

**Zeitschrift:** Rote Revue : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur  
**Herausgeber:** Sozialdemokratische Partei der Schweiz  
**Band:** 74 (1996)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Die alte Informationsgesellschaft und ihre neuen Technologien oder :  
warum "internet" unser Leben nicht verändert  
**Autor:** Ernst, Andreas  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-341264>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 13.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

Die alte Informationsgesellschaft und ihre neuen Technologien oder:

# Warum «internet» unser Leben nicht verändert

Seit ein paar Jahren leben wir in der «Informationsgesellschaft». Noch vor wenigen Jahrzehnten hiess sie «Wohlstandsgesellschaft», dann «Konsumgesellschaft», schliesslich «Freizeitgesellschaft». Dazwischen hatte sich die bewegte Phase der «spätkapitalistischen» oder «spätbürgerlichen» Gesellschaft geschoben, die nach kurzer Zeit unterging (im Unterschied

---

**Andreas Ernst**

---

zum fortblühenden Kapitalismus). Nun sprechen wir von der «Bewegungsgesellschaft» oder der «Erlebnisgesellschaft», während uns die «postmaterielle» bereits etwas langweilt. Auch die «Risikogesellschaft» hat ihren Zenit überschritten, was, wie gesagt, für die «Informationsgesellschaft» nicht zutrifft. – Die Aufzählung zeigt, dass die Versuche, unsere gesellschaftliche Realität auf den Begriff zu bringen, recht beliebig, ja willkürlich sind. Das legt nur schon die kurze Lebenszeit dieser Bindestrichgesellschaften nahe. Sie verdanken ihre Existenz ja auch eher dem erfolgreichen Marketing der federführenden Soziologen als einer systematischen Analyse. Es spricht allerdings einiges dafür, dass der Begriff der «Informationsgesellschaft» eine längere Halbwertszeit hat. Nicht weil er besonders präzise das historisch Einmalige unserer Epoche beschreibt, sondern im Gegenteil, weil er

ganz allgemeine, uralte Strukturmerkmale der Moderne (die «Öffentlichkeit») mit der unübersehbaren Präsenz einer Technologie (die «Telekommunikation») verbindet, und oft auch verwechselt. Worauf ich hinaus will und was ich nur unvollständig skizzieren kann, ist die Begründung von drei Thesen:

1. Die Informationsgesellschaft ist eine Gesellschaft, die sich wandelt und die sich deshalb immer wieder durch Kommunikation neu orientieren und integrieren muss. Damit ist sie die Gesellschaft der Moderne schlechthin und als solche eine über zweihundertjährige Veranstaltung.
2. Die enormen Fortschritte der Telekommunikation (etwa als «internet») werden die Art und Weise, wie wir leben, wie wir uns «vergesellschaften» und «vergemeinschaften», *nicht grundlegend* verändern. Sie bewirken *keinen* Strukturwandel der Öffentlichkeit, sondern bedeuten «bloss» eine Effizienzsteigerung ihrer Infrastruktur.
3. Ein Strukturbruch hat aber stattgefunden. Er hat seinen Ursprung im Niedergang der traditionellen Parteimilieus (der Arbeiterbewegung, des politischen Katholizismus usw.) und in der Etablierung eines kommerziellen Mediensystems seit den sechziger Jahren. Dieser Prozess – und nicht die Innovationen der Informationstechnologie – hatte und hat weitreichende Konsequenzen für unsere politische Kultur und unseren gesellschaftlichen Alltag.

