

Hartmut Winkler

## **Don't be a Maybe. Entscheidungslust, Entscheidungsdruck und Entscheidungsnot unter den Bedingungen der Moderne**

2016

<https://doi.org/10.25969/mediarep/16189>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

### **Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Winkler, Hartmut: Don't be a Maybe. Entscheidungslust, Entscheidungsdruck und Entscheidungsnot unter den Bedingungen der Moderne. In: Tobias Conradi, Florian Hoof, Rolf F. Nohr (Hg.): *Medien der Entscheidung*. Münster: LIT 2016 (Medienwelten. Braunschweiger Schriften zur Medienkultur), S. 209–225. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16189>.

### **Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

### **Terms of use:**

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - Share Alike 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

# DON'T BE A MAYBE.

## ENTSCHEIDUNGSLUST, ENTSCHEIDUNGSDRUCK UND ENTSCHEIDUNGSNOT UNTER DEN BEDINGUNGEN DER MODERNE

### Entscheidungslust: Marlboro

Im Jahr 2011 hat Marlboro eine Werbekampagne gestartet, die in den Städten, auf Plakatwänden und Bushaltestellen, allgegenwärtig war und in der Öffentlichkeit ziemlich viel Beachtung gefunden hat; zunächst wurde als eine Art Rätsel nur der Slogan selbst präsentiert (Abb. 1), und später dann eine Anzahl von Szenen, die das Rätsel auflösten und klarmachten, was die Prämie ist, sobald man aufhört, ein *Maybe* zu sein (Abb. 2-7). Die Kampagne wurde vor allem im Netz ausführlich diskutiert, vielfach karikiert und weiterbearbeitet; meist mit moralischem Unterton, mit dem Hinweis, dass Rauchen Krebs verursacht, oder dass Konzerne Geld machen wollen.

Abb. 1

### Die Welt

Im März 2012 dann griff die Zeitung *Die Welt* die Werbung auf und machte sie zum Gegenstand einer Analyse, die – durchaus verblüffend – von der Kritik zu einer Art Zustimmung wechselte:

»Diese Kampagne [...] trifft den Nerv unserer Zeit. *Wir sind genau jene Maybes, die Abwarter und Unentschlossenen, die Zögerer und Zauderer, von denen hier die Rede ist.* Wir, das sind die 20- bis 30-Jährigen, die in den 80er-Jahren geboren und im digitalen Zeitalter sozialisiert wurden. Wir sind mediale Zeugen von ›9/11‹, Irak- und Afghanistan-Krieg und sind durch den Anblick hilfloser Eisbären auf treibenden Schollen für die globale Erderwärmung sensibilisiert. Wir kennen Smartphones, Megapixel, Nanosekun-





Abb. 2-4

den und Terabytes. *Es sind der Möglichkeiten zu viele, so scheint es. Wir haben vergessen, wie man Entscheidungen trifft.* Und wir haben es uns in unserer Unentschlossenheit bequem gemacht. [...] Wir schlafwandeln durch eine vernetzte Welt voller Möglichkeiten und fühlen uns verunsichert angesichts der Fülle von Optionen. [...] Wir haben uns in eine Mentalität des Entweder-oder verrannt [??], die uns zum Verhängnis wurde [??]; wollen überall dabei sein und nichts verpassen. Ein Irrweg. *Der Mut zur Entscheidung ist wieder gefragt. Auch wenn das manchmal unangenehm ist.*« (Jeges 2012) ◀1

Der Autor, schreibt das Blatt, ist 29 und »Volontär an der Axel-Springer-Akademie«. Identifiziert in der ›Wir‹-Form macht er sich zum Sprecher seiner Altersgenossen. Die Werbekampagne wird damit in den Status einer Gegenwartsdiagnose erhoben. Und der relative Erfolg der Kampagne gibt dem Recht; ob der Umsatz gestiegen ist, weiß ich nicht – der ehrwürdige Marlboro-Cowboy und das Rot-Weiß jedenfalls sehen mehr als alt aus im Licht der neuen Ästhetik; und die Marke hat in den dynamischen Entschaidern ein würdiges Update gefunden. Zu dem Erfolg der Kampagne gehört, dass der wohlmeinende Staat sie im Oktober 2013 verbot. »Das Landratsamt München«, berichtet n24,

