

Zur kulturpolitischen Relevanz von Vermittlung

Diskussionsgrundlage für ein kulturpolitisches Gespräch mit BM Dr. Claudia Schmied

Michael Wimmer, Stand April 2008

Ausgangspunkt

Kunstpартenspezifische Vermittlungsbemühungen der Nachkriegszeit (im Zusammenhang mit Gesetze gegen Schmutz und Schund): Buchclub der Jugend, Theater der Jugend, Aktion der gute Film, Schallplattenclub, Volkstheater in den Außenbezirken,.....)

Diese Vermittlungsbemühungen basierten auf einer klassenbezogenen Kulturbegrifflichkeit, die klar zwischen Hochkultur und Massenkultur, damit zwischen „guten“ und „schlechten“ künstlerischen und damit auch kulturellen Ausdrucksformen zu unterscheiden versuchte. Dazu entstand bereits in den späten 50er Jahren ein Segment der Subkultur, das tendenziell Produktion und Vermittlung in eins zu setzen versuchte.

Kulturpolitische Konzepte der 70er Jahre waren darauf gerichtet, diese Struktur zumindest zu irritieren: Der Programmatik einer „Kultur für alle“ (einerseits „Hochkultur für alle“, andererseits „Förderung einer neuer Kultur von allen“) sollte mittels eines politisch heiß umkämpften „Kulturpolitischen Maßnahmenkatalogs“ realisiert werden.

Im Sinne einer „permanenten Reform“ verstand sich Kulturpolitik damals in erster Linie als Gesellschaftspolitik, insbesondere als Fortsetzung von Sozialpolitik – Dazu sollten möglichst alle Menschen bei der Umverteilung nicht nur materieller sondern auch symbolischer Güter Berücksichtigung finden.

Wesentliche Ergebnisse

- Gesamtgesellschaftlich: Familien-, Frauenpolitik, Justizreform, Universitätsreform (Mitbestimmung), Bildungspolitik (Erhöhung des Bildungsniveaus als wesentliche Voraussetzung für die Teilnahme am kulturellen Geschehen),...Der damit zusammenhängende Diskurs ist wohl dafür verantwortlich, dass Kulturpolitik bis heute ein besonderer gesellschaftlicher Einfluss zugesprochen wird.
- Kulturpolitisch: Stärkere Berücksichtigung des zeitgenössischen Kunstschaffens, Gründung und Förderung regionaler Kulturinitiativen, Gründung des Österreichischen Kulturservice.



Seither intensivere Diskussion um Fragen der Vermittlung

Vermittlung geht in seinem Wortsinn von einem Gegensatz aus, von zumindest zwei nicht zusammengehörigen Elementen, oft von einem Konflikt. Es bedarf der Vermittlung, um unterschiedliche Existenzweisen/Interessen miteinander in Beziehung zu setzen.

Kulturpolitisch steht Vermittlung zwischen Kunstproduktion und Kunstrezeption. Es gilt die Annahme: Kunst als selbstreferenzielles System habe sich auf Grund ihres elaborierten Charakters vom Rest der Gesellschaft entfernt. Als Resultat stünden Kunst und Gesellschaft einander beziehungslos gegenüber. Kunst erschließt sich nicht (mehr) von selbst. Um sich mit ihr auseinander zu setzen, bedarf es spezifischer, selbst professionell entwickelter Vermittlungsbemühungen.

In diesem Zusammenhang soll darauf aufmerksam gemacht werden, dass es in anderen Ländern den Begriff der Vermittlung in dieser Form überhaupt nicht gibt, dessen Inhalt wird statt dessen mit „education“ oder „outreach“, „empowerment“, oder „ownership“ beschrieben.

