

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers Franz A. Zölch	9
Einführung	11
1. Zum Begriff «Kultur»	15
1.1 Ein Begriff mit vielen Schattierungen	15
1.2 Kulturelle Unterschiede	18
2. Die Wirkungen des Fernsehens auf die kulturellen Strukturen	21
2.1 Das Fernsehen verwischt Vergangenheit und Gegenwart	21
2.2 Das Fernsehen verschleiert den Unterschied zwischen Wirklichkeit und Fiktion	22
2.3 Fernsehen – Inflation der Inhalte	22
2.4 Fernsehen ist ein audiovisuelles Medium	23
2.5 Omnia fluunt (alles fließt)	24
2.6 Alles an alle und zu jeder Zeit	25
2.7 Fernsehen lässt uns dorthin sehen, wohin wir normalerweise nicht sehen können	26
2.8 Fernsehen erschüttert traditionelle ethische Werte	27
3. Zu Kultur und Medien – Medienkultur?	29
3.1 Die Medien als Spiegel von Kultur	29
3.2 Kunst im Endzeitalter – oder die Paradoxie der Kunst von heute	31
3.3 Kultur in der Krise?	32
3.4 Kunst gab es nicht zu allen Zeiten	33

3.5	Die Kunst enttabuisiert	33
3.6	Pluralismus und Kunst	35
3.7	Die Frage der Qualität	36
3.8	Neue kreative Chancen	39
3.9	Kunst im Spiegel unserer Zeit	40
3.10	Die Kulturmegamaschine	41
3.11	Die kulturelle Funktion des Fernsehens	42
4.	Die Medien als Mittler von Kultur	45
4.1	Qualität im Populären	45
4.2	<i>Mit dem Rücken oder dem Gesicht zum Publikum?</i>	47
4.3	Kultur im Abseits	49
4.4	Die Vermittlung traditioneller Kunstgattungen.	50
	a) Musik	51
	b) Theater	54
	c) Bildende Kunst	55
	d) Literatur	61
	e) Kino und Fernsehen	63
	f) Freie Kunst- und Kulturszene	64
4.5	<i>Kulturghetto oder Integration?</i>	65
5.	Die Auswirkungen auf den Kleinstaat Schweiz	67
5.1	Ein neuer «Diskurs in der Enge»?	67
5.2	Ein Land – 4 Kulturen	69
5.3	Enge Rahmenbedingungen	71
5.4	Wie kann sich David gegen Goliath behaupten?	72
6.	Der Wertewandel in den 80er Jahren oder die Medien zwischen Kommerz und Kultur	75
6.1	Der Zuschauer als Kunde und Konsument	75
6.2	Aufbruch zum Abbruch?	78
6.3	Infotainment – eine neue Mediendramaturgie?	79
6.4	Der Krieg der Bilder oder die Globalisierung der Medienmärkte	80
6.5	«Amerikanisierung» versus «Europäisierung»?	85
6.6	Kanada – Alptraum der europäischen Medienzukunft?	87
6.7	Horizontale und vertikale Konzentration	88
6.8	Die kulturelle Revolution	88
6.9	Die neue Dimension: Fernsehen zwischen Kultur und Kommerz	89
6.10	Wettbewerb ja – aber wie?	89
6.11	Kommerzieller Veranstalter versus Public Service?	90
6.12	Von der Skepsis der Kulturschaffenden	91
7.	Das Zeitalter der Massenkultur	93
7.1	Statt Kulturabbau – Kulturumbau	95

7.2	Der Balanceakt der 90er Jahre	96
7.3	Wertneutralität	98
7.4	Das Ende des Zeitalters der Aufklärung	99
8.	Ansätze eines neuen Kulturbewusstseins oder die Versöhnung zwischen Kultur und Fernsehen	103
8.1	Kultur nach wie vor grossgeschrieben	103
8.2	Spartenkanäle	104
8.3	Symbiose von Kunst und Unterhaltung	105
8.4	... und die bösen Kommerziellen!	107
8.5	Quo vadis Medium – neue Formen der Kooperation	107
8.6	Ein Plädoyer für ein kulturelles Fernsehen	109
	Nachwort von Antonio Riva	111
	Literaturverzeichnis	115