

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers Franz A. Zölch . . . . .	9
Einführung . . . . .	11
<b>1. Zum Begriff «Kultur» . . . . .</b>	<b>15</b>
1.1 Ein Begriff mit vielen Schattierungen . . . . .	15
1.2 Kulturelle Unterschiede . . . . .	18
<b>2. Die Wirkungen des Fernsehens auf die kulturellen Strukturen . . . . .</b>	<b>21</b>
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
<b>3. Zu Kultur und Medien – Medienkultur? . . . . .</b>	<b>29</b>
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
<b>4.</b>	<b>Die Medien als Mittler von Kultur</b>	<b>45</b>
4.1	Qualität im Populären	45
4.2	Mit dem Rücken oder dem Gesicht zum Publikum?	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	Kulturghetto oder Integration?	65
<b>5.</b>	<b>Die Auswirkungen auf den Kleinstaat Schweiz</b>	<b>67</b>
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
<b>6.</b>	<b>Der Wertewandel in den 80er Jahren oder die Medien zwischen Kommerz und Kultur</b>	<b>75</b>
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
<b>7.</b>	<b>Das Zeitalter der Massenkultur</b>	<b>93</b>
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.	<b>Ansätze eines neuen Kulturbewusstseins oder die Versöhnung zwischen Kultur und Fernsehen . . . . .</b>	<b>103</b>
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