

Zeitschrift: Schweizer Schule
Herausgeber: Christlicher Lehrer- und Erzieherverein der Schweiz
Band: 85 (1998)
Heft: 7-8: Diverse Beiträge

Artikel: Informationen in der Informationsgesellschaft
Autor: Doelker, Christian
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-530303>

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: 25.02.2026

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

Informationen in der Informationsgesellschaft

«*Informationsgesellschaft*» ist heute zum Schlagwort geworden. Christian Doelker nimmt den Begriff kritisch unter die Lupe. Sein Fazit angesichts der wachsenden Informationsflut: Medienpädagogik sollte sich vermehrt in Richtung einer *Informationsphilosophie* entwickeln.

Eine unbedachte Verwendung des Begriffs «*Informationsgesellschaft*» schliesst gleich zwei Missverständnisse mit ein: Zum einen setzt man den Begriff bedeutungsmässig in Analogie zu Industriegesellschaft und Agrargesellschaft und zum andern suggeriert man, dass die eine durch die andere abgelöst wird. *Informationsgesellschaft* besagt aber zunächst nur, dass im produktionellen Sektor (der Industriegesellschaft!) eine Verlagerung in Richtung Erzeugung von informationellen Produkten statt von materiellen Gütern stattfindet. Diese informationellen Produkte, eben «*Information*», werden aber ebenfalls weitgehend industriell hergestellt. Die Industriegesellschaft ist dabei also immer noch munter in Funktion. Aber auch die Agrargesellschaft ist nicht einfach verschwunden, sie schimmert durch die informationellen Produkte hindurch, indem durch die weltweite Vernetzung das «*Dorf*» (eben das globale Dorf) wieder eingeführt wird, die «*Nähe*» mit den Lokalmedien neu entdeckt wird und der banale «*Alltag*» (das Büsi der TV-Moderatorin) in der Regenbogenpresse Urständ feiert.

Was heisst überhaupt oder was heisst denn schon *Information*? Im engeren buchstäblichen Sinn ist nichts anderes gemeint, als dass eine Aussage in Form gebracht wird. Dabei gibt es ein Mehr oder Weniger an Aussage. Weniger, wenn der Inhalt oder Gehalt einer Aussage nicht gefragt ist; mehr, wenn auch im nichtsprachlichen Sinn Informationen in Form von Signalen Steuerungsprozesse bewirken oder Regelungsvorgänge auslösen, ähnlich wie im menschlichen Körper hormonale oder genetische «*Informationen*» Verhalten und Entwicklung beeinflussen. Just solche Steuerungs- und Regelungssysteme machen wiederum einen grossen «informationellen» Anteil in der modernen industriellen Produktion aus.

*Was heisst denn schon
Information?
Im engeren Sinn nichts
anderes, als dass eine
Aussage in Form
gebracht wird.*

Ein Ordnungsmodell aus der Sprachwissenschaft

Man könnte diesen Anteil von *Information* mit der Appelfunktion im berühmten Organon-Modell von Karl Bühler in Verbindung bringen. Wiewohl für «*Sinnbezüge*» der Sprache konstruiert, lassen sich die drei von Bühler genannten Funktionen *Appell*, *Darstellung* und *Ausdruck* durchaus auf Kommunikation generell übertragen. Zur Illustration sei sein aus dem Leben gegriffenes Original-Beispiel des Professors, der sich bei strömendem Regen anschickt, das Haus zu verlassen, in Erinnerung gerufen (wobei vorweg versichert werden kann, das sich Bühler damit keiner

antiquierten Rollenvorstellung schuldig macht, ist doch seine Gattin die berühmte Kinderpsychologin Charlotte Bühler). «Es regnet», ruft die Frau des Professors ihrem Mann zu, und dieser Satz «Es regnet» weist als sprachliches Zeichen just die drei genannten Aspekte auf: Die Darstellung hält den simplen meteorologischen Befund fest; als Ausdruck gibt der Satz über die Besorgtheit der Gattin Auskunft, und als Appell ist die im Satz enthaltene Aufforderung gemeint, doch ja den Schirm mitzunehmen. In allen drei Fällen eine «Information»: über eine Sachlage, über eine innere Befindlichkeit, eine Verhaltensanweisung.