»hat dem Zigarettenkonzern Phillip Morris seine aktuelle bundesweite Marlboro-Werbung verboten. [...] Die schon seit 2011 laufende ›Maybe‹-Kampagne [...] mit ›jugendlich bzw. heranwachsend aussehenden Personen in alterstypischen Situationen: [...] spreche Jugendliche und Heranwachsende als Zielgruppe an. Sie suggeriere, *die Zigarette mache aus einem Zauderer (Maybe) einen Macher (Be)*. Das Verbot gelte bundesweit für Plakate, Flyer, Kino- und andere Werbung.« ◀2

## Entscheidungsdruck durch Differenzierung

Gucken wir also etwas näher hin, was die Analyse der *Welt* an Argumenten enthält. Es wird 1. eine Unfähigkeit konstatiert, sich zu entscheiden. Diese Unfähigkeit wird 2. auf eine Überforderung der Subjekte zurückgeführt. Und diese schließlich 3. auf die Tatsache, dass die Zahl der Optionen, die zur Wahl stehen, über alle Maßen gewachsen ist.

Damit schließt der Artikel an ein narratives Muster an, das man mit Fug unter die ›großen Erzählungen‹ der Moderne rechnen könnte: Dass nämlich Moderne und Modernisierung primär durch einen *Differenzierungsprozess* gekennzeichnet sind, der beständig neue Möglichkeiten/Optionen, und damit *Komplexität* produziert. Luhmann etwa würde dem zustimmen: »Man kann die soziokulturelle Evolution beschreiben als zunehmende Differenzierung der Ebenen, auf denen sich Interaktionssysteme, Organisationssysteme und Gesellschaftssysteme bilden.« (Luhmann 1991, 13; 1993b, 22, 36ff.; 1975)



Abb. 5-7

## Entscheidung

Glücklicherweise aber gibt es ein Gegengift – »Wo aber Gefahr ist, wächst/Das Rettende auch.« (Hölderlin 1953) Und das Rettende ist in diesem Fall die *Entscheidung*. »Der Mut zur Entscheidung ist wieder gefragt«, haben wir gelesen, »auch wenn das manchmal unangenehm ist.« (Jeges 2012)

Ausweg also ist die Fähigkeit zur Entscheidung; tatsächlich völlig parallel zu der Argumentation der Marlboro-Werbung selbst; eine ganze Generation mag durch Zögern gekennzeichnet sein, doch es bedarf kaum mehr als eines Weckrufs, und eben der heroischen Entscheidung selbst, um die Dinge wieder in die Hand zu nehmen und sein Schicksal zu meistern.



Abb. 8

Und auch dieser Gedanke setzt auf einem populären Mythologem auf, einer der verdeckten Grundvorstellungen also, die das Weltbild der westlichen Gesellschaften strukturieren: die Entscheidung und die Fähigkeit zur Entscheidung sind fast völlig uneingeschränkt positiv konnotiert. Das gilt insbesondere für die Wirtschaft, deren Manager sich gerne als ›Entscheider‹ verstehen. Der Politik und der ›Quasselbude‹ des Parlaments wird vorgehalten, nur zu

reden, nichts aber zu tun, wichtige Entscheidungen vor sich herzuschieben und zur tatsächlichen Gestaltung letztlich unfähig zu sein. Die Wirtschaft dagegen definiert sich darüber, dass sie Fakten schafft.

Dass dies auch eine durchaus aggressive Seite hat, wird ausdrücklich zugestanden. Im Feld der Theorie mag es dem Leser wohliger grausen, wenn er bei Schumpeter (2005) liest, dass ökonomische Innovation mit einer ›Schöpferischen Zerstörung‹ einhergeht; wenn Shell das Niger-Delta mit Öl verseucht allerdings wird die Destruktion praktisch; und trotzdem würde die Wirtschaft dies als Kollateralschaden sehen. Ähnlich, wenn man sich in Japan auch nach Fukushima und ohne den geringsten Plan, wie mit der Ruine umzugehen ist, nassforsch zum Wiederaufbau der Atomkraftwerke bekennt. In beiden Fällen sind es Entscheider, die das entscheiden. Und es mag sein: Nicht jede oder jeder ist zum Entscheider gemacht.

