie wir in Zukunft miteinander leben wollen.**“<sup>9</sup>

Insofern geht das Kulturangebot des ORF-Hörfunks und Fernsehens weit über die speziell ausgeschilderten Kultursendungen hinaus.

*noch der Hinweis auf Schäden durch Abholzung der Berge fehlen.“ (J.W. Goethe).*

Obwohl sich Kunst und Kultur im 20. Jahrhundert radikal verändert haben, mutet Goethes Kultur-Definition relativ modern an. Sie umfasst das ganze Leben und beinhaltet alle menschlichen Errungenschaften.

Die Folgen einer beschleunigten Technologie und ihre Auswirkungen auf die Kultur konnte er jedoch nicht erahnen.

**Was die Kunst im 20. Jahrhundert neuartig machte, fußt letztlich auf drei technologischen Errungenschaften:**

- der photographischen Wiedergabe der Bewegung (Film, Video)
- der mechanischen Schallaufzeichnung und Schallwiedergabe (Grammophon, Platte, CD)
- der unmittelbaren Übertragung von Schall und Bild über weite Entfernungen (Radio, TV, Internet).

Im bürgerlichen Zeitalter des 19. Jahrhunderts war die „hohe Kunst“ nicht reproduzierbar und daher nur wenigen Menschen zugänglich. In den gesamten 500 Schauspielhäusern Deutschlands und der Donaumonarchie fanden vielleicht eine Million Menschen Platz. Heute kann man, wo der Bildschirm in jeder Wohnung gegenwärtig ist, mit der Übertragung eines Fußballspiels 300 Millionen **gleichzeitig** erreichen. Aber auch Kunstproduktionen erreichen ein Vielfaches an Publikum, als das früher möglich war.<sup>10</sup>

Kunstgenuss bleibt daher nicht mehr nur Eingeweihten vorbehalten, sondern ist allen zugänglich. Mehr noch: man kommt an Kunst gar nicht mehr vorbei. Sie findet auf den Plakatwänden statt, in den neuen Medien, in Design und Architektur, in der Mode, in der Freizeitwirtschaft und vor allem in der überall gegenwärtigen Populärkultur vom Film bis zur Unterhaltungsmusik.

Die technisierte Kunstproduktion, die von manchen als die „wahre Kulturrevolution des 20. Jahrhunderts“ bezeichnet wird, markierte für die Kunst wesentliche Änderungen:

- Zum einen ersetzte die Technik alte Kunst und alte Künstler (so ersetzte die Fotografie z.B. die Porträtmaler; die alte Tradition des Romans in Fortsetzungen fiel den TV-Serien zum Opfer).
- Zum anderen werden Künstler und Produkt nun von der Technik der Herstellung dominiert. Die heutige Popmusik, die etwa 75 Prozent der gesamten Tonproduktion ausmacht, ist ein von der Studioteknik beherrschtes Produkt. Der Künstler – ob als Writer oder Sänger – wird zum Endprodukt guter Technik/Techniker. Ohne sie gäbe es diese Musik gar nicht.

<sup>10</sup> Benjamin W.: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, In: Zeitschrift für Sozialforschung; Frankfurt 1936

### Kulturinteresse in Österreich

*„Beim Begriff Kultur darf weder die Kleidung noch die Eß- und Trinkgewohnheiten, weder die Geschichte noch die Philosophie, weder die Künste noch die Wissenschaft, weder die Kinderspiele noch die Sprichwörter, weder das Klima noch die Landschaftsformen; weder die Wirtschaft noch die Literatur, weder das Politische noch das Private*

<sup>1</sup> Aus einer Rede der deutschen Kulturministerin Christina Weiss im Februar 2004 bei einem Kongress der Friedrich-Ebert-Stiftung zum Thema Kultur und Medien.

<sup>2</sup> Siehe: ORF-Gesetz Wien 2002 (§ 4 Programmauftrag)

<sup>3</sup> ORF-Charta (Der öffentliche Auftrag des ORF), Wien 1997, S. 2

<sup>4</sup> Panzer, V.: Leergeschossene Magazine – Kultur im Fernsehen. In: Münkler St./Roesler A. (Hg.): Televisionen, Frankfurt/Main 1999, S. 78

<sup>5</sup> Interview mit Scobel, G.: 10 Jahre „Kulturzeit“; 3sat 14.09.2005



- Die Technik aber hat vor allem – und das ist ihre bedeutendste Auswirkung – unser Verhältnis zur Kunst verändert. „*Das ist wohl die eigentliche Kulturrevolution des späten zwanzigsten Jahrhunderts: die Allgegenwart, die Unausweichbarkeit des Kulturprodukts.*“ Wir wachen mit Musik auf und schlafen damit ein. Der Schwall der Töne, Bilder und Worte begleitet uns Tag und Nacht.

