

Wolfgang Bergsdorf

Immer suchen gesellschaftliche und technologische Entwicklungen nach Bezeichnungen, und irgendwann obsiegt dann eine Epochenbezeichnung über konkurrierende Begriffe. Heute ist die „Informationsgesellschaft“ oder die „Wissensgesellschaft“ in aller Munde. Solche Termini sind immer problematisch, weil sie aus der komplexen Vielfalt der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen eine einzige Dimension herausgreifen, um sie semantisch zur Epochenbezeichnung zu erhöhen. Und dennoch sind solche Bezeichnungen notwendig, weil sie die im Strom der Zeit vom zeitgenössischen Bewusstsein kaum merklichen Veränderungen auf einen Nenner bringen. Der Vater des Terminus „Wissensgesellschaft“ ist der amerikanische Soziologe Robert E. Lane, der 1966 über die „Knowledge Society“ schrieb. Sein Kollege Daniel Bell hat den Begriff übernommen und in seinem Buch über die postindustrielle Gesellschaft popularisiert.

Natürlich will ein Begriff wie „Informationsgesellschaft“ oder auch „Wissensgesellschaft“ früheren Epochen nicht unterstellen, dass Informationen und Wissen zu ihrer Zeit keine Rolle gespielt hätten. Aber die ständig wachsende Verwendungshäufigkeit des Terminus „Wissensgesellschaft“ zeigt die Zentralität an, die der Information in unserer pluralistischen, von Globalisierungsgängen geschüttelten und von Globalisierungserwartungen enthusiastisierten Wohlstandsgesellschaft zukommt. Zu Arbeit und Kapital tritt als dritte Quelle der

Wohlstandswertschöpfung die Information hinzu, die anders als die beiden ersten Quellen mithilfe der Informationstechnologien auf sich selbst angewandt und so unerschöpflich gemacht werden kann. So hoffen jedenfalls die euphorischen Vordenker der Informationsgesellschaft.

Die Begrifflichkeit „Informationsgesellschaft“ oder auch „Wissensgesellschaft“ hat zudem eine weitere Dimension, die als großes doppeltes Versprechen gedeutet werden kann. Die Zentralität der Informationen (oder im Plural des Wissens) als ultimative Ressource nährt die Illusion, dass das Spannungsfeld von Wissenschaft und Öffentlichkeit aufgehoben werden könnte. Moderne Gesellschaften haben die Öffentlichkeit als Methode der Problemreduktion erfunden, um ihren Mitgliedern die Chance zu geben, sich über alles zu unterrichten, worüber sie sich aus unmittelbarem Erleben kein eigenes Urteil bilden können.

Wissenschaft hingegen ist die systematische Anstrengung, das verfügbare Wissen auf allen Gebieten in der Breite und in der Tiefe zu erweitern und miteinander zu verknüpfen. Wissenschaft benötigt Internationalität und Interdisziplinarität wie die Lunge Luft zum Atmen. Öffentlichkeit braucht Lokalität und Regionalität. Nationale Medien sind die Ausnahme, nicht die Regel. Die Regel sind regionale und lokale Medien. Öffentlichkeit ist hochselektiv, es gibt zwar Kriterien der Selektion, die bestimmen, welche Chance ein Thema hat, öffentlich zu werden, aber

der Zufall spielt eine bedeutende Rolle. Wissenschaft hingegen ist systematisch, jeder Beliebigkeit abhold. Aber dennoch wird die Informationsgesellschaft etwas Neues bringen, beziehungsweise sie hat bereits Novitäten erzeugt.

Potenzierung der Information

Eines Schriftstellerlobes konnte sich ein Journalist erfreuen, der kürzlich schrieb, am Ende des zwanzigsten Jahrhunderts verfügten kleine Jungen über mehr Informationen über die Welt als Voltaire, Kant und Goethe zusammen. Der mittlerweile verstorbene polnische Schriftsteller Andrzej Szczypiorski urteilte mit etwas hinterhältiger Ironie den Urheber dieser Feststellung als „gescheit“, weil er seine Beobachtung ohne Triumph verkündet habe. Er mache auf eine Selbstverständlichkeit aufmerksam, die wir im täglichen Durcheinander aus dem Blickwinkel verlieren, die aber dennoch eine gefährliche und rätselhafte Warnung beinhaltet.