Das Mehdorn-Portrait (Abb. 8) gibt dies glänzend wieder. Den Blick in die Weite gerichtet, halb noch Visionär und halb schon Feldherr und Täter; die Kamera wie selbstverständlich in der Untersicht; das Kinn ganz Entschlusskraft, die Lippen in langjähriger Durchsetzung zusammengepresst, und trotzdem noch ein bisschen jungenhaft und verschmitzt – so wollen wir diejenigen sehen, die im Rücken der Politik die Geschicke des Landes lenken.

Überflüssig zu sagen, dass dies eine männliche Bilderwelt ist. Management, Tat und Entschlusskraft sind männlich konnotiert, da wird auch die 30%-Quote in den Aufsichtsräten nichts ändern. Und Entscheiden ist sexy. ›Entscheiden können‹ eine unmittelbare Übersetzung jener ›Agency‹, die vor allem die feministischen Machttheorien zum Gegenstand machen.

Oben, auf dem Hügel des Feldherrn, geht frischer Wind; Manager lassen sich, ohne Rücksicht aufs Klischee, gerne sonnengebräunt am Steuer ihrer Yacht fotografieren. Der Wind selbst steht für jene Freiheit, jenes Ausgesetzt-Sein, das das Entscheiden erst wirklich sexy macht.

Im Artikel der *Welt* bleibt dieser weiter gefasste kulturelle Hintergrund unausgesprochen und kann unausgesprochen bleiben, weil er als selbstverständlich vorausgesetzt werden kann. Ohne ihn allerdings muss es rätselhaft bleiben, wie und warum der Autor nach seiner kritischen Analyse ausgerechnet auf das Entscheiden wieder einschwenken kann. Und es ist symptomatisch, dass das Einschwenken exakt an dieser Stelle misslingt. Was nämlich ist denn gemeint, wenn der Text sagt: »Wir haben uns in eine Mentalität des Entweder-oder verrannt«? (Jeges 2012) Und noch dazu in eine, »die uns zum Verhängnis wurde«? (ebd.) Wäre eine Mentalität des Entweder-oder nicht die des Entscheidens und der Entscheidung selbst? Und warum in aller Welt wählt die *Welt* ausgerechnet diesen Missgriff zum *Titel*: »Generation Maybe hat sich im Entweder-oder verrannt«? (ebd.)

Meine These ist, dass exakt hier der Hund begraben liegt. Am Punkt des Umschlags zwischen Problem und Lösung; zwischen einer Analyse, die ein Syndrom von Komplexität und Überforderung unterstellt, und dann eben doch – heroisierend-männlich und konventionell – auf Entscheidung setzt.

## Komplexität

Gehen wir noch einmal zurück auf die Komplexität. Denn wenn die Lösung ›Entscheidung‹ auch möglicherweise fraglich ist: Wer wollte der Analyse ›Komplexität‹ und ›Optionenvielfalt‹ widersprechen?

Jeder, der einmal versucht hat, gemeinsam mit seinem Lebensabschnittspartner eine Wohnung einzurichten, weiß, wie viele Möglichkeiten es gibt, ein einzelnes Bild aufzuhängen. Die Firma Starbucks überbietet die Vielfalt des klassischen Wiener Kaffeehauses, wenn sie neben ›gebrühtem Kaffee‹ geschlagene siebzehn ›Espresso-Getränke‹ listet; ◀3 und die mündliche Befragung/empirische Sozialforschung, die man bei der Bestellung durchlaufen muss, hat bereits ihren Weg auf die Comedy-Bühne gefunden. ◀4

Ein zweites Beispiel – eine Szene aus SWITCH RELOADED – ist hiermit nur scheinbar redundant; ◀5 SWITCH RELOADED nämlich macht deutlich, dass es sich häufig um eine Kombinatorik handelt. In vielen Fällen geht, was als Komplexität erscheint, tatsächlich auf die Kombination nur relativ weniger Parameter zurück, was der Komplexität selbst ein bestimmtes Gesicht gibt; auch diesen Aspekt werde ich später wieder aufgreifen.

## Zwischensumme

Bevor ich zu meinem zweiten Teil komme, möchte ich nun eine kurze Zwischensumme ziehen. Viele Theorien der Moderne beschreiben die Modernisierung als einen Differenzierungsprozess, als Zunahme von Komplexität, als Zunahme materieller Ressourcen und Optionen; mit der Unterstellung, dass die Realität letztlich *reicher* wird.