Aus der Sicht mancher KünstlerInnen besteht eine nachhaltige Reserviertheit gegenüber professioneller Vermittlung: Dabei wird *Kunstvermittlung* gerne mit *KünstlerInnen-Vermittlung* verwechselt. Bei dieser handle sich um „Agententum“. Diese Vermittler stellten zwar ein notwendiges Übel dar, wenn es darum geht, am Markt zu reüssieren – Zugleich stehen sie – drastisch gesprochen – unter dem Verdacht des Schmarotzertums, die das lukrierbare Einkommen schmälern und damit die künstlerischen Produktionsbedingungen verschlechtern würden.

Dies ergibt eine a- bis antipolitische kulturpolitische Grundhaltung speziell in Teilen der österreichischen Kunstszene, die sich demokratischen Errungenschaften skeptisch bis ablehnend verhält: Der zugehörige Diskurs mit einem modernitätskritischem Pessimismus durchtränkt: Die Befürchtungen gehen von der Auslieferung an die Marktgesetze, Ökonomisierung, Globalisierung, Qualitätsminderung, Quoten,... und ist gepaart mit der anhaltenden Vorstellung, der/die Künstler/in befände sich im Glücksfall unter einer staatlichen Schutzglocke, jedenfalls irgendwo jenseits der aktuellen gesellschaftlichen Gegebenheiten.

Vermittlung und ihre gesetzliche Verankerung

Formal konnte der Vermittlungsaspekt ins Bundeskunstförderungsgesetz 1988 gerettet werden: Dort heißt es: Aufgabe des Bundes sei es, das künstlerische Schaffen in Österreich und seine Vermittlung zu fördern. Während aber das künstlerische Schaffen als Gegenstand der Förderung klar definiert und detailliert aufgelistet ist, findet der Gegenstand der Vermittlung keine gleichwertige Behandlung, was der Interpretation einer Operationalisierbarkeit des Auftrages fast alle Ermessensspielräume öffnet (vor allem einer solchen, diesen gesetzlichen Auftrag weitgehend zu negieren).



Praktisch ist es bislang nicht gelungen, die Vermittlung auf der Basis des Bundeskunstförderungsgesetzes in der Bundeskunstförderung strukturelle zu verankern.

In der Regel kommen geförderte Einrichtungen ohne überprüfbaren kulturpolitischen Vermittlungsauftrag aus.

Die großen Kunst- und Kulturinstitutionen und ihre Vermittlungsaufträge

Anders sieht es mittlerweile bei den großen Kunst- und Kultureinrichtungen aus, die eigenen gesetzlichen Regelungen unterliegen:

Beispiel 1: Kulturpolitischer Auftrag der Bundestheater (aus dem Bundestheaterorganisationsgesetz aus 2003):

§ 2. (1) Der kulturpolitische Auftrag umfasst folgende Aufgaben

- *Pflege der klassischen deutschsprachigen und internationalen Theaterkunst und Kultur*
- *Förderung des Zeitgenössischen und innovativer Entwicklungen unter besonderer Berücksichtigung österreichischen Kunstschaffens und dessen Stärkung im internationalen Vergleich*
- *Gestaltung der Spielpläne in die Richtung, dass diese ein innovatives und pluralistisches Angebot in Form und Inhalt sowie auch künstlerisch risikoreiche Produktionen beinhalten und den **Aspekt der Kunstvermittlung besonders bei Kindern und Jugendlichen berücksichtigen.***
- *Schaffung von Zugangs- und Nutzungsmöglichkeiten für das gesamtösterreichische Publikum auch durch den Einsatz von elektronischen und anderen Massenmedien unter Berücksichtigung neuer medialer Entwicklungen.*
- *Internationale Repräsentation österreichischer Bühnenkunst.*

Nun gibt es eine Reihe von konkreten Vermittlungsaktivitäten: „Kinderoper im Zelt“, „Öffnung der Generalproben an den Bundestheatern“.

Aber: Wurden diese Vorgaben jemals evaluiert? Und wenn ja, nach welchen Zielvorgaben bzw. mit welchen Wirkungsabsichten?

