

Die erste Seite

Autor(en): **Wehrli, Bernhard**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur**

Band (Jahr): **51 (1971-1972)**

Heft 6

PDF erstellt am: **30.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die erste Seite

LÄNGST ZUR INDUSTRIE GEWORDEN sei die Kultur, führte an dieser Stelle im letzten Heft Herbert Meier aus, um anschliessend die berufsständischen Anliegen der Schriftsteller darzulegen; denn schliesslich arbeite man doch «für die Industrie der Medien».

Der angebliche Gegensatz von «Wirtschaft» und «Kultur», «Geld» und «Geist» ist oft hochgespielt worden. Gedankenlos! Denn die Bewertung einer menschlichen Leistung vermag sich nie den ökonomischen Gesetzen zu entziehen. Dem Spiel von Angebot und Nachfrage sind auch die Erzeugnisse der Schriftsteller, Maler und Musiker unterworfen. Ein Merkmal der meisten künstlerischen Leistungen ist indessen ihre an die Person des Erzeugers gebundene Einmaligkeit, Unverwechselbarkeit; reproduzierbar sind sie immer nur bedingt, eben durch die «Industrie der Medien». Ist überhaupt eine Nachfrage vorhanden, so schafft dies sofort Monopolstellungen, die unter Umständen den Preis ins Unermessliche steigen lassen, wie beim Boden an Zürichs Bahnhofstrasse. Die Produkte der Glücklichen, die in die höchste Angebotskategorie aufsteigen, gleichen jenen Markenartikeln «de haute renommée», die kaum mehr der Reklame bedürfen und sich während einiger Zeit selbst dann noch gut verkaufen, wenn die Attraktivität des Ausserordentlichen geschwunden ist. Der extrem spezielle Charakter des kulturellen Angebotes kann aber auch zur Folge haben, dass der Erzeuger keine Nachfrage findet, die einen der «Arbeit» gemässen Preis bezahlen will. Aus diesem Zwiespalt wird sich der «Kulturschaffende» nie befreien. Die modernen Massenmedien vermögen bestenfalls Angebot und Nachfrage zu kanalisieren. Da sie ihrem Wesen nach ebenfalls monopolistisch strukturiert sind, hat ihr Wirken überdies den Beigeschmack der «gelenkten Wirtschaft».

Wer der «Kultur» vorurteilslos industriellen Charakter zugesteht, kann freilich nicht umhin, die «Industrie» auch als Kulturträger anzuerkennen. Als Gesamtheit des geistigen Lebens betrachtet, darf aus der «Kultur» jener Bereich nicht ausgeklammert werden, wo der menschliche Erfinder- und Erfindungsgeist – die Welt und das Weltverständnis verändernd – pausenlos tätig ist.

Bernhard Wehrli