## **Moderne Gesellschaften sind Informationsgesellschaften**

Moderne Gesellschaften sind Gesellschaften, die sich modernisieren. Modernisierung bedeutet Differenzierung und Wandel. Die Moderne trifft *Unterscheidungen*, die es zuvor nicht gab: Sie selber grenzt sich ab gegen die traditionale Vergangenheit, bildet in sich neue funktionale Subsysteme aus (Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Kunst etc.), die in ihren Operationen autonomen Gesetzen gehorchen und so Leistungssteigerungen hervorbringen. Diese Differenzierungen – das haben die soziologischen Klassiker in unterschiedlicher Weise, aber meist kulturpessimistisch betont – erzeugen *Steuerungs- und Integrationsprobleme* vielfältiger Art. Das macht die modernen Gesellschaften zu fragilen, krisenanfälligen Gebilden, die sich über Kommunikation manchmal besser, manchmal schlechter orientieren, integrieren und steuern. Kommunikation ist also der zentrale Rohstoff, aus der sich moderne Gesellschaften immer wieder ein Gerüst zimmern müssen, eine Kommunikationsstruktur, in dem sich die gesellschaftlichen Akteure verständigen, informieren und ihre Handlungen koordinieren. Das ist nun keineswegs neu. Auch die Wachstumsgesellschaften des 19. Jahrhunderts waren Informationsgesellschaften. Wenn sich Preisrelationen veränderten, Postkutschenfahrten teurer und die Eisenbahnen billiger wurden, das russische Getreide günstiger am Markt war als das einheimische, dann beeinflussten die entsprechenden Informationen das Handeln der Menschen. Aber nicht nur Investitionsentscheide, auch die Festlegung politischer Standpunkte, die Kreation künstlerischer Konzepte waren und sind abhängig von einem komplexen Prozess, indem sich die Menschen informieren über die Welt, in der sie leben.

Was ist nun eine Information? Man könnte sagen: ein Zeichen, das mit einer Bedeu-

tung, mit einem Sinn belegt werden kann. Ein Zeichen, das interpretiert und verstanden wird und so einen Unterschied macht. Dies zeigt, dass die Gewinnung von Informationen ein voraussetzungsreicher Prozess ist, der gelernt sein will. Die Financiers der Gotthardbahn mussten aus den Zahlenreihen der Kurslisten der europäischen Börsen Informationen machen, ebenso aus den widersprüchlichen Pressemeldungen über politische Entwicklungen im In- und Ausland. Sie mussten ein Bild von der Welt haben, damit sie in ihr handeln konnten.

Das Medium, worin wir lernen, die Welt zu interpretieren, ist die Öffentlichkeit. Seit sich Ende des 18. Jahrhunderts erstmals eine frühbürgerliche Öffentlichkeit bildete, die – dem Anspruch nach – jenseits von Stand, Klasse oder Konfession das vernünftige Gespräch in den Dienst des Gemeinwohls stellen wollte, hat sich die Struktur der Öffentlichkeit gewaltig verändert. Im 19. Jahrhundert weitete sich der Raum der Öffentlichkeit aus und fand seine Begrenzung in den entstehenden Nationen. Die Volksschule, die Armee und eine massenmedial verbreitete Nationalkultur sollten bäuerliche, bürgerliche und proletarische Milieus im Schmelztiegel der einen und unteilbaren Nation vereinen. Das gelang nur bedingt. Gegen Ende des Jahrhunderts entstanden mit der Arbeiterbewegung wie zuvor schon mit dem politischen Katholizismus Gegenöffentlichkeiten. Sie stützten sich auf Parteien, Verbände und Vereine, auf eine Parteipresse schliesslich, die bis in die sechziger Jahre unseres Jahrhunderts die Struktur der schweizerischen Öffentlichkeit prägte. In Zeiten des sozialen Konflikts wurde diese Struktur «ungebaut». Neue Bewegungen meldeten sich zu Wort, um ihre Deutungen in die Öffentlichkeit zu tragen und zu etablieren. Einigen gelang das, etwa den Bauernparteien in den 20er Jahren, andere scheiterten, wie die faschistischen Fronten in den 30er Jahren. Mit der Institutiona-