Beispiel 2: Auszug aus dem Bundesmuseen-Gesetz 1998/2000/2002:

*Die Bundesmuseen sind dazu bestimmt, das ihnen anvertraute Sammlungsgut zu mehren und zu bewahren und es **derart der Öffentlichkeit zu präsentieren, dass durch die Aufbereitung Verständnis für Entwicklungen und Zusammenhänge zwischen Gesellschafts-, Kunst-, Technik-, Natur- und Wissenschaftsphänomenen geweckt wird.** Als bedeutende kulturelle Institutionen Österreichs sind sie dazu aufgerufen, das österreichische Kulturleben zu bereichern, das Kulturschaffen der Gegenwart, die aktuellen Entwicklungen der Technik und die Veränderungen der Natur zu registrieren und deren Zeugnisse gezielt zu sammeln und das Sammlungsgut im Sinne des spezifisch kulturpolitischen Auftrags jedes Hauses ständig zu ergänzen.*



Dem BM-G folgend werden die kulturpolitischen Aufträge in institutionenspezifischen Einzelgesetzen noch weiter präzisiert.

Beispiel 3: Auszug aus der Verordnung des Bundesministers für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten betreffend Museumsordnung des Österreichischen Museums für angewandte Kunst vom Dezember 1999

Erschließung und Vermittlung; die Vermittlung der inhaltlichen Ansprüche erfolgt unter anderem durch Erschließung des Sammlungsbestandes im Rahmen der permanenten Schausammlung, der Studiensammlung, den Außenstellen und spezifischer in- und ausländischer Ausstellungsprojekte, wissenschaftlicher Forschungsprojekte sowie durch Publikationen, multimediale Informationsträger, Seminare, Symposien und Führungen. Die didaktische Umsetzung dieser Ziele hat höchsten künstlerischen und wissenschaftlichen Maßstäben gerecht zu werden. Eine besondere Verpflichtung liegt unter anderem auch darin, diese Ziele Kindern und Jugendlichen in verständlicher und zeitgemäßer Form zu vermitteln. So ist die Zusammenarbeit mit Schulen aller Bildungsstufen, außerschulischen Jugendbetreuungseinrichtungen, mit Volksbildungsanstalten, Volkshochschulen und Einrichtungen der Erwachsenenbildung im Aufgabenkatalog des MAK besonders zu betonen.

In der Ära Scholten wurden die Reste des kulturpolitischen Maßnahmenkatalogs aus der Kunstverwaltung ausgelagert und administrativ dem Bildungsbereich zugeordnet.

Und doch wurde der Vermittlungszusammenhang auch kulturpolitisch immer wieder aufgegriffen, etwa von den BundeskuratorInnen: „Klangnetze“, „SpringerIn“, „Depot“,....

Der Vermittlungsaspekt war zuletzt im Rahmen der Erstellung des kulturpolitischen „Weißbuches“ 1999 heftig diskutiert. Auch hier wehrten sich einzelne KünstlerInnen-Vertretungen gegen kulturpolitische Incentives zugunsten verstärkter Vermittlungsbemühungen.

Aktuelles Blitzlicht: EDUCULT hat jüngst für das bmukk unter dem Titel „Vielfalt und Kooperationen“ eine Bestandsaufnahme zu kultureller Bildung in Österreich versucht. Gefunden haben wir eine Vielzahl von isolierten, in der Regel sehr engagierten Akteuren, tendenziell am Rand des Kunst- und Kulturbetriebes, prekäre Beschäftigungsverhältnisse, wenig Einfluss auf die institutionelle Gesamtstrategie.

Konsequenz: Es existiert bislang ein wenig elaborierter Fachzusammenhang (auch im Bereich der Aus- und Fortbildung mit allen negativen Konsequenzen im Bereich der Qualitätsentwicklung). Die Vermittlung bildet in der Regel einen prekären Annex an den jeweiligen Einrichtungen ohne jeden Einfluss auf die strategische bzw. programmatische Ausrichtung, der bei Budgetrestriktionen zu allererst gestrichen wird.