Tatsächlich wissen wir heute über die Welt bei weitem mehr als vor zweihundert oder hundert Jahren. Wissenschaft und Technik haben für eine Explosion des Wissens gesorgt, deren Ende sich in keiner Weise andeutet. Neun von zehn Wissenschaftlern, die jemals gelebt haben, sind unsere Zeitgenossen. Das hat zur Folge, dass das verfügbare Wissen sich alle zehn Jahre in den verschiedenen Disziplinen verdoppelt. So zum Beispiel enthält eine beliebige Werktagsausgabe der *New York Times* mehr Informationen als dem durchschnittlichen Europäer des 17. Jahrhunderts in seinem ganzen Leben zur Verfügung standen. Aber dass wir heute klüger seien als unsere Väter, Großväter oder Urgroßväter, das wagt niemand zu behaupten, nicht einmal der von Andrzej Szczypiorski gelobte Journalist.

Aber wir wissen mehr als unsere Väter und Großväter, und dieses Wissen verdanken wir der Ubiquität und Omnipräsenz der Medien. Die Allgegenwart der

Medien ist der Grund dafür, dass die Medien in der heraufkommenden Informationsgesellschaft mehr noch als zuvor als ihr zentrales Nervensystem Geltung beanspruchen können.

Markt, Moral und Qualität

Die explosionsartige Vervielfältigung der technisch erreichbaren Informationsmöglichkeiten verlangt vom Mediennutzer ein viel größeres Maß an souveräner Entscheidungskompetenz. Aufklärung heute kann deshalb verstanden werden als eine Befreiung von den Fesseln fremdbestimmter Kommunikation. Die Transparenz des Mediensystems und seine Infliehnahme durch ethische Mindestnormen sind deshalb die erste Forderung der Rezipienten an die Medienproduzenten. Die technologische Modernisierung der Medien und ihre Globalisierung verschärft das Spannungsverhältnis zwischen journalistischer Praxis und den Anforderungen der Medienethik.

Jedem, der sich als Konsument oder gar Produzent mit Medieninhalten beschäftigt, drängt sich die Frage auf, ob künftig allein der Markt die Moral definiert, ob allein die Botschaft, die beim Publikum ankommt – gemessen an Einschaltquote oder Auflagenhöhe –, die moralischen Standards der Informationsgesellschaft bestimmen soll. Es geht um die Möglichkeiten und Begrenzungen der Verantwortung der Produzenten von Medienangeboten ebenso wie um den verantwortlichen Umgang mit Medieninhalten bei den Konsumenten.

Diese Fragen sind auch deshalb von einer zwingenden Aktualität, weil unsere mittlerweile fast zwanzigjährigen Erfahrungen mit dem dualen System der Rundfunkordnung in Deutschland Zweifel haben entstehen lassen, ob Markt und Qualität deckungsgleiche Größen sein können.

Was also ist mit dem Ausdruck „Informationsgesellschaft“ gemeint, und ver-

langt diese Informationsgesellschaft andere oder neue ethische Maßstäbe? In diesem Zusammenhang verdient auch die Frage eine gründlichere Prüfung, womit so etwas wie eine Spezialethik für Journalisten begründet werden könnte oder ob die Ethik der Kommunikation, wie sie seit Jahrtausenden Geltung beansprucht, lediglich der technisch vergrößerten Reichweite der Kommunikatoren angepasst werden muss.

Effekte der Wissensexpllosion

Das wird der wichtigste Effekt der Informationsgesellschaft sein: die Verabschiebung der Relevanz des Alltagswissens. Weil Erfahrung im Sinne von tradierter Erfahrung sehr stark an Bedeutung verlieren wird, muss das Leben zu einem permanenten Prozess des Umlernens werden. Wir kennen schon heute die Formel bei Grüßungen von Berufsanfängern: „Nun vergessen Sie alles, was Sie auf der Schule oder in der Uni gelernt haben.“

Die Globalisierung der Märkte und – als ihre Voraussetzung – die Globalisierung der Informationsnetze sorgen einerseits dafür, dass sich die Galaxie des abendländischen Wissens mit Lichtgeschwindigkeit ausdehnt und dieses Wissen zudem überall zur Verfügung steht, sodass das menschliche Gedächtnis nicht länger herausgefordert wird.