Die Bühlerschen Klassifizierungen können so unsere Wahrnehmung der verschiedenen Segmente von Informationen in der Informationsgesellschaft schärfen. Die vielbeschworene Informationsflut hat nämlich auch damit zu tun, dass ausser den «normalen» Informationen – Angaben und Aussagen, die der Darstellungsfunktion zuzuordnen sind – auch die Darbietungen in der Appell- und der Ausdrucksfunktion massiv angewachsen sind.

In Datennetzen sind häufig Informationen mit Werbung kombiniert.

Der Appelfunktion muss beispielsweise auch der ganze Bereich der Werbung zugerechnet werden, weil ja Werbebotschaften bei den Konsumenten eine Handlung auslösen sollen, nämlich den Kauf von bestimmten Produkten und Dienstleistungen. Dabei geht es sich nicht nur um die expliziten und deklarierten Werbebotschaften der elektronischen und gedruckten Presse, sondern auch um Formen von versteckter Werbung, also redaktionellen Beiträgen, die von Werbe- und PR-Strategien her gesetzt sind. Auch in den Datennetzen, zum Beispiel dem Internet, sind häufig Informationen mit Werbung kombiniert, so dass der informationelle Eigenwert in vielen Fällen schwer abzuschätzen ist.

Das Netz hat zudem zu einer Aufblähung der Ausdrucksfunktion geführt. In einem bislang nie erlebten Ausmass können sich nun nicht mehr nur Firmen in Inseraten, Programmanbieter in ihren Logos und Journalisten in Sendungen, sondern beliebig auch Privatpersonen in Bild und Wort auf *home pages* selbstdarstellen. «Wollen Sie Ihr Schlafzimmer der ganzen Welt zeigen? Oder Ihre Stube, oder gar das Badezimmer?... Die *home cams* sind der letzte Schrei im Internet», stand kürzlich im *Blick* zu lesen (9. Februar 1998). «Erstaunlich viele junge Frauen – Musikerinnen, Malerinnen – lassen die Kamera den ganzen Tag und während der Nacht an. Das eigene Leben ins Netz zu speisen, wird als künstlerische Ausdrucksform verstanden.»

Neben dem Werbeschwall und dem informationellen Exhibitionismus erfolgt die wundersame Datenvermehrung natürlich insbesondere auch im Segment der Bühlerschen Darstellungsfunktion. Sie ist schliesslich auch die spezifisch menschliche Leistung, die erst durch die Schaffung der Sprache möglich geworden ist. Über die Ausdrucks- und Appelfunktion verfügen bereits Tiere: Der Angstruf eines aufgeschreckten Vogels (Ausdrucksfunktion) dient den Mitvögeln auch als Warnruf (Appelfunktion). In der Darstellungsfunktion ist das Zeichen (zum Beispiel das Wort) von

der Bedeutung (von der Sache) losgelöst. Deshalb kann die Sprache Aussagen über weitentfernte Gegenstände und Ereignisse, aber auch über nichtexistente Sachverhalte vornehmen. Diese Ablösung des Zeichens von der Sache lässt sich sogar als Metapher insgesamt für die Informationsgesellschaft interpretieren: als Losgelöstheit vom Fliessband der Industriegesellschaft und als Losgelöstheit von der Scholle der Agrargesellschaft.

Ein Hang zur *entertainment*-Gesellschaft

Die Loslösung des Zeichens von der Sache, das frei beweglich gewordene Zeichen, mag im weiteren auch Gleichnis sein für die freie Verfügbarkeit von Information, für den *free flow of information*, ja für Informationsfreiheit schlechthin. Mit solcher Freiheit hängt auch Freizeit zusammen, und Informationsgesellschaft ist auch untrennbar mit Freizeitgesellschaft verbunden, mitunter erzwungenermassen, wenn die Rationalisierung dank Informatik auch zu einer negativen Ausprägung von Freizeit in Form der Arbeitslosigkeit führt.