Zur gegenwärtigen Praxis

An dieser Stelle sollen die wesentlichen Dimensionen von Vermittlung zumindest angedeutet werden. Sie haben naturgemäß unterschiedliche unmittelbare Relevanz für Kulturpolitik, die – und darauf möchte ich hier hinaus – Vermittlung bislang weitgehend unreflektiert und daher – wenn überhaupt – als nachrangig behandelt.

Begriffliche Dimension: Vermittlung heißt Begriffsschärfung

Zur Zeit existieren mehrere, oft synonym gebrauchte Begriffe für das, worüber wir hier reden, die auf jeweils unterschiedliche ideologische bzw. institutionelle Hintergründe hindeuten

- Kulturpädagogik in der Schule („musische Gegenstände“)
- Kulturelle Bildung in außerschulischen Jugendeinrichtungen

In Österreich ist die außerschulische Jugendkulturarbeit sehr stark auf den Musikbereich konzentriert (Musikschulen) – Es gibt keine Jugendkunstschulen, darüber hinaus das eine oder andere private Angebot (Tanz, Theater, Film,...)

- Erwachsenenbildung (betriebliche, außerbetriebliche, konfessionelle, lokale Einrichtungen und Initiativen, Gemeinwesenarbeit: Amateurwesen)
- Kulturvermittlung in den Kunst- und Kultureinrichtungen

Meist aus einer spezifischen institutionellen Not haben sich in den letzten Jahren unterschiedliche Vermittlungsinitiativen gebildet, am weitesten fortgeschritten der Museums- und Ausstellungsbereich (in der Regel als Teil der jeweiligen Marketingabteilung): Museums- und Ausstellungspädagogik, Musikvermittlung, Theaterpädagogik, die mittlerweile auch Eingang in einschlägige Aus- und Fortbildungen gefunden hat. Andere Kunstformen (Tanz, Film, Architektur stehen da noch sehr am Beginn)

Was die Szene auszeichnet:

- großes gegenseitiges Abgrenzungsbedürfnis
- entsprechend unterschiedliches institutionelles Selbstverständnis
- Unterschiedliche Terminologie, Sprachregelung

Ausgeklammert bleibt bei dieser Systematisierung die wachsende Vermutung, dass die eigentliche kulturelle Vermittlungsleistung immer mehr über den Markt erbracht wird, und die damit verbundenen ästhetischen Verbindlichkeiten von den audiovisuellen Industrien erbracht werden.



Theoretische Dimension: Vermittlung heißt Kunst als ein soziales System zu begreifen

„Wenn Zobernig den Finger in den Sand steckt und sagt: Das ist Kunst. Dann ist es Kunst“ (Peter Noever)

Rudolf Burger weist in „Die Heuchelei der Kunst“ auf den teleologischen Aspekt dieser Rede hin (und er bezieht sich dabei explizit nicht auf Peter Noever): *Es handelt sich bei diesen rhetorischen Versuchen des Einhauchens einer Kunstseele um einen sehr geschwätzigem und zugleich sehr ernsten quasi-religiösen Vorgang: Wer dabei nämlich an das Wunder der Transsubstantiation im Sinne der katholischen Eucharistiefeyer denkt, bei der Brot und Wein real in Fleisch und Blut verwandelt werden, ohne sich im geringsten physisch zu verändern, der hat richtig assoziiert, denn es handelt sich um einen durchaus vergleichbaren Vorgang. Durch diese Transsubstantiation kann ein wie immer geartetes physisches Substrat in den metaphysischen Rang eines künstlerischen Artefaktes erhoben werden.*