Andererseits entscheidet die Schnelligkeit des Wandels, die Sensibilität für Zeitdifferenzen über die Chancen auf dem Markt, sodass heute niemand wissen kann, was er morgen wissen muss, um sich wirtschaftlich zu behaupten.

Die Welt der Informationsgesellschaft wird beherrscht von dem Triumvirat von Hardware, Software und dem Menschen. Hardware ist nicht länger ein Produkt aus Eisen, sondern eine millionenfache Wiederholung winziger Siliziumtransistoren. Das Milliardengeschäft namens Software ist eine logische Abstraktion, die von den Zeiten und Räumen der Maschi-

nen prinzipiell absieht, um sie in der Theorie, aber auch nur in ihr, zu beherrschen (Friedrich Kittler). Hardware und Software sind unschlagbar im Suchen, Speichern, Rechnen. Aber der Mensch ist unschlagbar im Bewerten, in der Interpretation und in der Herstellung des Kontextes. Die Sintflut der Daten, die sich täglich über uns ergießt, bietet keinen Sinn. Sinn ergibt sich erst aus dem Kontext, und dieser kann nur vom Menschen hergestellt werden.

Sowohl die Produzenten wie die Distributoren wie auch die Rezipienten medialer Angebote haben sich in der Informationsgesellschaft der Herausforderung zu stellen, aus der Sturmflut von Informationen jene herauszufiltern, die relevant sind für eigene Lebensführung, für die politische Willensbildung, für die kulturelle Orientierung.

Das „Neue“ der Informationsgesellschaft besteht nicht in einer grundsätzlich veränderten Qualität im Vergleich zur modernen Massenkommunikation, sondern in einer veränderten Quantität der Informationsdichte, die der einzelne Journalist wie auch der einzelne Rezipient zu bewältigen hat.

Re-Individualisierung

Eine qualitative Veränderung allerdings ist in der Re-Individualisierung der Massenmedien zu sehen. Die technischen Möglichkeiten der Datenkompression, der Digitalisierung und des interaktiven Zugriffs ermöglichen dem Nutzer der Multimedia-Angebote eine enorme Steigerung seiner Souveränität als Konsument. Jeder wird sich künftig seine Information, Bildungs- und Unterhaltungsprogramme nach seinen speziellen Bedürfnissen und Interessen zusammenstellen können. Das Grundgesetz der Massenkommunikation lautet: Einer drückt oder sendet, viele lesen, hören oder sehen das Gleiche. Das neue Grundgesetz von Multimedia heißt: Jeder wird

sein eigener Programmdirektor, jeder entscheidet selbst, welchen Inhalten er die knappe Ressource seiner Aufmerksamkeit zuwendet.

Das ist das Wesentliche dieser neuen Technologie, dass sie alle anderen Medien und Kommunikationsformen in sich aufnehmen wird. Datenströme aller Art, Stichwort Computer-Autobahnen, wachsen mit Fernsehen, Radio, Telefon, PC und elektronischen Zeitungen zusammen. Der dazugehörige Begriff heißt: *United States of Media*. In ihm lösen sich alle bisher gewohnten Trennlinien und Arbeitsteilungen zwischen den verschiedenen Mediengattungen auf. Arbeit kann dann zunehmend aus Büros ausgelagert werden und zu Hause stattfinden. Einkaufen, zur Bank gehen, Postamt aufsuchen ebenfalls. Die Sphären Freizeit und Arbeit, Heim und Büro werden sich miteinander verschränken.

Konstruktion von Wirklichkeit

Die explosionsartige Vervielfältigung und die globale Verfügbarkeit des Informations- und Unterhaltungsangebotes und die daraus erwachsene Selektionsnotwendigkeit verschärfen die Frage nach den Entstehungsbedingungen der gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit.

Hinter dieser nur scheinbar akademischen Frage verbirgt sich eine ganze Batterie von offenen Problemen, unter denen der Zusammenhang von Gewaltdarstellungen im Fernsehen und Kriminalitäts-erwartungen des Publikums nur ein Problem ist.