**Kommunikation**

**ist zentral**

**für moderne**

**Gesellschaften.**

**Die Entgrenzung  
der Welt scheint  
bevorzustehen.**

lisierung von Landessendern wurde das öffentlichrechtliche Radio zum «Integrationsrundfunk», der für das schweizerische Selbstbild in der Zeit der Geistigen Landesverteidigung und des beginnenden Kalten Krieges eine zentrale Rolle spielte. So beruhte die Struktur der Öffentlichkeit seit der Gründung des Bundesstaates ganz überwiegend auf den Akteuren des politischen Systems, auf Parteien, Verbänden und staatlichen Stellen. Das war auch noch so, als die nationalen Fernsehstationen Ende der fünfziger Jahre ihre Sendungen aufnahmen. Es änderte sich, als im Wachstumsprozess der sechziger Jahre die traditionellen, parteigestützten politischen Milieus sich allmählich auflösten, der Niedergang der Parteipresse einsetzte und im Print- wie im elektronischen Bereich private Medienunternehmer auftraten. Ein eigenständiges kommerzielles Mediensystem begann sich zu etablieren. Diese Entwicklung wurde vielfältig diskutiert, von den einen als Kulturzerfall beklagt, von den andern als Freiheitsgewinn gelobt. Doch vor kurzem ist die Diskussion abgebrochen. Sie scheint irrelevant geworden zu sein, denn ein neues Zeitalter kündigt sich an: das Zeitalter der totalen Kommunikation im Zeichen des Netzes. «World wide web»: ein wachsendes, bald weltumspannendes audiovisuelles Kommunikationssystem, in dem jeder mit jedem über alles kommunizieren kann. Die Entgrenzung der Welt ins «Global Village» scheint bevorzustehen.

**Warum «internet» unsere Gesellschaft nur wenig verändert**

«Internet» und seine Folgen sind seit ein paar Jahren zu einem thematischen Selbstläufer geworden. Es beschäftigt Medien, Wissenschaft und Politik und hat zu ganz neuen Visionen über die künftige Gestalt unserer Gesellschaft und Öffentlichkeit geführt. Zuerst vier optimistischen Ausprägungen:

- Der alte Traum der «one world», der am heftigsten in der Zeit des Kalten Krieges geträumt wurde, als sich die Welt teilte, kommt wieder in Gestalt des «Global Village». Es ist die Vision vom Netz ohne Grenzen, das zwischen Kontinenten und Kulturen neue Kommunikationschancen schafft. Wir können uns ungezwungen mit amerikanischen Musikern, japanischen Ingenieuren, afrikanischen Universitätslehrern unterhalten, je einzeln oder im gemeinsamen Gespräch, mit oder ohne Bild und Ton, im Anzug oder in der Unterhose, tags oder nachts. Die Begegnung mit Fremden ist einfach und vergleichsweise billig, sie ermöglicht den Abbau von Vorurteilen, erschliesst Kooperationsmöglichkeiten und Vergemeinschaftungschancen.

- Das «internet» ist *das* Medium der «herrschaftsfreien Kommunikation». Jede und jeder kann hier seine Kommunikationsangebote machen, kann kulturelle oder wissenschaftliche Erzeugnisse anbieten oder ganz einfach zum Plaudern einladen. Die Differenz zwischen Produzent und Konsument, zwischen Künstler und Publikum, zwischen oben und unten verschwindet. Es gibt nicht mehr den Stand der Dichter, der das Publikum in seinen Lesungen fesselt oder langweilt. Das Publikum dichtet selber und vielleicht sind Dichter mit dabei. Ohne über universitäre Weihen und Beziehungen zu verfügen, können sich alle Zugang zu Bibliotheken, Forschungsinstituten und Diskussionen verschaffen. Es spielt keine Rolle mehr, wer etwas, nur noch *was* jemand sagt.

