

# kultur.at: verein für medienkultur

Florianiplatz 8 / 8200 Gleisdorf

Dies ist angeblich eine „*Informationsgesellschaft*“ und es heißt, wir würden in einer „*Mediengesellschaft*“ leben. Was bedeutet das?

- + ) Gesellschaftliche *Realität* wird nicht ausschließlich, aber in hohem Maß durch *Medienanwendungen* generiert.
- + ) Der historische Faschismus beruhte auf dem „*Broadcasting-Prinzip*“, das sich so zusammenfassen läßt: *Ein* Sender erreicht *viele* Empfänger. (Der Radioempfänger als wichtiges Propaganda-Instrument hatte damals den Spitznamen „Goebbels-Schnauze“.)
- + ) Demokratie und „*Neue Mediensituation*“ stützen sich dagegen auf: „Viele Sender erreichen viele Empfänger“.
- + ) Die Technologien dafür sind verfügbar, preiswert und in der Bedienung niedrigschwellig. Aber woher kommen die nötigen neuen *Medienkompetenzen*?
- + ) Nach der Denkschule der „Konstruktivisten“ kennzeichnet eine „*Kybernetik zweiter Ordnung*“, daß die Informationsflüsse keine Hierarchien mehr haben. (Ich sollte alle relevanten Informationen dann auf dem Tisch haben können, wenn ich sie benötige, niemanden darum bitten müssen.)

Wo lernen wir, diese neue Situation zu nutzen und den permanenten Data Overflow zu bewältigen?

Wo lernen wir, mit der Summe der Medien praktisch umzugehen?

Wenn wir nun im LEADER-Kontext auf dem Weg sind, der Gegenwartskunst mehr Augenmerk und mehr Gewicht zu verschaffen, bedeutet das (auf die Mediensituation bezogen) vor allem, wir müssen an den bestehenden *Kommunikationsstrukturen* arbeiten.

Es gibt weder breite Kenntnis dessen, was die Kunst wenigstens des 20. Jahrhunderts ausmacht, noch gibt es in der „Provinz“ eine angemessene Mediensituation, in der sich darstellen ließe,

- + ) was zu Fragen der Gegenwartskunst zu sagen/schreiben ist,
- + ) was an Gegenwartskunst regional präsent ist,
- + ) was an Diskursen dazu nötig ist.

Kurz, die Gegenwartskunst kommt mit ihren Themen und Debatten in den etablierten regionalen Medien *fast* nicht vor und wenn doch, dann sehr oft nur in der Rubrik „Leute“ als ein gesellschaftliches Ereignis.

Ein ganz wichtiger Punkt:

Die meisten Leute (vor allem auch Kunst- und Kulturschaffende) kennen überdies keine bis kaum welche der *historisch-kulturellen Grundlagen*, auf denen sich unser Tun entfaltet. (Denn es gibt unser Werk eben nicht ohne die Vorleistungen anderer.)

Damit meine ich, wir haben die *Anliegen und Fragen der Gegenwartskunst* vor ihrem kulturhistorischen Hintergrund und mit ihren gegenwärtigen soziokulturellen Implikationen wie Verknüpfungen zu verhandeln und darzustellen. Das ist primär eine *Kommunikationsaufgabe* rund um Wissenserwerb und Wissensvermittlung ... im kritischen Diskurs. Dazu brauchen wir *Medien* und *Medienkompetenzen*.

Hinzu kommt:

Wir haben durch die „neue Vielfalt“ ursprünglich gemeinsame (mediale) Erfahrungsräume eingebüßt. Beispiel: Bei einst *zwei* Fernsehprogrammen konnte man sich anderntags gut darüber unterhalten oder auseinandersetzen was man „gestern gesehen hat“. Solche „Kohärenz-Zonen“, quasi medial generierte „*gemeinsame Sinnräume*“, die wir folglich teilen könnten, sind kaum noch vorhanden.

Einerseits haben wir „Data Overflow“, viel zu viele verfügbare Daten und Informationen, andererseits Fragmentierung und Diffusion unserer „Kommunikationsräume“ und „Kohärenz-Zonen“. Wir sind uns darin einig, daß wir zeitgemäße Technologien nutzen und unser eigenes „Medienpaket“ bündeln wollen, um entsprechende Wirkung nach *innen* und nach *außen* zu erzeugen.