Welche konkrete politische Bedeutung diese Frage hat, haben die amerikanischen Kommunikationsforscher George Gerbner und Larry Gross schon vor Jahren in einer interessanten Untersuchung aufgezeigt. In ihrer Studie über Gewaltdarstellungen im Fernsehen und Gewaltvorstellungen des Publikums haben die Forscher herausgefunden, dass Personen,

die viel fernsehen (*heavy viewers*) (täglich mehr als drei Stunden) etwa zehnmal häufiger Furcht hatten, selbst ein Opfer von Gewalt zu werden, als Zuschauer, die wenig oder gar nicht fernsehen. (*Journal of Communications* 30/1980)

Amerikanische Politikwissenschaftler haben die These von der wirklichkeitsverzerrenden Wirkung eines hohen Fernsehkonsums kürzlich bestätigt gefunden. Mit zunehmender Dauer des Fernsehkonsums nimmt die Bereitschaft zum überindividuellen Engagement, zum Vertrauen in Institutionen oder Menschen und auch zur Teilnahme an Wahlen ab. Robert D. Putnam behauptet: Je mehr man fernsieht, desto weniger Vertrauen hat man zu Institutionen und Personen. Je mehr man Zeitung liest, desto größer ist das Vertrauen generell. (*Gemeinschaft und Gemeinsinn*, 2001)

Das dazu passende – bildungsbürgerlich obligate – Goethezitat findet sich in den *Zahmen Xenien*:

„Dummes Zeug kann man viel reden,
Kann es auch schreiben.
Wird weder Leib noch Seele töten,
Es wird alles beim Alten bleiben.
Dummes aber vors Auge gestellt,
Hat ein magisches Recht,
Weil es die Sinne gefesselt hält,
Bleibt der Geist ein Knecht.“

Goethes Warnung vor der Knechenschaft des Bildes wird trotz der enorm wachsenden Möglichkeiten der aktiven Nutzung des Multimedia-Angebotes nichts von seiner Berechtigung verlieren.

Denn für die zunächst überwiegende Zahl der Nutzer des Multimedia-Angebotes wird die explosionsartige Vervielfältigung des Fernsehangebotes im Vordergrund stehen. Dem wird der Einzelne nur durch eine seiner individuellen Interessenlage entsprechenden programmierten Angebotsselektierung beikommen können. Multimedia liest dem Benutzer jeden Wunsch sozusagen von den Augen ab und versorgt ihn mit dem Pro-

gramm, das ihm das liebste ist, das ein Optimum und Maximum an individueller Information und Unterhaltung verspricht.

Da das Entspannungsbedürfnis auch künftig im Vordergrund der medialen Nutzungsmotive stehen wird, kann der Liebhaber von Action- oder Science-Fiction-Programmen künftig noch mehr solche Programme erleben, die er schon kennt, noch häufiger das erfahren, was er schon weiß. Das Ergebnis ist eine gestiegerte Selbstbezüglichkeit, die der Bamberger Soziologe Gerhard Schulze als Kaspar-Hauser-Syndrom bezeichnet.

Der passive Nutzer von Multimedia gerät in die Nachbarschaft des kommunikativ total isolierten Menschen. Er begegnet sich nur noch selbst, und er wird wenig Grund haben, dies zu ändern, wenn er sich nach einiger Zeit dabei wohl fühlt, in der „Stallwärme des eigenen Ichs“ (Gerhard Schulze) zu sitzen. Der stets anregende Blick über den Rand des ohnehin geschrumpften Tellers wird dem passiven Nutzer von Multimedia schwer fallen.

Umschichtung von Nah- und Fernkontakten

Dies dürfte allerdings auch für einen Teil der aktiven Nutzer gelten, die sich den neuen Möglichkeiten gezielt zuwenden und über ihre Computer immer wieder im Internet miteinander kommunizieren. Der Kommunikationszweck gilt dem Hauptinteressengebiet, dessen Wissensbestände so enorm erweitert werden können. Multimedia holt den entfernten Partner so nah heran, dass er tatsächlich nah zu sein scheint. Diese Umschichtung von Nah- und Fernkontakten verdichtet das Hauptsächliche und vernichtet gleichzeitig das Nebensächliche, das in der persönlichen Kommunikation von Gesicht zu Gesicht immer wieder für Überraschung sorgt.