Dagegen stehen konstruktivistische Theorieansätze, die sich nicht damit begnügen, dass ein Künstler kraft seiner Profession sagt, was Kunst ist und es ist dann auch schon Kunst. Immerhin müssen auch schon jetzt andere, z.B. GaleristInnen, KuratorInnen, KunstsammlerInnen, KritikerInnen und sonstig im Kunstbetrieb Involvierte eine solche Zuschreibung durch den/die Künstler/in akzeptieren, jedenfalls damit sie Konsequenzen innerhalb des Kunstsystems hat. Damit aber wird deutlich, dass Kunst weder eine besondere Art von Gegenständen bezeichnet noch eine besondere subjektive Einstellung ist – sondern eine Form des Diskurses, eine Art von Kommunikation, die nur intersubjektiv und kollektiv möglich ist.

Ein solcher theoretischer Ansatz geht davon aus, dass Kunst weder in den Dingen noch in den Augen der Betrachtenden allein existiert. Statt dessen existiert Kunst in einer bestimmten Art und Weise, über sie zu reden. Das aber bedeutet, dass wir es bei Kunst **mit einem zumindest mehrstimmigen, wenn nicht vielstimmigen Diskurs bzw. mit einem sozialen System** zu tun haben. Die entscheidende kulturpolitische Frage lautet dann, wie hermetisch dieser Diskurs ist bzw. wer unter welchen Bedingungen an diesem Diskurs teilnehmen kann bzw. soll.

Ästhetische Dimension: Vermittlung heißt Forschung

Vermittlungsstrategie ist Forschungsstrategie: Eine forschende künstlerische Praxis nimmt den Kontext, in dem Kunstproduktion stattfindet, zum Ausgangspunkt einer künstlerischen Praxis. Aktuelle Konzepte der Kunsttheorie beziehen sich also in erster Linie auf den Kontext, in dem Kunst stattfindet und der mit künstlerischen Mittel beforscht wird.

Diese betrifft auch und gerade Konzepte aktueller Kunstproduktion als Organisation von Vermittlungsprozessen.



Dazu der Künstler und Kunsttheoretiker Pierangelo Maset: *Zeitgenössische Kunstvermittlung bedient sich nicht nur künstlerischer Verfahren und Denkweisen, sondern sie bringt diese auch selbst hervor und wendet sie an; sie erschöpft sich nicht in Dienstleistungen. Eine so verstandene Kunstvermittlung hat sich in den letzten Jahren als neues Paradigma etablieren können, das die Möglichkeit eines Dritten Weges eröffnet, der weder die Instrumentalisierungen des vornehmlich ökonomisch orientierten Kunstmarktes, noch die Portionierungen der traditionellen Kunstdidaktik beschreiten will und dabei die Fortsetzung von Kunst im Blick hat.*

Damit konstruiert er ein Dreieck zeitgenössischer künstlerischer Praxis, wonach Kunstproduktion, Kunsttheorie, Kunstpädagogik unmittelbar aufeinander bezogen sind und einander bedingen.

Diesbezügliche Ansätze finden sich mittlerweile auch in der KünstlerInnenausbildung: Barbara Putz-Plecko: Kunst in neuen sozialen Kontexten. Mittlerweile bereits historische Vorläufer dazu sind Projekte wie „Wochenklausur“.

Institutionelle Dimension: Vermittlung heißt radikale Publikumsorientierung

Kunst- und Kultureinrichtungen sind per se Vermittlungseinrichtungen: VerlegerInnen, KonzertveranstalterInnen, GaleristInnen, KinobetreiberInnen, KuratorInnen und AusstellungsmacherInnen.

Diese greifen nolens volens in die Autonomie der Kunstproduktion ein: Sie bestimmen wesentlich über die Produktionsbedingungen, vor allem aber über den Qualitätsdiskurs.

Education/Vermittlung/Outreach ist davon nur ein Teilbereich; in den deutschsprachigen Ländern freilich oft nur ein Anhängsel des Marketingbereichs zur Kundenakquisition.