**Technologie durchtränkt das private wie öffentliche Leben mit Kunst, „ob mit guter oder schlechter tut nichts zur Sache. Denn alles, auch das Erlebnis der guten Kunst, verändert sich durch endlose Wiederholung“.<sup>11</sup>**

Das bedeutet keineswegs ein Ende der „alten Kultur“. Die Dinge sind durchlässig geworden, Klassik und Pop keine Gegensätze mehr: Montserrat Caballe singt gemeinsam mit Freddie Mercury „Barcelona“; die „drei Tenöre“ (Pavarotti, Carreras und Domingo) wechseln ihr Fach, ihre Bühne und ihr Zielpublikum. Wir leben oft in mehreren Welten: in jener der Traviata und des Quentin Tarantino, des „Ottokar“ und der „Piefke-Saga“; des Neujahrskonzerts und des „Flex“.

Neuen Charme erhält „alte Kultur“ heute auch durch den Appeal, der dem „Echten“, dem Original gegenüber den massenhaft reproduzierten Kulturangeboten anhaftet.

**Wie wichtig ist Kultur in Österreich?**

Betrachtet man, für wie viele Menschen in Österreich der Bereich Kunst hohe Priorität besitzt (und damit wohl auch zum Kern des eigenen Selbstverständnisses gehört), so überrascht der Prozentsatz, der seit den ersten Untersuchungen 1990 relativ stabil geblieben ist. Etwas mehr als eine halbe Million Menschen betrachten Kunst für ihr Leben als sehr wichtig.

1990 gaben 8 Prozent an, Kunst wäre sehr wichtig für ihr Leben; 1998 waren es 6 Prozent, während 2005 9 Prozent diese Angabe machten.<sup>12</sup>

Etwa ein **Viertel der österreichischen Bevölkerung (24 Prozent) ist an Dingen, die mit Kunst und Kultur zusammenhängen „sehr interessiert“**. Gegenüber den letzten Untersuchungen stellt dies eine beträchtliche Steigerung dar (1990 waren es bloß 13 Prozent; 1998 bereits 15 Prozent) und es sind mehr als doppelt so viel als jene 9 Prozent, für die Kunst und Kultur zu den zentralen Lebensbereichen zählt.

Das gesteigerte Interesse an Kultur mag auch darauf zurückzuführen sein, dass traditionelle Kulturveranstalter ihr (altes) Produkt besser vermarkten. Man

geht nicht in die Graphiksammlung Albertina, sondern zur professionell beworbenen Dürer- oder Schiele-Ausstellung. Man besucht nicht das Kunsthistorische Museum, sondern die Goya-Exhibition.

Und welche Übertragung der Salzburger Festspiele konnte schon ein so großes Fernseh-Publikum anziehen wie La Traviata?

Der Prozentsatz der „sehr Kulturinteressierten“ entspricht in Summe etwa der Größe des Bevölkerungs-segments, das auch hohes Interesse am Besuch von Konzert/Oper oder Theater und Literatur-Lesung hat oder jenen, die gerne eine Ausstellung oder ein Museum aufsuchen.

Obwohl sich die Grenzen zwischen Hochkultur und Alltagskultur zunehmend verwischen, verbindet ein hoher Prozentsatz der österreichischen Bevölkerung mit den Begriffen „Kunst und Kultur“ Assoziationen, die aus dem traditionellen Bereich der Hochkultur stammen wie Theater/Schauspiel; Ausstellung/Museen; Konzerte/Musik; Oper/Musical/Operette sowie Malerei und Graphik.<sup>13</sup>

**Kunst und Kultur – eine Unterscheidung**

Im alltagssprachlichen Umgang herrscht oft Begriffsverwirrung, wenn es um Kunst und Kultur geht. Immer wieder steht man in Diskussionen vor der Schwierigkeit Kultur und Künste fein säuberlich zu trennen. Theodor Adorno meinte, „*der Bürger der nivellierten Mittelstandsgesellschaft transzendiere in und mit Kultur zum Menschen*“. Daraus lässt sich folgern, dass Kultur ein System ist, das einer Gesellschaft ihre unverwechselbare Gestalt gibt. Die Künste – alle Ausdrucksformen von der Musik über Literatur bis zu den bildenden Künsten – sind **ein** wichtiger Teil, der neben anderem die Kultur ausmacht. Kunstwerke gelten heutzutage wieder als Medien von Erkenntnis. Die Auseinandersetzung mit zeitgenössischen Kunstformen und den Ideen ihrer Produzenten können zu einem tieferen Verständnis unserer Gesellschaft führen.