Zunächst wird Multimedia allerdings eine Theorie bestätigen, die wir schon bis-

her aus der Kommunikationswissenschaft kennen: die Wissenskluft-Theorie. Heinz Bonfadelli und Ulrich Säker, die schweizerischen Initiatoren der Wissenskluft-Forschung, werden interessante Arbeiten schreiben können.

Schon bei der Konsumption von Fernsehprogrammen fanden sie heraus: Fernsehen macht die Klugen klüger und die Dummen dümmer. Diejenigen, die über eine aktive Intelligenz verfügen, werden die neuen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten nutzen, um ihren Wissensvorsprung auszubauen.

Wer sich eher passiv und selbstbezüglich den neuen perfektionierten Medien zuwendet, wird nicht mehr von mehr wissen, sondern nur mehr desselben. Diese Wissenskluft wird auf absehbare Zeit nicht nur eine Kluft zwischen Intelligenten und weniger Intelligenten, aktiven und eher passiven Nutzern, sondern auch eine Kluft zwischen Jüngeren und Älteren sein.

Kompetenz und Transparenz

Deshalb ist auf den Erwerb von Kompetenz im Umgang mit dem multimedialen Angebot besondere Aufmerksamkeit zu lenken. Es ist daher hocherfreulich, dass der Rat für Forschung, Technologie und Innovation der Bundesregierung in seinen Feststellungen und Empfehlungen zur Informationsgesellschaft 1995 dem Bildungswesen seine besondere Aufmerksamkeit geschenkt hat und in eindringlicher Weise die neuen Chancen skizziert hat, aber auch die Notwendigkeit einer multimedialgerechten Medienpädagogik und Medienkompetenz.

Für die Politik schafft die Vergrößerung und Beschleunigung der Informationsmöglichkeiten und vor allem ihre Globalisierung eine ganze Fülle neuer Fragestellungen. Die erste und vielleicht wichtigste ist die Frage, ob und inwie weit die Konstituierung von Öffentlichkeit als ein transparenter Diskurszusam-

menhang durch die integrierten Informations- und Kommunikationstechnologien berührt wird.

Das Prinzip Öffentlichkeit ist mit der Entfaltung der modernen Demokratie, mit der prinzipiellen Austauschbarkeit von Regierung und Opposition, so unmittelbar verknüpft, dass seine faktische Einschränkung oder partielle Aufhebung schwer wiegende Probleme für das politische System heraufbeschwört. Insofern kommt auf die öffentlich-rechtlichen Anstalten, die die Grundversorgung des Publikums mit politik- und kulturrelevanten Informationen sicherstellen und einen Diskursrahmen für die Öffentlichkeit herstellen müssen, eine gewachsene Verantwortung zu. Ich glaube nicht, dass die repräsentative Demokratie dadurch infrage gestellt wird, dass Multimedia prinzipiell jedem Bürger die Möglichkeit bietet, sich unmittelbar am politischen Willensbildungsprozess zu beteiligen. Diese Möglichkeit hat er auch schon heute.

Dennoch wird die Einbeziehung der Bürger in die Kommunikationsnetze und die direkte Erreichbarkeit aller politischen Akteure grundlegende Veränderungen des demokratischen Prozesses auch außerhalb der Hoch-Zeiten der Politik, der Wahlkämpfe, zur Folge haben. Politische Akteure, die sich der neuen Technologien zur Selbstdarstellung besser als andere zu bedienen verstehen, gewinnen kommunikative Vorsprünge. Ob das multimediale Angebot langfristig die Verlockungen populistischer Entscheidungen verstärkt oder verringert, ob dadurch Politikverdrossenheit abgebaut oder vergrößert wird, das ist heute noch nicht auszumachen.

Schriftlichkeit als Fundament

Zum Erwerb von Medienkompetenz gehört allerdings auch, die Fundamente unseres kulturellen Erbes freizulegen, und das ist die Schriftlichkeit. Unsere Kultur

und auch unsere Religion leben von der Schriftlichkeit. „Man muss lesen, Celeste“, hat Marcel Proust seine Haushälterin ermahnt. Nur durch Lesen können Menschen sich selbst begegnen, sich ihrer selbst vergewissern und Selbstvertrauen und Vertrauen zu anderen entwickeln. Nur so können in der Postmoderne Orientierungsprobleme abgebaut werden.