- Das «Internet» ist aber auch das Medium neuer radikaldemokratischer Vergemeinschaftung. Es verhilft einer neuen politischen Kultur zum Durchbruch. Aus der Vereinzelung in ihren Haushalten finden sich die politisch Interessierten und Unzufriedenen im Netz, tauschen sich aus über Wünschbares und Notwendiges, entwickeln politische Ziele und organisieren sich zu Bewegungen. Ein neuer Kindergarten im Quartier, die Abwahl eines Stadtrates,

die Bekämpfung naturzerstörender Grosstechnologien, aber auch die Organisation internationaler Hilfsprojekte – all dies und vieles mehr kann dank «internet» schneller, billiger und basisnäher erreicht werden.

- Schliesslich wird der dezentrale, selbstbestimmte Arbeitsplatz realistischer. Auch Grossfirmen können auf zentrale Produktionsstätten verzichten, Anfahrtswege fallen weg, Haushalts- und Erwerbsarbeit lassen sich leichter aufeinander abstimmen, Rollenaufteilungen zwischen Mann und Frau werden flexibler.

Neben solchen erfreulichen Visionen sehen andere Kommentatoren vor allem Gefahren: Die unkontrollierbare Überschwemmung des Netzes mit Porno- und Gewaltdarstellungen und mit sektiererischer politischer und religiöser Propaganda. Schrecklich auch die Vorstellung der totalen Vereinzelung von *netaholics*, die in abgedunkelten Räumen vor ihren Bildschirmen sitzen, unfähig zu physischem menschlichen Kontakt und mit abartigen Spielereien beschäftigt – oder schliesslich die Neuaufgabe der Vision einer erst kulturellen und dann politischen US-Hegemonie, die sich im Medium des Netzes endgültig und weltweit durchsetzt.

Es geht mir nun nicht darum, solche Chancen und Risiken von «internet» im einzelnen abzuwägen. Ich möchte mich bloss auf einen, wie ich meine, entscheidenden Einwand gegen die gesellschaftsverändernde Kraft von «internet» beschränken.

Zweifelloso ermöglicht das Netz ein exponentielles Wachstum von Kommunikation aller Art. Was das Netz selber aber nicht bereitstellen kann, sind die *Voraussetzungen*, damit diese Kommunikation *erfolgreich* ist. Erfolgreich heisst hier folgenreich, und das bedeutet Anschlusskommunikation. Gesellschaftlich wird sie relevant, wenn es eine Verstetigung des Gesprächs gibt, die zu kollektivem Handeln im Schoss einer Gemeinschaft führt.

Neben den *sozialen* Voraussetzungen, auf die ich gleich zurückkomme, gibt es bereits auf der technischen Ebene der Infrastruktur Hindernisse auf dem Weg ins «Global Village». Eines ist die ungeheure Aufgabe einer wirklich weltumspannenden Vernetzung. Sie setzt die Verbreitung von PC, funktionierenden Telefonnetzen und zuverlässiger Stromversorgung voraus. Dann ist die relative Langsamkeit bei der Übertragung von grossen Datenmengen für viele Benutzer immer noch ein Grund, andere Kommunikationswege zu wählen. Dagegen kann man sicher einwenden, dass die Steigerung der Übertragungsgeschwindigkeit eine Frage der Zeit, bzw. des technischen Fortschritts sei. Ein solcher Optimismus ist weniger berechtigt in Bezug auf die weltweite Ausrüstung: 1994 wurde in den OECD-Ländern 431 Mia. US-Dollars in die Informationstechnologie investiert. Dabei entfielen 93% der Investitionen auf 17% der Bevölkerung. Das verweist auf die neuen (alten) Ungleichheiten der Entwicklung. Ein letzter Punkt: Im Netz beginnen sich Zonenordnungen zu etablieren. Der Zugang zu bestimmten Bereichen wird an Zahlungen (via Kreditkarten) gebunden. Daneben, auch das ist einzuräumen, wächst das Netz weiter und entzieht sich immer wieder der vollständigen Kontrolle durch staatliche oder wirtschaftliche Agenten.