Und – damit verschränkt – wird die Bereicherung gleichzeitig zum Problem; die involvierten Subjekte sehen sich vor spezifische Schwierigkeiten der Orientierung und dann der Entscheidung gestellt. Komplexität, so könnte man sagen, ist das Stichwort, das die Haben- und die Problem-Seite miteinander verbindet: Ist Differenzierung, Komplexität, Vielfalt einerseits Reichtum, mahnt der Begriff gleichzeitig an, dass Komplexität *beherrscht*, und das heißt wieder eingehegt und begrenzt werden will. Um die Spannung dieser beiden Momente wird es im Folgenden gehen.

## Zweifel

Ich habe die These der Differenzierung eine ›große Erzählung‹ genannt, weil man sie – selbstverständlich – auch bezweifeln kann. Und zwar sind sehr verschiedene Arten von Zweifel möglich. Zum einen kennt die Moderne neben Differenzierungsprozessen zweifellos auch Prozesse der *Ent-Differenzierung*. Die Produktion von Vielfalt hat ihr Korrelat im Eliminieren von Vielfalt, nicht nur der biologischen Arten; Techniken, vor allem Handwerkstechniken gehen unter, ebenso wie Sprachen und Praktiken; mit den Prozessen der Globalisierung verbreiten sich Normen und Standards der Technik und des Verhaltens, die lokale Standards unter sich begraben.

Zum Zweiten kann man argumentieren, dass vormoderne Gesellschaften möglicherweise nicht weniger komplex sondern komplexer waren; wenn auch auf völlig andere Art und Weise, was den Blick darauf lenkt, was man überhaupt ›Komplexität‹ nennen will. Komplexität ist nicht in jedem Fall auf Optionenvielfalt zu reduzieren; und es sind auch solche Typen von Komplexität denkbar, die Situationen undefinierter, diffuser oder offener lassen, so dass auch der ›Entscheidung‹ eine andere Rolle zukommt.

## Differenzierung und Entdifferenzierung

Entsprechend sollte man vielleicht noch einmal genauer hinschauen. Und zwar zunächst auf die generelle Vorstellung von Differenzierung selbst. Differenzierung kann man möglicherweise im Bild eines liegenden Baumes beschreiben. Links – künstlich singularisiert – ein Stamm, und rechts ein unübersehbares Gewirr von Zweigen; der Vektor der Entwicklung geht von links nach rechts, und das Bild kommt zu seiner notwendigen Grenze, wo die Äste sich nicht weiter verzweigen können, sondern im Nichts enden (Abb. 9).

Ent-Differenzierung, entsprechend, kehrt das Bild um; nun sind die Zweige, woher immer sie kommen, links, und der Stamm ist rechts; der Entwicklungsvektor führt, was differenziert war, zusammen (Abb. 10).

Mein Vorschlag nun ist, beide Bilder zu überlagern und eine systematische Wechselbeziehung zwischen Differenzierung und Ent-Differenzierung zu unterstellen. Damit verlagert sich die Aufmerksamkeit auf Prozesse der *Reduzierung von Komplexität*. Eine kontinuierliche, einsinnige Zunahme von Komplexität ist schon aus systematischen Gründen unmöglich, ähnlich wie ein exponentielles Wachstum prinzipiell nicht auf Dauer gestellt werden kann. Und offensichtlich verfügt die Gesellschaft über Prozesse, die Komplexität gezielt aus der Welt schaffen.

Das sieht auch Luhmann, der Theoretiker der Differenzierung, genau; etwa, wenn er die Bildung von Codes als eine Technik beschreibt, die *Erwartbarkeit* herstellen soll (Luhmann 1996, 32ff.); oder allgemeiner immer dann, wenn es in seinen Texten um Kontingenzbewältigung geht (vgl. z.B. Luhmann 1993b, 467ff.). Komplexität verlangt nach Techniken, die diese Komplexität handhabbar machen; und nur auf dieser Basis wird neue Komplexität möglich. Gesellschaften bilden Kulturtechniken aus, die speziell der Bewältigung von Komplexität dienen.