**Kultur ist mehr als Kunst. Kultur bestimmt, wie Menschen miteinander und mit der Natur umgehen, wie Menschen mit der Vergangenheit und der Zukunft umgehen und wie Menschen mit Diesseits und Jenseits umgehen.**

Zusätzlich benötigt Kultur, um in einer Massengesellschaft bestehen zu können, Kommunikation (Ausdrucksformen/Symbole). Ohne sie kann sie sich nicht entwickeln, überleben und ausbreiten.

**Zusammenfassend lässt sich sagen:**

- Das Interesse an Kultur in Österreich ist sprunghaft gestiegen. Ein Kulturverständnis, das das Leben der

11 E.J. Hobsbawm: Kunst und Kultur am Ausgang des 20. Jahrhunderts. In: Beiträge zur historischen Sozialkunde, H.1; Wien 1999; S. 27

12 FESSEL-GfK: Lifestyle-Untersuchungen 1990 und 1998 (Basis: n= 4000). ORF-Qualitätssicherungssystem 2005 (Basis: n=1000)

13 FESSEL-GfK: Lifestyle-Untersuchungen 1990 und 1998; ORF-Qualitätssicherungssystem 2005

## Kultur und Medien

Menschen mit einbezieht und daher auch neue Kunstformen berücksichtigt, bessere Vermarktung traditioneller Kulturveranstalter und die exklusive Lust nach „echtem Kunst-Erlebnis“ (Originalbild; Kunsterlebnis vor Ort) in einer Zeit von reproduzierter Massenware mögen die Gründe für das verstärkte Interesse sein.

- Aktive kulturelle Betätigung (Zeichnen/Malen, Musizieren, Schreiben, Chorsingen, anspruchsvolle Photographie) findet zwar nur bei einem kleinem Segment der österreichischen Bevölkerung statt, stellt aber einen „harten Kern“ dar, wie der Vergleich der Studien in verschiedenen Jahren zeigt.
- Obwohl sich die Grenzen zwischen Hochkultur und Alltagskultur zunehmend verwischen, verbindet ein hoher Prozentsatz der österreichischen Bevölkerung mit den Begriffen „Kunst und Kultur“ Assoziationen, die dem traditionellen Bereich der Hochkultur entstammen wie Theater/Oper/ Konzert/Ausstellungen und Museen.
- Kultur ist in Österreich nicht mehr wie im vorigen Jahrhundert einer Elite vorbehalten, sondern für alle zugänglich und mitgestaltbar. Ein „weiter Kulturbegriff“ ist allgemein akzeptiert und schließt die Übergänge zwischen Bildungs- und Unterhaltungsansprüchen, religiösen und gesellschaftlichen Wertfragen sowie Fragen der Identität mit ein.

### Kultur und Fernsehen

„Die Neugier will sehen, aber nicht um das Gesehene zu verstehen, sondern nur um zu sehen. Nicht um zu erfassen, und um wissend in der Wahrheit zu sein, geht es der Sorge dieses Sehens, sondern um Möglichkeiten des Sichüberlassens an die Welt. Die Neugier ist nicht der Muße des betrachtenden Verweilens fähig. Sie sucht Unruhe und Aufregung durch das immer Neue und den Wechsel des Begegnenden. In ihrer Unruhe besorgt die Neugier die ständige Möglichkeit des Zerstreuens.“  
(M. Heidegger)

#### Wird der Kulturauftrag erfüllt?

Der Kulturauftrag der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten ist so alt wie das Fernsehen selbst. In Österreich begann Fernsehen mit den Übertragungen von „König Ottokars Glück und Ende“ aus dem Burgtheater und „Fidelio“ aus der Staatsoper – gleichzeitig die Wiedereröffnung beider Häuser nach dem Krieg.

Fernsehprogrammplaner des ORF war damals der Leiter des Schulfunks, der ein Garant für „anspruchsvolles Fernsehen“ schien.