Vielleicht entscheidender sind aber die mentalen und sozialen Voraussetzungen, welche die Wirksamkeit der Kommunikationsangebote von «internet» relativieren.

- «Internet» stellt für seine Benutzer zuerst und vor allem ein Selektionsproblem dar. Wenn ich mich über neue Entwicklungen im Bereich der Krebsforschung orientieren will, stosse ich auf eine riesige Menge von Verzeichnissen. Falls ich kein ausgewiesener Kenner der Materie bin, scheitere ich bereits hier, oder verliere sehr viel Zeit, um eine vernünftige Auswahl von Daten zu treffen. Das Selektionsproblem lässt sich

**Internet alleine ermöglicht noch keine erfolgreiche Kommunikation.**

**Internet wird  
den physischen  
Konsumtrip nicht  
verdrängen.**

nur über Schulung lösen: Als Krebspezialist weiss ich, welche Zeitschriften und Datenbanken relevant sind und kann schnell darauf zugreifen. Die notwendige Selektionsfähigkeit ist also an eine Spezialisierung geknüpft. Diese erwibt man sich aber nicht im Netz, sondern an Schulen, was bekanntlich ein langwieriger Prozess ist. Insofern werden Internet-Optimisten dieselbe Enttäuschung erleben wie die Gründer von Volksbibliotheken, die den Zugang zu Wissen mit dem Zugang zu Büchern verwechselten.

- Dass die Kommunikation über «internet» die Chance für die Entstehung von neuen Gemeinschaften, Bewegungen und Zirkeln deutlich vergrössert, ist unwahrscheinlich. Damit neue Gemeinschaften entstehen, müssen Fremde Kontakt miteinander aufnehmen. Das ist ein sehr schwieriger, riskanter kommunikativer Prozess, der die Bildung von Vertrauen, gemeinsamen Interessen und den Aufbau von Strukturen erfordert. Der Verzicht auf face-to-face-Kontakte, auf physische Präsenz, auf Rückversicherung bei vertrauten Dritten macht die Etablierung von Beziehungen sehr schwierig. Selbstverständlich erleichtert «internet» (wie die Post und das Telefon) die Aufrechterhaltung von Kommunikation in bestehenden oder bereits entstehenden Gemeinschaften. Zweifellos existieren auch Netz-spezifische Zirkel, für die das Medium die «message» ist – kurz gesagt: Die Kommunikation zwischen «Gleichen» wird einfacher und effizienter, die zwischen «Fremden» bleibt so mühselig wie zuvor. Eine historische Veränderung im Prozess der Gemeinschaftsbildung ist von «internet» nicht zu erwarten.

- Zweifellos spielt das Netz für den Austausch von Daten in internationalen Märkten eine ganz wichtige Rolle. Fördert es aber auch eine ganz neue Form von Konsummustern? Ersetzt in naher Zukunft das Teleshopping den Einkaufsbummel?

Gewisse europäische Kauf- und Versandhäuser scheinen damit zu rechnen und kümmern sich um entsprechende Bewilligungen und Investitionen. Dies, obwohl die Vorbilder in den USA keinen Anlass zur Euphorie geben. Die Schwierigkeiten einer breiten Etablierung des elektronischen Einkaufs liegen denn auch auf der Hand. Der Gang auf «den Markt» bedeutet seit jeher mehr als die Befriedigung von Konsumbedürfnissen. Er ist ein gesellschaftlicher Akt, ein soziales «Erlebnis», ein Anlass für Begegnungen mit Bekannten und Unbekannten. Die kann man beim «Netz-Einkauf» auch haben, lässt sich einwenden. Aber wo und mit wem trinke ich nach erfolgter on-line-Bestellung mein Bier oder meinen Kaffee? Das Forum, der Marktplatz, das Kaufhaus ist mehr als eine noch so attraktive elektronische Bestellliste. Zweifellos wird der private Konsument in Zukunft viele Geschäfte von zuhause aus elektronisch abwickeln: Post- und Bankenverkehr, vielleicht auch den Kauf von Musikkonserven, von Büchern und sicher von Pornographie. Den physischen Konsumtrip wird das nicht verdrängen.