Die Neophilie, die Neugier also, ist – darauf macht Otto B. Roegele immer wieder aufmerksam – als anthropologische Grundkonstante das mächtigste Motiv menschlicher Kommunikation. Unter den Lebewesen ist es allein der Mensch, der sich seiner geschichtlichen Herkunft bewusst sein kann und seine Zukunft zu gestalten vermag.

Deshalb ist er auf Signale der Stabilität wie der Veränderung seiner Lebenswirklichkeit angewiesen. In den modernen Großgesellschaften fällt den Medien die Aufgabe zu, die Bürger über das zu unterrichten, was für ihre Meinungsbildung von Belang sein könnte. Journalismus ist deshalb in allererster Linie Vermittlertätigkeit.

Journalismus als Vermittlertätigkeit

Seine Aufgabe ist deshalb eine öffentliche Aufgabe. Seine professionellen Privilegien wie zum Beispiel Quellenschutz, Auskunftsrechte sind treuhänderisch wahrgenommene Vorrechte. Journalisten haben deshalb eine größere Verantwortung für die Inhalte ihrer Botschaften als die Partner der persönlichen Kommunikation, weil sie Schlüsselpositionen innerhalb im Netzwerk des Massenkommunikationssystems. Der journalistische Beruf ist auf die Vermittlungsleistung spezialisiert. Er muss seinen Ehrgeiz darin sehen, Information, Orientierung und öffentliche Debatte im Vorfeld der Entscheidung ebenso wie danach zu Stande zu bringen. Je komplexer die Wirklichkeit, desto stärker ist der Konsument von

Medienbotschaften darauf angewiesen, dass die Verwaltung seiner Neugier durch die Medien in den Bereichen funktioniert, die sich seiner unmittelbaren Beurteilungsfähigkeit entziehen.

Deshalb ist die wichtigste Verpflichtung des Journalisten sein Bemühen um Richtigkeit und Vollständigkeit seiner Mitteilungen. Weil die Lebenszeit des Menschen begrenzt ist, gerät Aufmerksamkeit zur knappsten aller Ressourcen. Daraus ergibt sich als zwingende Verpflichtung des Journalisten die Trennung von Belangvollem und Belanglosem, gegen die gerade in unserer postmodernen Zeit der Beliebigkeit so häufig verstößen wird.

Traditionelle Grundsätze

Die für die traditionellen Massenmedien entwickelten ethischen Grundsätze gelten prinzipiell auch für die Informationsgesellschaft. Sie müssen allerdings spezifiziert werden. Die für jene gegebenen klaren Bedingungen wie etwa die eindeutige Verantwortlichkeit des Chefredakteurs oder des Intendanten einer Rundfunkanstalt zerfließen unter dem Ansturm der Informationsflut digitalisierter Daten.

Hierarchien in den Medien haben die Funktion von Filter- und Kontrollsystmen. Früher durchliefen Nachrichten, bevor sie in der Zeitung standen oder von einer Rundfunkanstalt gesendet wurden, mehrere Instanzen, die Glaubwürdigkeit der Quelle, Plausibilität der Nachricht prüften. In unserer digitalisierten Welt entscheidet im sehr kleinen Redaktionen der Autor über die Veröffentlichung.

Natürlich gilt unsere Verfassung und damit die von ihr repräsentierte Wertordnung auch für die technisch veränderte Welt in Deutschland. Vor allem Artikel 5 des Grundgesetzes bleibt als Garantie der Freiheit der Meinungsäußerung von zentraler Bedeutung. Er hat die Meinungsvielfalt sicherzustellen. Die Vielfalt der Meinungen wird als zwangsläufige Folge

der globalen Vernetzung ohnehin realisiert werden. Einen durchsetzbaren Anspruch auf objektive Information allerdings gibt es nicht und kann es nicht geben. Jeder hat vielmehr das Recht, sich des weltweiten Netzes zu bedienen und darin seine Meinung ohne Verpflichtung zur Objektivität darzustellen. Es fehlt insoweit jedes Aufsichtsorgan und auch jeder Rechtfertigungzwang für mangelnde Objektivität.