Ergebnis von „Vielfalt und Kooperationen“ belegt die Chancen einer engeren Zusammenarbeit zwischen dem Kunst-, Kultur- und dem Bildungsbereich. In diesem Zusammenhang steht auch der Begriff von Adrienne Göhler: „Verflüssigung“, der auf die Notwendigkeit einer neuen Qualität der inter-institutionellen Zusammenarbeit hindeutet.

Pädagogische Dimension: Vermittlung heißt Persönlichkeitsentwicklung

„*Education in the Arts*“ versus „*Education through the Arts*“: Diese beiden Begriffe beschreiben unterschiedliche Wirkungsdimensionen von kunstbezogenen Aktivitäten in der Schule. Da geht es einerseits um das Lernen an den unterschiedlichen Ausdrucksformen um ihrer selbst willen (aber unter Berücksichtigung, dass hier wesentliche Kompetenzen entwickelt werden können. Nach Howard Gardner sind das: observing, envisioning, expressing, reflecting) und andererseits um begründbare positive Effekte im Hinblick auf nicht unmittelbar kunstbezogenen Lernleistungen in



anderen Fächern (von Spracherwerb, Raumvorstellungen,.....bis hin zu Lernbereitschaft, Motivation, Lernzufriedenheit,...).

LehrerInnen sind entsprechend gefordert, sich als VermittlerInnen zu bewähren, einerseits fachspezifisch und andererseits als Teil ihres Gesamtprofils, das sie als Vorbild ausweist, ihre Haltung zu Kunst und Kultur vorzuleben.

Zusätzliche Vermittlungsdimensionen:

- Mitwirkung von KünstlerInnen in pädagogischen Settings
- Schüler nehmen an kunstbezogenen Aktivitäten teil (aktiv selbstgestaltend, passiv als Besucher; in der Schule/außerhalb der Schule)
- Zusammenarbeit von Schule mit außerschulischen Kunst- und Kultureinrichtungen

Wissenschaftliche Dimension: Vermittlung heißt „evidence based policy“

Kunstbezogenen Wissenschaftsdisziplinen beschäftigen sich u. a. in systematisierender und interpretatorischen Weise mit der Aufbereitung der Rahmenbedingungen aber auch der Programmgestaltung des Kunstbetriebes (Literatur-, Musik-, Theaterwissenschaft, Kunstgeschichte, Kulturwissenschaften,...).

Darüber hinaus gibt es in Österreich einen wesentlichen Mangel an kulturpolitischer Grundlagenforschung. Wir verfügen zur Zeit nur über eine sehr bruchstückhafte Datenlage/ keine systematische kulturpolitische Forschung, die in der Lage wäre, den öffentlichen Diskurs zu unterfüttern. Und es gibt keine Publikumsforschung.

Mediale bzw. öffentliche Dimension: Vermittlung heißt Kommunikation

Medien berichten über Kunst- und Kulturaktivitäten, nehmen in Form der Kunst- und Kulturkritik Teil am öffentlichen Bewertungs- und Interpretationsprozess.

Sie bestimmen wesentlich über die Breite und Intensität des Diskurses, vor allem wenn es darum geht zu bestimmen, wer diesen Diskurs beeinflussen kann und darf

Mit den Neuen Medien haben sich die diesbezüglichen Möglichkeiten noch einmal wesentlich ausdifferenziert. Diese erlauben auch eine neue Qualität der Interaktivität, die in der Lage ist, neue Akteure und Diskurspartner miteinzubeziehen.



Technologische Dimension: Vermittlung heißt Wahrnehmen eines Generationenkonflikts

Nach Ansicht z.B. von Peter Weibel führen die neuen Medien als dem neuen Leitmedium zu einer umfassenden Transformation der kulturellen Grundlagen und damit auch der künstlerischen Produktion. Der Umstand, dass die neuen Medien mittlerweile zum Leitmedium der verschiedenen Jugendkulturen geworden sind, verstärkt den Verdacht, dass wir es hier auch mit einem gleichermaßen technologisch wie kulturell getriebenen Generationenkonflikt zu tun haben, der einer ganz neuen Qualität von Vermittlung – in diesem Fall zwischen den Generationen - bedarf.