- + Wirkung nach *innen*: Print (Bücher & Zeitung), Web (Internet) und Radio (optional auch Video) in konkreten Vorhaben geben uns die Möglichkeit,
  - a) redaktionelle Arbeit zu üben,
  - b) uns mit medienspezifischen Umsetzungen vertraut zu machen und uns dafür die nötigen Werkzeuge anzueignen.
- + Wirkung nach *außen*: Dadurch errichten wir einen „Kommunikationsraum“, der uns
  - a) Anteil an der regionalen Definitionshoheit verschafft (Wir sind nicht mehr bloß von „Türhütern“ abhängig, ob wir unsere Themen in die öffentlichen Diskurse bringen), und
  - b) mit unseren Themen und Vorhaben in der Öffentlichkeit besser sichtbar macht.

Dazu kommt, daß uns vor allem der Print-Sektor (Zeitung) eine gute Möglichkeit bietet, Kooperationen mit der *regionalen Wirtschaft* zu entwickeln. Und gegenüber der „virtuellen Evidenz“ von *Informationen* wie *Narrationen* erreichen wir so auch deren adäquate Entsprechung in greifbarer Form. (Papier mit haptischen Qualitäten, sorgfältige Gestaltung etc.)

Da Telekommunikation, Telepräsenz und Teleworking die *reale soziale Begegnung* keineswegs ersetzen können, auch nicht ersetzen *sollen* (Vorsicht, um nicht in eine „*platonische Höhle*“ zu tappen!), ist der preiswerte Webspace, also Speicherplatz im Web, kein Ersatz für kompetent gemachte Printmedien, sondern deren Ergänzung.

Im „*Zeitalter der Medienkonvergenz*“ verschmelzen ursprünglich getrennte Medienarten mit einander, weil sie heute ein gemeinsames Maschinensystem (Computeranlagen) und einen gemeinsamen Code (Binärcode) haben. Das ist eine radikal neue Situation.

Aber wie so oft in Entwicklungssprüngen werden durch neue Technologien manche alte Technologien/ Medien neu betont, erhalten eine neue Wichtigkeit. Folglich ist das Medium Buch nicht tot, das „papierlose Büro“ erwies sich als Chimäre, Literarität (also die Fähigkeit, Texte zu lesen und zu deuten) bleibt eine sehr wichtige Kompetenz etc. etc.

Daher entwickeln wir einen „Schwerpunkt Medienkompetenz“ zu besserer Nutzung von Print (Bücher & Zeitung), Web (Internet) und Radio (optional auch Video):

- + weil das soziokulturell und bildungspolitisch höchst relevant ist,
- + weil wir so der Sache der Gegenwartskunst erhebliche Verstärkung schaffen können und
- + weil sich nach unseren Erfahrungen durch kompetente Medienanwendung Standortnachteile kompensieren lassen. (Ein sehr wichtiger Aspekt, wenn man einrechnet, daß die meisten Budgets kaum wachsen werden.)

Zum Abschluß noch eine kleine Argumentationslinie von – wie ich meine – grundlegender und internationaler Relevanz.

Die „*Allgemeine Erklärung der Menschenrechte*“ nennt als Artikel 19:

*Jeder hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.*

„*Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung*“ bedürfen der *Meinungsbildung*, der Definitions- und Medienkompetenz. Die Freiheit „*Meinungen ungehindert anzuhängen*“ bekräftigt diese Anforderung; man muß dazu ja erst einmal eine Meinung *haben*.

Der Passus „*sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen*“ läßt sehr plausibel erscheinen, daß wir *alle Medien* nicht nur als Rezipienten verstehen und nutzen sollten, sondern auch auf der „*Senderseite*“ wenigstens kennen und verstehen, vielleicht sogar nützen und anwenden mögen.

„*Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten*“ ... voilà! Suchen, empfangen und verbreiten meint ja, Medienkompetenzen in Medienpraxis zu überführen. Wie angedeutet: Wir müssen nicht müssen, aber wir sollten vielleicht können ... Und genau das bringen wir in der „*Energie-Region Weiz-Gleisdorf*“ voran.