Information hat dann allerdings im Bereich der Freizeit Tendenz, einem Funktionswechsel zu unterliegen, nämlich zur Unterhaltung zu kippen. Die *information* wird in *infotainment* umgebogen, wir mutieren zur «-tainment-Gesellschaft», zur Unterhaltungsgesellschaft. Unterhaltung um jeden Preis, Unterhaltung auf Gedeih und Verderb – so wohl lässt sich das Postmansche *amusing to death* ebenfalls interpretieren. Der Warencharakter von Information wird dadurch noch betont; nicht nur (industriell gefertigte) Produkte, sondern auch die klassischen Nachrichtenangebote werden zur Ware in einem Markt, in dem der Wettbewerb nur als Verdrängungswettbewerb funktionieren kann, denn die Aufnahmekapazität beim Publikum ist bekanntlich beschränkt. Typische Erscheinungen des Informationsmarktes weisen auf diese Problematik hin: Tendenzen wie Boulevardisierung, Nivellierung, Banalisierung, der Hang zu *sex and crime*, das Quotensyndrom, kurz: die Mutation zur *Information der aggressiven Art*. Dabei steht den *Bedürfnissen*, auf die sich die Anbieter berufen (oder die sie offenbar durch Niveau-Unterbietung schaffen) ein gesellschaftlicher *Bedarf* entgegen. Unsere Staatsform der Demokratie ist nur funktionstüchtig, wenn auch die Information funktioniert; sie gründet auf dem Postulat der informierten Bürgerin, des informierten Bürgers. Informationsfreiheit korreliert mit Informationspflicht.

Information hat im Bereich der Freizeit Tendenz, zur Unterhaltung zu kippen.

Informiertheit als Bürgerpflicht

Auf solcher Vorstellung beruht der Gedanke der sogenannten informatiellen Grundversorgung, wie sie in der Bundesrepublik Deutschland den öffentlich-rechtlichen Anstalten aufgetragen ist. Dieser Auftrag hat seinen (berechtigten) Preis: die Konzessionsgebühr. Der gleiche Auftrag würde in der Schweiz gemäss Gesetz und Konzession auch für die SRG gelten. Im Falle des Fernsehens DRS, als besonders typisches Beispiel für Selbstkommerzialisierung, ist leicht nachvollziehbar, wie die besagte Verdrängung der Information durch Unterhaltung respektive Kontaminierung der Information durch Unterhaltung innerhalb des eigenen Programmangebots stattfindet.

Nicht mehr der Nachrichtenwert ist ausschlaggebend für die Informationsselektion, sondern der Unterhaltungswert.

Der Bürgerpflicht, informiert zu sein, ist deshalb immer schwieriger nachzukommen. Abgesehen davon, dass, wie Umberto Eco (in einem Interview mit der *Weltwoche*) sagt, jenseits gewisser Schwellen «ein Zuviel an Information gleichbedeutend mit gar keiner Information» sei, führt die Information der aggressiven Art – vor allem Boulevard und Werbung – zu einer schiefen Gewichtung: Nicht mehr der Nachrichtenwert ist ausschlaggebend für die Informationsselektion beim Anbieter, sondern der Unterhaltungswert. Für die Informationsauswahl durch den Rezipienten erhält deshalb die Frage «Was ist wichtig?» eine zentrale Bedeutung.

Relevanzkriterien für die Auswahl von Information

Bei der Suche nach Relevanzkriterien mag hilfreich sein zu überlegen, wie frühere Gesellschaften, insbesondere auch die Agrargesellschaft, die Unterscheidung von Wichtigem und Unwichtigem vornahmen. Der Gedankensprung hinter die Agrargesellschaft zurück ist notwendig, weil im Zusammenhang mit dem Ackerbau und der damit verbundenen Lagerhaltung die ersten Schriftsysteme erfunden wurden. Damit gab es bereits eine Aufzeichnung von Information und damit auch Aufbewahrung von Information ohne die Notwendigkeit einer Auswahl. Die erzwungene Auswahl und damit die Zwangsbeschränkung auf das Wesentliche fand in den oralen Kulturen statt. Solange es eine nur mündliche Überlieferung, einen Wissenstransfer nur von Mensch zu Mensch gab, konnte man sich gar nicht leisten, den kostbaren Speicherplatz – nämlich das menschliche Gedächtnis – mit Unwesentlichem zu besetzen. Erst der extrasomatische Speicherplatz – seien dies nun Tontäfelchen oder digitale Datenträger – gestatten den Luxus einer Aufzeichnung auch von Ballast-Informationen.