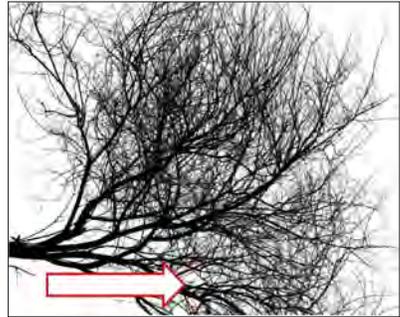


Abb. 9



Abb. 10



Abb. 11

## Entscheiden

Und eine dieser Kulturtechniken – auf diese Pointe steuert mein Argument zu – ist die *Entscheidung*. Entscheidungen haben den Effekt, dass sie die Alternativen, die zur Verfügung standen, eliminieren. Wie an der Gabelung eines Weges wird nur eine Alternative gewählt (Abb. 11).

Und zwar egal, wie die Entscheidung ausfällt. Das bedeutet gleichzeitig, dass damit alle anderen Alternativen verworfen werden (Abb. 12).

Abb. 12



Wenn ich später die Möglichkeit habe, zu der Kreuzung noch einmal zurückzukehren, kann ich meine Entscheidung revidieren und einen der anderen Wege nehmen; in den meisten Fällen aber gibt es diese Möglichkeit nicht, weil sich, darauf macht ebenfalls Luhmann aufmerksam (Luhmann 1993a), u. a. durch die Entscheidung selbst die Umstände ändern, die Realität, die ich beim Zurückkehren vorfinde, also nicht mehr die gleiche ist.

Auf diese Weise also bin ich die Alternativen vollständig los, *ich habe sie aus der Welt geschafft*;

und je mehr Möglichkeiten es gegeben hätte, sich eben auch anders zu entscheiden, desto wirksamer ist die Reduzierung, die sich ergibt. Entscheiden ist insofern eine sehr wirksame, gleichzeitig aber auch sehr rabiate Technik zur Reduzierung von Komplexität.

## Andere Kulturtechniken zur Reduzierung von Komplexität

Dies wird noch deutlicher, wenn man sie mit alternativen Kulturtechniken vergleicht, die ebenfalls Komplexität reduzieren. In einem anderen meiner Texte habe ich traditionale von spezifisch ›modernen‹ Kulturtechniken zur Reduzierung von Komplexität unterschieden (Winkler 2011).

Unter den traditionellen wären etwa zu nennen:

1. Grenzziehung/Eingrenzung/Ausgrenzung, eine ebenfalls sehr rabiate Technik zur Reduzierung von Komplexität;

2. die Ausbildung von Hierarchien, eng verbunden mit dem Problem der Entscheidung, weil Hierarchien Entscheidungsmacht vorbestimmen und kanalisieren;

3. religiöse und metaphysische Ordnungssysteme reduzieren Komplexität, insofern Glauben und Weltbild relativ einfache Antworten auf komplexe Fragen liefern; weiter

4. die Bildung von Traditionen. Dies ist eine besonders interessante Kulturtechnik zur Reduzierung von Komplexität, weil sie ohne Planung und bewusste Beobachtung, hinter dem Rücken der Beteiligten und bottom up wirksam ist. In ähnlicher Weise

5. alle Mechanismen der Schemabildung (Winkler 2012); und schließlich

6. die Sprache, die, vor allem insofern Begriffe subsumieren, reale Komplexität immer drastisch reduziert.

Die zweite Gruppe wären die spezifisch ›modernen‹ Kulturtechniken. So

7. Arbeitsteilung und funktionale Differenzierung, die aufs Ganze betrachtet zwar die Komplexität steigern, sie aber gleichzeitig in kleine Stücke zerlegen, die für den Einzelnen noch einigermaßen handhabbar sind.

8. viele Prozesse von Technifizierung, die ebenfalls als komplexitätssteigernd erscheinen, wie Latour in seinem Blackboxing-Argument aber zeigt, Komplexität gleichzeitig einkapseln und damit verfügbar machen (Latour 2002, 373; sowie 222-224; Belliger/Krieger 2006, 43).

9. Rationalisierung und Ökonomie, ein Fall wo die Reduzierung besonders augenfällig ist, und schließlich – sehr pauschal –

10. Prozesse der Abstraktion, wie sie sich in Ästhetik und Kunst, und auf der anderen Seite ganz anders in den Naturwissenschaften und im Übergang zu Formalsprachen finden.