In der Zwischenzeit hat sich das Fernsehen zu einem Unterhaltungsmedium entwickelt und es gibt heute

heftige Diskussionen darüber, ob, wie viel und wann Kultursendungen den Zusehern zugemutet werden können. **Kultur- und Bildungsprogramme werden gemeinhin als Minderheitenangebote betrachtet, weil sie keine hohen Zuseherzahlen erreichen.**

„Kultur ist wie Schwarzbrot. Das muss man kauen lernen“, meinte der ehemalige Intendant der Bayrischen Staatstheater Everding.<sup>15</sup> Demnach wäre Kultur zwar harte Kost, aber immerhin nahrhaft und gesund. Fernsehen aber – so die Kritiker – verdamme den Zuseher zur ohnmächtigen Passivität. Alles sei leicht zugänglich und ohne Anstrengung konsumierbar. Bildung wäre ein Rohstoff, den das Fernsehen ignoriere und nichts rege dort zur kritischen Reflexion oder zur Aktivität an. „Extrem fernsehtauglich ist Quatsch mit Soße. Hochkultur erweist sich als nicht TV-kompatibel, weil schlechte Sendungen die guten verdrängen.“<sup>16</sup>

Als Mittel gegen die Absetzung von Kultursendungen oder die Verschiebung von Kulturmagazinen auf ungünstige (späte) Sendeplätze wurde in Deutschland kürzlich gefordert einen „Kanon des Unverzichtbaren“ zu erarbeiten, um die Kultur zu erhalten, die wir derzeit noch haben,<sup>17</sup> und Kulturpessimisten unter den Kritikern des „kulturlosen Fernsehens“ verlangen gar eine (gesetzlich festgelegte) Kulturquote.<sup>18</sup>

Dem ist entgegenzuhalten, dass in **jeder** TV-Sendung auch Bildung steckt. Der Bildungsauftrag des ORF z.B. beschränkt sich nicht nur auf Kulturberichterstattung und Kulturmagazine, auf Informationssendungen, Diskussionsrunden u.a. In jeder Sendung können Inhalte stecken, die für den Alltag der Menschen von Bedeutung sind. „**Es kann auch aus einer Seifenoper wie Gute Zeiten-schlechte Zeiten' gelernt werden. Entweder weil Informationen im täglichen Leben umsetzbar, als Handlungsanleitungen tauglich sind oder, weil man sich über die Kenntnis der Inhalte Kompetenz im sozialen Umfeld verschafft.**“<sup>19</sup>

Vielfach wird nämlich auch unterschätzt, wie sehr Fernsehunterhaltung menschliche Fundamentalbedürfnisse nach Zuneigung, Erlebnissen, Sicherheit und Erholung in verschiedenen Formen stillt. Die Sehnsucht nach Gerechtigkeit und Ordnung spiegelt sich in Kriminalfilmen wider, der Traum vom Glück und

<sup>15</sup> Zitiert in: epd Medien. Nr. 17, Frankfurt/Main, 2003

<sup>16</sup> Diskussionsbeitrag Hörisch J. bei den 23. Tutzingen Medientagen. In: Oberst-Hundt, Ch.: Kultur in Fernsehen und Hörfunk. merz 2004/2003, München, online Version

<sup>17</sup> Scobel, G.: Fernsehen für Idioten. Vom Glanz und Elend öffentlich-rechtlicher Kultursendungen. In: Die Zeit Nr. 7, Hamburg, 2001 und auch Stolte, D.: Wie das Fernsehen das Menschenbild verändert. München 2005, S. 45

<sup>18</sup> Diskussionsbeitrag Stölzl, Ch. bei den 23. Tutzingen Medientagen. In: Oberst-Hundt Ch.: Kultur in Fernsehen und Hörfunk. merz 2004/2003; München; online Version

<sup>19</sup> Interview mit Paus-Haase, I., Prof. an der Universität Salzburg für audiovisuelle Kommunikation. In: SN 17,5.2002

<sup>14</sup> McQuail, D.: Mass Communication. Luton 2000; S. 95



## Kultur und Medien

Praktische Medienarbeit als Möglichkeit einer aktiven Auseinandersetzung

Lebensfreude wird in Gameshows wach gehalten, Sportübertragungen erhöhen das Zusammengehörigkeitsgefühl zu einer Gruppe, Quizsendungen können zum Lernen anregen, der Wunsch nach Beziehungen und einem überschaubaren Leben findet in Familienserien oder Reality-TV seine Zuseher und auch Talkshows können Lebenshilfe und Orientierung vermitteln.<sup>20</sup>

### Kultur braucht Werte

Das Edinburgh Festival 2004 hatte das sinkende Niveau insbesondere des Fernsehens zum Thema gemacht. In zahlreichen Diskussionen wurde der Versuch unternommen, den „Kulturverfall des Fernsehens“ auf bestimmte Formate (Trash-Fernsehen, Reality-TV, Talkshows) zurückzuführen. Auch die Tatsache, dass alles im Fernsehen unterhaltsam sein müsse, seien es Nachrichten, politische oder kulturelle Magazine bis zu den Wissenschaftssendungen, wurde ebenso beklagt wie der Umstand, dass Forderungen nach hoher Qualität und festgelegten Standards als nostalgische Rückfälle in eine vergangene Zeit angesehen werden.