Gleichwohl bewegen sich auch die neuen Dienste nicht in einem rechtsfreien Raum. Was *offline* strafbar ist, bleibt auch *online* strafbar. Die grenzüberschreitende Vernetzung lässt es jedoch zumindest als problematisch, in der Regel sogar als unmöglich erscheinen, die Verursacher etwaiger Rechtsverstöße zu fassen. Der einzelne Staat als Ordnungsmacht und Sanktionskraft stößt daher bei Rechtsverstößen sehr schnell an seine Grenzen. Internationale Abkommen benötigen dagegen viel, möglicherweise zu viel Zeit bis zum Vertragsschluss, um als Basis gemeinsamen staatlichen Handelns wirksam werden zu können. In der Vergangenheit haben sowohl die Vereinten Nationen wie auch die UNESCO – was kaum in das Bewusstsein der Öffentlichkeit gedrungen ist – ethische Grundsätze für journalistische Verantwortung kodifiziert, die jetzt – im Blick auf die globalisierten Netze – vervollständigt werden müssen.

Unabhängig davon, ob und wann dies gelingt, werden die Produzenten und die Rezipienten künftig stärker als in der bisherigen Medienordnung auf ihre eigenen Einsichten zurückgeworfen und müssen selbst bestimmen, welche Informationen sie entweder anbieten oder in Anspruch nehmen wollen.

Herausforderung des Bildungswesens

Gefragt werden sowohl die Fähigkeit des Umgangs mit den neuen Technologien wie auch die Kompetenz zur Einordnung

der durch diese Technologien vermittelten Informationen und schließlich die Urteilskraft zur inhaltlichen Auseinandersetzung mit den Angeboten der neuen Technologien. Die notwendige Vermittlung der vorgenannten Fähigkeiten bedeutet daher zunächst vor allem eine ungeheure Herausforderung unseres traditionellen Bildungswesens.

Während dieses noch davon ausgeht, dem Lernenden Wissen linear, logisch und monomedial durch den Lehrer im Prinzip über ein Frage-Antwort-Verhältnis zu vermitteln, können die Lernenden heute auch über die Computer und CD-ROM umfangreiches Wissen erwerben. Sie können dabei ihre persönlichen Interessen viel stärker als im klassengebundenen Unterricht wirksam werden lassen. Es genügt heute nicht, Wissen zu erwerben, vielmehr muss auch die Fähigkeit entwickelt werden, das verfügbare Wissen zu organisieren, um es für einen selbst gewählten Zweck zu nutzen.

Dies bedeutet nicht Verzicht auf umfassende Bildung. Im Gegenteil: Wer sich ohne ausreichende Bildung der Informationsflut aussetzt, läuft Gefahr, darin zu ertrinken. Gebildete werden sich in den Informationsquellen zurechtfinden, sie ausnutzen, auswählen und im Interesse eines gesetzten Ziels in Anspruch nehmen.

Blick über den nationalen Tellerrand

Heute ist es sinnvoll, den Blick über den Tellerrand der nationalen Betrachtung zu heben und sich mit den Vorzügen anderer Medientraditionen zu beschäftigen. Von dem angelsächsischen Journalismus sind die stärkere Faktenorientierung und die medieninterne Organisation journalistischer Selbstkontrolle zu lernen. Das professionelle Selbstverständnis englischer und amerikanischer Journalisten ist meilenweit von der hier vorhandenen üblichen Meinungsdominanz entfernt und orientiert sich an der Hauptaufgabe des

Mediensystems, das Publikum mit zuverlässigen Informationen zu versorgen. Von der französischen Medienordnung können wir Deutschen lernen, welche Qualitätssteigerung Medieninhalte erfahren können, wenn der Graben zwischen Literatur und Journalismus, zwischen Wissenschaft und Medien schmäler ist als bei uns. Bildschirmpräsenz ist dort sehr viel weniger als bei uns Voraussetzung für Bestsellererfolg. Dort zählen mehr als bei uns die Idee und der Stil.

