

Abstracts

Deutsch

Walter Hömberg: Wissen ist Macht!? Medien und Kommunikation in der „Wissensgesellschaft“

Zeitgenössische Sozialwissenschaftler haben viele Gesellschaftstheorien im Angebot: die „Risikogesellschaft“ und die „Erlebnisgesellschaft“, die „Multioptionsgesellschaft“ und die „Verantwortungsgesellschaft“, die „multikulturelle“ und die „flexible Gesellschaft“. Besonders der Begriff „Wissensgesellschaft“ hat in aktuellen Zeitdiagnosen Konjunktur. Der Verfasser diskutiert Sinn und Unsinn solcher Etikettierungen. In einem historischen Rückblick skizziert er die Entwicklungslinien der Wissen(schaft)skommunikation von der frühen Neuzeit bis zur Gegenwart. Neben markanten Protagonisten wie Bacon, Kant und Wilhelm Liebknecht werden soziale und mediale Entwicklungen behandelt. Der Beitrag betont die Unterschiede zwischen Daten, Informationen und Wissen und gibt einen Überblick über verschiedene Formen und Typen des Wissens. Am Schluss wird auf Aporien und Paradoxien verwiesen: Mit dem Wissen wächst zugleich der Zweifel – und auch das Nichtwissen.

Alexander Filipović: Neue Medienkompetenz und Beteiligungsgerechtigkeit. Herausforderungen für die Kommunikations- und Medienethik

Medien- und Kommunikationsethik muss sich in der „Wissensgesellschaft“ neuen Herausforderungen stellen. Neue Möglichkeiten der Medien und der Kommunikation können von der Medienethik weder enthusiastisch fortschrittsoptimistisch noch pessimistisch kulturkritisch interpretiert werden. Statt dieser so populären Sichtweisen muss die Medienethik nach neuen Ideen suchen, wie die Möglichkeit sozialer Beteiligung vergrößert werden kann. Der Text behandelt zwei miteinander zusammenhängende individuelle Herausforderungen: erstens die Notwendigkeit, mediale Inhalte selbstverantwortlich auszusuchen und zusammenzustellen und zweitens mit dem enormen Angebot an Informationen zu Recht zu kommen. Angesichts dieser Voraussetzungen sind neue individuelle Voraussetzungen notwendig. Die Aufgabe, Medien-, Informations- und Beteiligungskompetenzen auszubilden und zu entwickeln, wird als Frage sozialer Gerechtigkeit interpretiert.

Englisch

Walter Hömberg: Knowledge is Power!? Media and Communications in a „Society of Knowledge“

At present social scientists offer many theories of society: „a society taking a risk“, a „society of events“, a „society of multiple options“ and a „society of responsibility“, a „multicultural“ and a „flexible society“. In today's analyses of our time particularly the expression „society of knowledge“ is booming. In his article the author discusses sense and nonsense of such labelling. In a historical retrospect he analyses the development of communicating (scientific) knowledge from the early modern age to the present time. Besides dealing with well-known protagonists like Bacon, Kant and Wilhelm Liebknecht, he describes social and communication developments. The author stresses the differences between data, information and knowledge and gives an overview on different forms and types of knowledge. At the end he refers to perplexities and paradoxes: The greater knowledge one gains the greater become his doubts - and also becomes his state of knowing nothing.

Alexander Filipović: Media- and Communication Ethics: New Challenges within the „Society of Knowledge“

Ethically, new options in the world of media and communications can be regarded neither too pessimistic nor too enthusiastic. Instead of these popular reactions to new media technologies and media change, media ethics has to look for more options to increase opportunities of social participation. This text deals with two specific challenges: First the necessity to assemble diverse media content on one's own responsibility and second the challenge to deal with the enormous amount of information on offer. Facing these challenges, new individual qualifications are needed. The task to generate and to develop media-, information- and participation-competencies is being interpreted as a question of social justice.