Ich kann das Argument hier nicht weiter entfalten. Deutlich aber dürfte geworden sein, dass es sehr viele, sehr unterschiedliche Kulturtechniken gibt, denen man die Funktion zuordnen kann, gesellschaftliche Komplexität zu reduzieren. Und dass damit das Entscheiden in einem *Umfeld* steht, das selber Alternativen zum Entscheiden bereitstellt. Wenn man sich also für das Entscheiden entscheidet, so ist dies keineswegs zwingend.

## Möglichkeitsraum

Gehen wir nun zu den Alternativen über, die im Entscheiden verworfen werden. Auch diese Alternativen, oder zumindest einige von ihnen, wären *möglich* gewesen; Option eben, innerhalb der Optionenvielfalt. Alternativlose Entscheidungen, wie sie Merkel so gerne für sich in Anspruch nimmt, gibt es nicht, oder sie sind keine. ◀6

Die Alternativen, die zur Entscheidung stehen, sind nicht oder noch nicht Teil der Realität, sondern Teil eines *Möglichkeitsraums*, der sich vom Tatsächlichen signifikant unterscheidet. Zum einen ist dieser Möglichkeitsraum unvergleichlich viel größer und ›reicher‹ als das, was tatsächlich der Fall ist. Die Möglichkeiten bilden, bevor sie manifest als Alternativen formuliert vorliegen, eine Art Hof, oder ein Umfeld, das erst Schritt für Schritt feste Gestalt gewinnt. Die Möglichkeiten können ›realistisch sein‹, und insofern der Realität ähneln, oder ›utopisch‹, Phantasie oder Fiktion; ihre Wahl und Realisierung kann nahe liegen, oder extrem weit ab; wo die Realisierung ganz ausgeschlossen scheint, geht das Mögliche in das Unmögliche über. Entsprechend viele Arten gibt es, mit diesem Möglichkeitsraum umzugehen; und Entscheiden ist sicherlich nur eine davon, und wieder eine der größten.

## Produktion der Handlungsalternativen

Entscheiden nämlich kann ich nur, wenn ich in diesen Möglichkeitsraum eingreife. Alles, was an ihm diffus oder unkenntlich ist, muss vereindeutigt werden, und umgearbeitet in jenen Satz von Alternativen, der dann zur Entscheidung steht. Wer entscheiden will oder muss aber verfährt anders; er tut so, als lägen die Alternativen immer schon fertig vor.

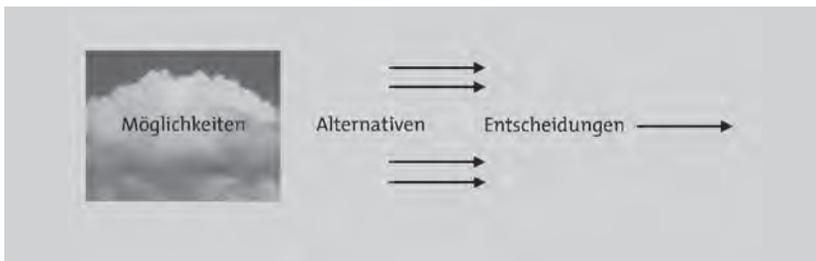
Dies bedeutet, dass nicht nur die Entscheidung selbst einen Aspekt von Gewalt oder Bemächtigung hat. Sondern es gibt eine Dimension von Gewalt oder Bemächtigung, die der eigentlichen Entscheidung vorangeht. Der Möglichkeitsraum muss zugerüstet werden, bevor er eine Entscheidung überhaupt erlaubt. Oder aber, und dies ist der zweite Fall, er *ist* bereits zugerüstet, und es stehen tatsächlich nur vorformulierte Alternativen zur Auswahl; wer auch immer diese Alternativen vorformuliert und zur Auswahl gestellt hat.