In seinen Reflexionen über journalistische Kardinaltugenden schreibt Wolf Schneider, langjähriger Leiter der Hamburger Journalistenschule, seinen Schülern und Kollegen ins Stammbuch:

„Es sind vor allem diese hauptberuflichen Skandaljäger, die sich gern zur vierten Gewalt stilisieren; sie sitzen zumal beim *Spiegel*, beim *Stern*, bei der *TAZ* und bei den politischen Fernsehmagazinen. Dem Bürger das Optimum an Information zuliefern, betrachten sie eben nicht als ihre zentrale Aufgabe. Sie sind es, die das nicht wollen, was die meisten ihrer Kollegen nicht können: sauber informieren. Worin zeigt sich solches Unvermögen zur klaren Information? Was fehlt der Mehrzahl der Journalisten – denen also, die sich nicht als vierte Gewalt, nicht als Skandaljäger oder Weltverbesserer verstehen und insofern den Dienst am Bürger doch leisten können sollten? Es fehlt ihnen vor allem an fünferlei: Sachkenntnis, Weltkenntnis, Misstrauen, Rückgrat – und an der Liebe zu ihren Lesern oder Hörern.“

Journalistische Kardinalstugenden

Diese ersten vier Stichworte erklären sich von selbst, denn sie sind die auf den Journalismus bezogenen Adaptionen der christlichen Kardinalstugenden Klugheit, Mäßigung, Tapferkeit und Gerechtigkeit. Nur die fünfte der Schneiderschen journalistischen Kardinalstugenden, die Liebe zum Leser, Hörer und Zuschauer, bedarf einiger Worte der Kommentierung. Sie

wendet sich gegen die Gleichgültigkeit der Journalisten gegenüber dem begrenzten Aufnahmevermögen des Publikums.

In Missachtung des Rezipienten durch Journalisten, die Schneider vor allem an einer unverständlichen oder komplizierten Sprache festmacht, erkennt er die journalistische Ursünde des Hochmuts genauso wie in der angemaßten Missionarsrolle, wie im eifrigen Kommentieren ohne Sachkenntnis. Er verlangt für journalistische Texte schlichteste verfügbare Wörter in durchsichtig gebauten Sätzen: „Ein Journalist, der gelesen werden und auch insoweit seine Informationspflicht erfüllen will, sollte entweder schreiben wie Luther oder Brecht, das heißt einfach und prall, oder wie Lessing, Lichtenberg oder Büchner, das heißt brillant und transparent zugleich.“

Die christlichen Kardinalstugenden oder auch ihre auf den Journalismus bezogenen Adaptionen bieten Instrumente, um die Wirklichkeit so zu sehen, wie sie ist, und diese Sicht auch kommunikativ durchzusetzen.

Sprache und Wahrheit

Wahrheit schwebt ja nicht irgendwo, sondern Wahrheit ist das Sichzeigen und Er-

kennen von Wirklichkeit. Josef Pieper lehrt: „Aus der so ergriffenen Wahrheit leben und wirken – darin liegt das Gute des Menschen, darin besteht sinnvolles menschliches Leben. Jeder, der als Mensch zu leben begehrte, ist auf Nahrung der Wahrheit angewiesen. Auch die Gesellschaft lebt – und das geht ja unmittelbar Publizisten an –, von der öffentlich präsent gemachten und präsent gehaltenen Wahrheit.“ (*Berufsethos des christlichen Publizisten*, 1995)

Die Präsenz der Wahrheit wird nur durch die Ordnung der Sprache (Josef Pieper) ermöglicht. Mit Ordnung der Sprache ist nicht primär ihre formale Perfektion gemeint. Vielmehr soll diese Formulierung die Notwendigkeit hervorheben, so zu sprechen und zu schreiben, dass die Wirklichkeit möglichst unentstellt und möglichst unverkürzt zu Wort kommt.

Also: Wir benötigen keine neue Ethik für die Informationsgesellschaft, sondern eine Rückbesinnung auf die ins Journalistische gewendeten Kardinalstugenden, die nichts anderes darstellen als lebenspraktisch bewährte Grundforderungen für einen zivilen Umgang der Menschen einer Gesellschaft.

Schleichende Überlagerung

„Die Bilderwelten der Medien, massenhaft wirksam in Fernsehen und Internet, durchdringen die Sphäre tatsächlicher Gegenstände und selbst gemachter Erfahrungen mit dem Versprechen, unsere schlimmsten Feinde zu besiegen: die Langeweile, die Einsamkeit und das Bewusstsein unserer Durchschnittlichkeit.“

Der Preis für diesen seelsorgerischen Nebeneffekt ist, dass in fantasiearmen Köpfen die bloße Vorstellung eines gelebten Lebens das real gelebte Leben schleichend überlagert.“

Marc Höpfner in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* am 7. Mai 2002