Auch bei Besinnung auf die oralen Gesellschaften bleibt allerdings die Frage offen, welche Inhalte es denn sind, welche als relevant zu gelten haben. Konkrete Antworten liefert die Biologie. Gemäss dem Berner Verhaltensbiologen Beat Tschanz finden in der Wahrnehmung von Lebewesen diejenigen Informationen resp. jenes Reizangebot Beachtung, das «Selbstaufbau und Selbsterhalt ermöglicht und zur Arterhaltung beiträgt». Auf das Kulturwesen Mensch übertragen, müsste dies heißen: was zur eigenen Entwicklung (auch der seelisch-geistigen Entwicklung!) beiträgt und der Sicherung und damit auch der Kultivierung des eigenen Lebens, aber auch des Lebens der menschlichen Gesellschaft in deren Abhängigkeit von Umwelt und Ressourcen dienlich ist. Die aus der Biologie abgeleiteten Relevanzkriterien haben den Vorteil, dass sie auch für die Selektion und Aneignung von Fachwissen anwendbar sind, nicht nur im Hinblick auf die berufliche Ausbildung, sondern auch im Hinblick auf das Wissensmanagement einer Unternehmung.

Qualitätskriterien für die Beurteilung von Information

So vorrangig der Gesichtspunkt der Relevanz einzustufen ist, er vermag als Instrumentarium für die Informationsselektion und -beurteilung nicht zu genügen. Die Metapher der Informationsflut legt ja auch nahe, dass in solcher Schwemme ebenso Geröll, Schlamm, haufenweise Verpackungsmaterial und Müll mitschwimmt. Aus diesem Schwemmgut die einzelnen

Informations-Goldkörner herauszuwaschen, erheischt einen Aufwand und Sachverstand. Zum Beispiel kann je nach Medium oder Kanal die Herkunftsbezeichnung einer Information ein Hinweis sein, wobei als Regel gilt, dass Quellenmaterial gegenüber sekundären Auswertungen vorzuziehen ist. Die Nennung des Anbieters/Kommunikators/Produzenten/der Verantwortung hinter der Information mag ebenfalls als Indiz für Verlässlichkeit gelten. Es sind aber weitere Qualitätskriterien erforderlich, wobei angesichts eines anarchischen Angebots, wie es im Internet-System sein muss, diese nicht mit Sicherheit greifen können. Ein Ansatz zu solchen Qualitätskriterien sei hier gleichwohl entwickelt.

Es ist unmittelbar einsichtig, dass solche Kriterien für alle Formen und Inhalte von Information anwendbar sein müssen. Als Referenzsystem sind deshalb am ehesten möglichst allgemeingültige Massstäbe brauchbar. Dies spricht für den Rahmen, wie ihn die Philosophie anbietet. Ich schlage deshalb vor, dass die Qualitätskriterien von den drei klassischen philosophischen Grundfragen aus abgeleitet werden – in Ergänzung zur hier vorweggenommenen medienpädagogischen Frage «Was ist wichtig?». Die drei philosophischen Grundfragen lauten: «Was ist wahr?», «Was ist gut?», «Was ist schön?» Diese drei Fragen begründen bekanntlich die philosophischen Teildisziplinen Erkenntnistheorie, Ethik, Ästhetik. Die davon abgeleiteten Kriterien könnten dann lauten: Glaubwürdigkeit, Vertretbarkeit, Stimmigkeit. Mit ihnen wäre bei jeder Information der Wahrheitsgehalt, die dahinter stehende moralische Verantwortung und die formale Gestaltung zu überprüfen und zu beurteilen.

Wenn man von kritischer Beurteilung spricht, meint Kritik – von der Etymologie her – unterscheidend. Im französischen Verb *discerner* ist die entsprechende griechische Wurzel *kri* enthalten. Zum medienpädagogischen Grundinstrumentarium gehört deshalb eine differenzierende Wahrnehmung. Sie muss allerdings auch ergänzt werden durch defensive Strategien, Indifferenzstrategien, damit der Rezipient nicht durch die Information der aggressiven Art aussengesteuert reagiert.

Medienpädagogik sollte sich vermehrt in Richtung einer Informationsphilosophie entwickeln und so zum Umgang mit Information in der Informationsgesellschaft qualifizieren. Im Begriff Philosophie schwingt dabei eine unausgesprochene Sehnsucht mit: Philosophie heißt eigentlich Liebe zur Weisheit. Weisheit und Wissen hängen ebenfalls sprachlich zusammen. Aber in der Informationsgesellschaft gibt es offenbar lediglich eine Vermehrung des Wissens.

*Medienpädagogik
sollte vermehrt
zum Umgang mit
Information in der In-
formationsgesellschaft
qualifizieren.*