

Manfred Jochum:
Wissenschaftswissen und Medienwissen oder:
Die Virtualität des Wissens

Innsbruck, Wien: Studien-Verlag 1999, 64 S., br., ISBN 3-7065-1330-7,
DM 13,50

Wie Computer, Internet und Cyberspace – und all die noch kommenden digitalen Novitäten – Denken, Wirklichkeitsverständnis, Wissen und Wissenschaft verändern, möglicherweise zerstören, darüber rätseln, rasonieren und menetekeln Feuilletons, Fachmagazine, Talkshows und selbsternannte Kulturphilosophen schon lange. Der vorliegende Essay des Wiener Journalisten, Leiter der Radiohauptabteilung „Wissenschaft und Bildung“ beim ORF, reiht sich in diese endlose Galerie nahtlos ein und ragt – so wie er sich mit vielen Zitaten bei ihr bedient – auch kaum darüber hinaus. Allerdings darf man ihn zum skeptischen Spektrum rechnen: So insistiert Jochum darauf, Information und Wissen klar zu trennen und die Anhäufung von Informationen im Netz nicht sogleich als Wissenserweiterung missverstehen zu wollen. So warnt er vor allzu euphorischen Erwartungen vor irgendwelchen Automatismen, dass beispielsweise noch so attraktive Lernsoftware postwendend Lernprozesse erzeugt, wie die einschlägige Reklame allenthalben glauben machen will. Aber unbemerkt gerät er selbst in die Falle der Technologiefaszination, wenn er behauptet, künftige Kriege werden durch die (Über)Macht gewonnen, die Informationen beherrscht. Die letzten Kriege haben im Endeffekt immer noch schmerzlich das Gegenteil bewiesen, zumal dann, wenn ihre elektronischen Systeme wieder einmal kläglich versagten. Und noch immer töten nicht Elektronen und virtuelle Waffen, sondern materielle.

Dem im Titel annoncierten Thema weiß der Medienmann recht wenig und nur Oberflächliches abzugewinnen: nämlich nur, dass Medien und Netze immer mehr Wissen erobern und verbreiten und dadurch auch die „Wissenschaftler“ (!) versklaven. Erwartet hätte man auf den Titel hin eine Diskussion darüber, ob und wie sich wissenschaftliches Wissen und Medienwissen unterscheiden, ob sich das eine dem anderen unter dem Druck von Digitalisierung, Medienmarkt und Ökonomie anpasst, ob und wie sich unterschiedliche Verbreitungssysteme herausbilden und ob sich Wertigkeiten des wissenschaftlichen Wissens unter der Maßgabe unbedingter, schneller Konkurrenz und immerwährender Medienpräsenz verschieben und abschleifen. Darüber muss gründlich nachgedacht werden, aber nun an anderer Stelle.

Hans-Dieter Kübler (Hamburg Werther)