Man darf also der Vorstellung eines grundlegenden Strukturwandels der Öffentlichkeit und damit einhergehenden tiefgreifenden gesellschaftlichen Veränderungen durch die neuen Informationstechnologien sehr skeptisch gegenüberstehen. Hingegen glaube ich, dass wir eine sehr folgenreiche Strukturveränderung schon vor ein bis zwei Jahrzehnten erlebt haben.

**Wo der Wandel stattfindet:  
Veränderungen der politischen  
Kommunikation und neue  
Akteure im Mediensystem**

Es existiert heute auch in der Schweiz neben dem politischen System ein relativ autonomes, weitgehend partei- und staatsunabhängiges, nach kommerziellen Krite-

rien operierendes Mediensystem – wie gesagt, ein Resultat des Niedergangs der Parteipresse seit den sechziger Jahren und der Deregulierung des Rundfunks in den achtziger Jahren. Das hat nun Folgen nicht nur für Form und Inhalt der politischen Kommunikation. Auch die Zugangschancen zur Arena der Öffentlichkeit sind unter den verschiedenen Akteuren neu verteilt.

- In den Parteimedien spielte der Meinungsstreit um sachpolitische und weltanschauliche Fragen eine zentrale Rolle. Die Parteien nahmen in ihren Medien aufeinander Bezug, stritten und polemisierten gegeneinander und stellten die eigenen Positionen als verallgemeinerungsfähig dar. Die kommerziellen Medien reagieren dagegen eher auf *Themen* als auf *Meinungen*. Wenn führende Medien wie der «Spiegel» Themen wie «Inzest», «Atomschmuggel», «organisierte Kriminalität» oder «Internet» lancieren, führt das oft zu einem thematischen Sog, dem sich keine Redaktion entziehen will. Themen ersetzen Meinungen. Und dazu befragt man «Sachverständige» und «Betroffene», falls diese Unterscheidung überhaupt gemacht wird.

- Der kommerzielle Medienmarkt diversifiziert immer stärker und bringt eine breite Palette von «special interest»-Produkten hervor. Das trägt zur Aufsplitterung der öffentlichen Kommunikation bei. Dieser Prozess korrespondiert mit der Pluralisierung der Gesellschaft in ganz unterschiedliche Szenen, Milieus und Lebensstilgruppen, deren Vorrat an gemeinsamen Wertvorstellungen schrumpft. Das wachsende Medienangebot konzentriert sich dabei in immer weniger Händen.

*Neue Akteure* gewinnen an Relevanz: Soziale Bewegungen, die mit unkonventionellen Mitteln, mit Skandalisierungen, Enthüllungen und «Betroffenheiten» politisieren, finden eher Zugang zu den Medien als etablierte Parteien. Es entsteht ein symbiotisches Verhältnis zwischen Bewe-

gungsunternehmern unterschiedlicher politischer couleurs und Medienverantwortlichen. Spektakuläre Aktionen werden abgesprochen und für das ideale «coverage» koordiniert. Dahinter steht keineswegs eine Verschwörung, sondern das Interesse an maximaler Medienpräsenz auf der einen und jenes an der gut verkäuflichen «story» auf der anderen Seite. Davon wird selbstverständlich auch die Parteipolitik beeinflusst. Sie wird «bewegungsförmiger». Die Verbindungen zwischen SVP und AUNS oder von SPS und neuer Frauenbewegung zeugen davon.

Das kommerzielle Mediensystem tendiert zur *Personalisierung* der politischen Kommunikation. Einzelne «mediengängige» Figuren werden zur personalen Verkörperung von politischen Positionen. In einem politischen Umfeld, das von Unsicherheiten und ganz unterschiedlichen sozialen Bewegungen von links und rechts geprägt ist, erhöhen sich so die Chancen für charismatische Führerfiguren.