Nun gute und schlechte Bücher hat es zu allen Zeiten gegeben. Gutes und schlechtes Fernsehen auch. „Das Problem sind nicht schlechte Fernsehsendungen. Es ist das allgemeine Versagen für gesellschaftliche Werte und geistige und künstlerische Standards einzutreten.“<sup>21</sup>

**Ohne verbindliche Werte ist das kulturelle Leben recht bedeutungslos.** Wenn wir nämlich nicht wissen, ob eine Sache besser ist als eine andere, werden wir pragmatisch und lassen eben alles zu. Wenn Inhalte nicht mehr zählen, kann auch das Niveau nach Belieben gesenkt werden.

Vielfach haben sich in die Schar jener, die kritisieren, dass öffentlich-rechtliche Medien ihren Kulturauftrag nicht erfüllen, auch die Konkurrenten (private Fernsehanbieter) gemischt.

Sie bieten Kultursendungen kaum an, da kein für Werbekunden interessantes Zielpublikum zu erreichen ist.

Öffentlich-rechtliche Medienanstalten dagegen erreichen in einem Vierteljahr mit einem Kulturmagazin mehr Menschen, als in einem halben Jahr ins Theater oder in die Oper gehen. Ohne sie wäre kulturelle Vielfalt durch Vereinheitlichung und Uniformierung kulturellen Geschmacks bedroht.

Öffentlich-rechtliche Medienanbieter spielen auch eine entscheidende Rolle für das Zusammenwachsen Europas und den Dialog der Kulturen.

Um das kulturelle Interesse beim Publikum noch zu

steigern, sollten Kulturinformationen und Kultursendungen

- **allgemein verständlich** über kunstkulturelle Themen (Malerei/bildende Kunst/klassische Musik/Film/Architektur/Literatur/Theater) berichten,
- eine problemlose Einbettung der neuen Informationen in den bestehenden Wissenshorizont ermöglichen,
- Überblick und Orientierung auf dem Gebiet von Kunstkultur präsentieren,
- das Informationsbedürfnis befriedigen und einen Zusatznutzen (Service) anbieten.<sup>22</sup>

Kultur im Fernsehen soll etwas sein, das es uns erlaubt, „das Gefängnis zu verlassen, das jeder für sich selbst ist, und dass es möglich macht, mit der Gedankenwelt und den Erfahrungen anderer Menschen in Kontakt zu kommen“.<sup>23</sup>

### Zusammenfassend lässt sich sagen:

- Öffentlich-rechtliche Fernsehveranstalter wie der ORF erreichen mit ihren Kulturinformationen und Kultursendungen jährlich mehr Menschen, als in Theater/Oper/Konzert/Museen gehen. Sie sind ein Garant für kulturelle Vielfalt und wirken der Bedrohung einer „Uniformisierung“ der Kultur entgegen.
- Öffentlich-rechtliche Fernsehveranstalter wie der ORF spielen eine entscheidende Rolle für das Zusammenwachsen Europas und den Dialog der Kulturen.
- Das Kulturangebot des ORF-Fernsehens geht weit über die ausgeschilderten Kultursendungen hinaus. Aus jeder Sendung können Wissen, Bildung und Kenntnisse gezogen werden.
- Kultur im Fernsehen muss Wertorientierung bieten und den Mut zu Qualitätsstandards haben.

**Prof. Dr. Johannes Hawlik** (Jg.1945), Studium der Geschichte und Germanistik an der Universität Wien. Autor und Herausgeber zahlreicher sozialwissenschaftlicher Artikel und Publikationen Bücher.

<sup>20</sup> Hawlik, J.: Kultur und Fernsehen. In: Köhler, Th./Mertens, Ch.: Stromaufwärts. Böhlau, Wien 2001

<sup>21</sup> Furedi, F.: Werteverfall? Kein Grund aufs Fernsehen zu schimpfen (aus dem Englischen übersetzt von Hermann B.). In: www.novo-magazin.de 2004

<sup>22</sup> Haas, S.: Kulturangebote im Fernsehen. In: MP 9/94, S. 449

<sup>23</sup> Traube, R., Kulturdirektor der Deutschen Welle beim europäischen Kulturforum in Luxemburg, Mai 2004