Wirtschaftliche Dimension: Vermittlung heißt Einüben in verschiedene Lebensstile

Die Produkte der cultural industries bestimmen mittlerweile wesentlich die ästhetische Gesamtverfassung einer Gesellschaft. Viele KünstlerInnen sind aktiv in die damit verbundene Produktion materieller und immaterieller Güter eingebunden.

Stichwort Konsumentendemokratie: Die cultural industries produzieren rasch wechselnde, ästhetisch aufgeladene Moden und Lebensstile, die als „communities for consumption“ für die Vergemeinschaftung immer wichtiger werden. Als solche übernehmen sie wesentliche, wenn nicht die entscheidenden Vermittlungsleistungen (auch und vor allem im Bereich der Jugendkultur mit Musik und Mode als ihren Leitmedien).

Zudem ist dieser Sektor ist durch eine starke Eventorientierung gekennzeichnet, der sich (Kultur-)politik nur sehr schwer entziehen kann

Die cultural industries haben aber auch eine starke Qualifikationsdimension: Innovation und Kreativität stellen eine immer wichtiger werdene Ressource auf dem Arbeitsmarkt dar – Die Ausrichtung der britischen Kulturpolitik stellt mittlerweile wesentlich auf diese Form der Instrumentalisierung des Kunstbetriebs ab, der gefordert ist, den Erwerb innovativer und kreativer Kompetenzen auf breiter Basis zu unterstützen.

Urbane Dimension: Vermittlung heißt Ökologisierung

Architektur, Kunst im öffentlichen Raum, Design bestimmen als von allen wahrnehmbare Vermittlungsinstanzen wesentlich das Aussehen von Umwelten und damit die Verkehrsformen, Werteproduktion und kollektive Perspektivenbildung.



Lebensweltliche Dimension: Vermittlung heißt Lernen, sich angesichts einer umfassenden Ästhetisierung aller Lebens- und Arbeitsbereiche zu Recht zu finden

„Arts“ in der englischen „Arts Education“ – nimmt nicht einen Kanon ausgewählter Kunstwerke sondern die ästhetische Gesamtverfassung der Gesellschaft zum Ausgangspunkt von Bildungsprozessen. Eine solche umfassende ästhetische Erziehung trägt dem Umstand Rechnung, dass alle BürgerInnen mit einer Ästhetisierung aller Lebens- und Arbeitsbereiche konfrontiert sind und lernen müssen, sich darin zu Recht zu finden bzw. darin aktiv zu sein.

Politische Dimension: Vermittlung heißt Demokratie

Politik ist in mehrfacher Weise als „Vermittler“ gefordert. Konkret vermittelt sie zwischen dem Kunstbetrieb und dem Elektorat (damit den BürgerInnen, die sowohl als SteuerzahlerInnen als auch als potentielle Nutzer des Kunstbetriebes angesprochen sind)

Dimensionen der Vermittlung

- Freiheit der Kunst
- Möglichst offene Zugang zum Kulturbetrieb – damit Schaffung der Bildungsvoraussetzungen, um am Kulturbetrieb teilnehmen zu können
- Aber auch Schaffung der institutionellen Voraussetzungen, um Anreize zu schaffen, überhaupt (noch) am öffentlichen Kulturbetrieb teilnehmen zu wollen

Bedeutung von symbolischer Politik: Es geht nicht um künstlerische Werturteile, aber um Schwerpunktsetzungen/Identifikationsmöglichkeiten, das vor allem vor dem Hintergrund, dass Kultur in Österreich sehr stark über Personen vermittelt wird.