

# Eichstätter Universitätsreden

Wolfgang Bergsdorf

Im Spannungsfeld zwischen  
Wissenschaft und Öffentlichkeit:  
die Informationsgesellschaft  
und ihr wachsender Ethikbedarf



**KATHOLISCHE  
UNIVERSITÄT  
EICHSTÄTT**

## **Eichstätter Universitätsreden**

Herausgegeben

im Auftrag des Senats der

Katholischen Universität Eichstätt

von Engelbert Groß, Günter Niggel und

Hans-Ludwig Schmidt

Band 106

## Inhalt

Wolfgang Bergsdorf Im Spannungsfeld zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit: die Informationsgesellschaft und ihr wachsender Ethikbedarf .....	7
Engelbert Groß Nachwort: Theologische Fakultät in der Universität zielt in Öffentlichkeit .....	25

**Sehr geehrter Herr Präsident, sehr geehrter  
Herr Generalvikar, sehr geehrter Herr Dekan, verehrte  
Kolleginnen und Kollegen, meine Damen und Herren,**

erlauben Sie auch mir, Sie zunächst auf das Herzlichste zum 25. Geburtstag der Theologischen Fakultät der Katholischen Universität Eichstätt zu beglückwünschen. Ich freue mich, dass Sie mich zu diesem Anlass heute eingeladen haben, um über ein Thema zu sprechen, dessen Relevanz immer dringlicher wird.

Gesellschaftliche und technologische Entwicklungen suchen 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 Rahmenbedingung 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.

Natürlich will ein Begriff wie „Informationsgesellschaft“ oder auch „Wissensgesellschaft“ früheren Epochen nicht unterstellen, als ob Informationen und Wissen in ihnen keine Rolle gespielt hätten. Aber die ständig wachsende Verwendungshäufigkeit des Terminus „Informationsgesellschaft“ zeigt die Zentralität an, die der Information in unserer pluralistischen, von Globalisierungsängsten geschüttelten Wohlstandsgesellschaft zukommt. Zu Arbeit und Kapital tritt als dritte Quelle der Wohlstandswertschöpfung die Information hinzu, die anders als die beiden ersten Quellen mit Hilfe 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 aber auch noch eine andere Dimension, die als großes doppeltes Versprechen gedeutet werden kann. Die Zentralität der Informationen – oder im Plural: des Wissens – als ultimative Ressource nährt die Illusion, als ob 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 wie die Lunge Luft zum Atmen. Öffentlichkeit braucht Lokalität und Regionalität. Nationale Medien sind die Ausnahme, nicht die Regel. 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.

Eines Schriftstellertobes konnte sich ein Journalist erfreuen, der kürzlich schrieb, am Ende des 20. Jahrhunderts verfügten kleine Jungs über mehr Informationen über die Welt als Voltaire, Kant und Goethe zusammen. Der kürzlich verstorbene *Adrzej Szczypiorski* beurteilte mit etwas hinterhältiger Ironie den Urheber dieser Feststellung als „gescheit“, weil er seine Beobachtung ohne Triumph verkündet habe. Er machte auf eine Selbstverständlichkeit aufmerksam, die wir im täglichen Durcheinander aus dem Blickwinkel verlieren, die aber dennoch eine gefährliche und rätselhafte Warnung bildet.

Tatsächlich wissen wir heute über die Welt bei weitem mehr als vor 200 oder 100 Jahren. Wissenschaft und Technik haben für

eine Explosion des Wissens gesorgt, deren Ende sich in keiner Weise andeutet. 9 von 10 Wissenschaftlern, die jemals gelebt haben, sind unsere Zeitgenossen. Das hat zur Folge, dass das verfügbare Wissen sich alle 10 Jahre in den verschiedenen Disziplinen verdoppelt. So z. B. enthält eine beliebige Werktagsausgabe der *New York Times* mehr Informationen, als dem durchschnittlichen Europäer des 17. Jahrhunderts in seinem ganzen Leben zur Verfügung stand. Aber dass wir heute klüger seien als unsere Väter, Großväter oder Urgroßväter, das wagt niemand zu behaupten, nicht einmal der von Andrzej Szczępiński 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 Wissensgesellschaft – mehr noch als zuvor – als ihr zentrales Nervensystem Geltung beanspruchen können. 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 Inpflichtnahme durch ethische Mindestnormen ist 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 Möglichkei-