Es ist nicht ganz unwahrscheinlich, dass in naher Zukunft auch in der Schweiz nicht mehr Parteien ihre Medien haben, sondern Medienunternehmen ihre Partei. Die ersten Versuche des «Nouveau Quotidien», eine politische Bewegung in der Romandie zu mobilisieren sind bisher zwar gescheitert. Es spricht aber nichts dafür, dass ein solches Unterfangen prinzipiell chancenlos ist. Das (stärker privatisierte) Mediensystem Italiens hat immerhin einen Berlusconi hervorgebracht.

## Das Fazit

Die Informationsgesellschaft ist ein Kind der Moderne, in der sich Gesellschaften immer wieder von neuem ihrer Identität versichern müssen. Der soziale Ort dieser Selbstversicherung ist die Öffentlichkeit. Sie ist einem Strukturwandel unterworfen, der in den letzten zwanzig Jahren die

**Das Medienangebot konzentriert sich in immer weniger Händen.**

Art und Weise, wie wir politisieren und uns vergesellschaften, nachhaltig verändert hat. Ursache dafür ist aber nicht der rasante Wandel der Informationstechnologie, sondern der krisenhafte gesellschaftliche Wandel, der die traditionellen Parteimilieus aufgelöst hat. Die Deregulierung des politischen Systems und des Mediensystems durch soziale Bewegungen und kapitalistische Unternehmer hält diesen Prozess weiterhin in Gang. Wer ihn

kritisch verfolgen will, darf den Strukturwandel der Öffentlichkeit nicht mit dem Wandel ihrer Infrastruktur verwechseln.

Andreas Ernst, Dr. phil. I, arbeitet am Forschungsschwerpunkt «Öffentlichkeitssoziologie und Öffentlichkeitsgeschichte» des Soziologischen Instituts der Universität Zürich.

# Wieviel Information braucht der Mensch, wieviel verträgt er?

## Kommunikationswandel im Spannungsfeld zwischen Medientechnik und Medienkultur

1. «Es ist beinahe unmöglich, auf dem Gebiet der Kommunikation exakte Vorhersagen zu machen», bekannte Umberto Eco kürzlich in einem Gespräch mit der Weltwoche (v. 23.5.1996). Dort stellte er auch, im weiteren Verlauf dieses Gespräches, angesichts des kritischen Befundes, dass «ein Zuviel an Information gleichbedeutend mit gar keiner Information» sei, die zentrale Frage: «Wie sollen wir auswählen?» Damit ist in der Tat ein Problem

---

### Ernest W. B. Hess-Lüttich

---

benannt, das uns in Zukunft zunehmend beschäftigen wird. Immer grössere Informationsmengen werden immer mehr Menschen in immer kürzeren Zeitabständen verfügbar. Die «Halbwertszeit» der Aktualität des Neuen schmilzt immer schneller dahin. Immer nachdrücklicher dringt ins öffentliche Bewusstsein: die Umwälzun-

gen in der Medientechnik verändern die Medienkultur und damit unvermeidlich auch unsere Kommunikationskultur im Alltag unserer Gesellschaften. Sind wir darauf eigentlich ausreichend vorbereitet?

Viele Menschen fragen sich, ob sie noch Schritt halten können mit der technischen Entwicklung. Sie haben Mühe, ihren Videorecorder zu programmieren und zögern bei der Wahl zwischen sechzehn Waschprogrammen. Sie wollen ein Lexikon kaufen und bekommen eine CD-ROM-Diskette. An der Steuererklärung sind sie schon ohne Computer gescheitert, das neue Programm dafür macht sie erst recht ratlos. Sie wollen jemandem einen Brief schreiben und werden gebeten, ihn doch lieber schnell «rüberzufaxen» oder per «e-mail» zu schicken. Wenn sie wandern im Wald, piept ein «Handy» dazwischen, weil sie stets «online» sein müssen.