Meine These nun ist, dass dieser zweite Fall in der Moderne besonders häufig vorkommt, und dass dies die Entscheidungen wie den spezifisch ›modernen‹ Typus von Komplexität prägt. Entscheidungen sind häufig ›getunnelt‹, insofern sie sich in bereits vorformulierten Alternativen bewegen. Dies ist bei der

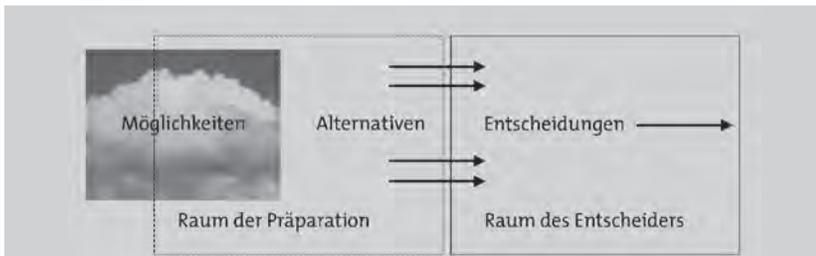
Starbucks-Bestellung so, und noch klarer im Beispiel von SWITCH RELOADED, wo schlichte Kombinatorik Komplexität generiert.

In all solchen Fällen ist es sinnvoll zu fragen, wer es war, der die Alternativen vorformuliert und zur Auswahl gestellt hat. Im Fall von Starbucks mag dies unproblematisch sein, weil völlig unstrittig ist, wer die Auswahl bereitstellt. Ebenso häufig aber ist dies anders, denn es ist keineswegs immer klar, wer welchen Einfluss auf die Vorgaben hatte.

In jedem Fall prägt die Formulierung der Alternativen die Entscheidung vor. Sie funktioniert als ein Pro-gramm. Entsprechend rückt die Macht vom Entscheider weg; oder sie verteilt sich auf zwei Instanzen: den Entscheider und denjenigen, der die Macht hatte, die Alternativen zu programmieren (Abb. 13).



Der Raum des Entscheidens zerfällt in zwei Räume; den sichtbaren des Entscheiders und der Entscheidung, und einen zweiten Raum der Präparation, der in vielen Fällen weniger gut beleuchtet ist (Abb. 14).



## Medien

Statt von einem Raum des Entscheidens von zweien auszugehen, hat weitreichende Konsequenzen; denn die Frage führt uns zurück auf das Terrain der *Medien*. Nun nämlich muss auffallen, dass es Medien gibt, die in exzessiver Weise mit vorformulierten Alternativen arbeiten. Und vor allem gilt dies für den Computer. All jene ›Menüs‹, die die Rechner ihren Nutzern zukehren, die Logik des Hypertexts, der die Oberfläche der Netze bestimmt, alle Knöpfe und Buttons und Auswahloptionen sind mit Funktionen hinterlegt, die, nun im wörtlichen Sinn, pro-grammiert wurden.

Auf der ersten Ebene ist dies so wenig ein Geheimnis wie im Fall von Starbucks. Auf einer zweiten Ebene aber wird dies sehr bedenkenswert, und zwar nicht, weil die Rechner uns eine *bestimmte* Auswahl aufnötigen, sondern weil sie uns *überhaupt* in den Modus der ›Entscheidung‹ zwingen. Möglicherweise also gilt gerade hier, was der unglückliche Welt-Kolumnist sagte: »Wir haben uns in eine Mentalität des Entweder-oder verrannt« (Jeges 2012). Wenn auch eben ganz und gar nicht in seinem Sinne (und unabhängig davon, ob sie »uns zum Verhängnis wurde« (ebd.)).

### Medien des ›Und‹ und des ›Oder‹

Das Universum der Rechner scheint mir weniger durch die notorischen Nullen und Einsen bestimmt, als durch diese Logik der Auswahl. Rechner sind, wie ich vorgeschlagen habe, ein Medium des ›Oder‹ (Winkler 2003, 326). Das Programm, das jeweils hinter den Knöpfen liegt, ist verborgen. Und noch verborgener, weil in den Status des Selbstverständlichen entrückt, ist das ›Oder‹ selbst. Wenn eine der gegenwärtigen Leitlinien für das Softwaredesign also behauptet: ›What you see is what you get‹, so ist dies ein Ideologem; die scheinbare Sichtbarkeit und völlige Transparenz der Optionen verhüllt jenen zweiten Raum, in dem die Vor-Entscheidungen fielen. Was man bekommt, ist eben gerade *nicht* das, was als Auswahl zu sehen ist.

›Oder‹-Medien können nur deshalb ein Thema sein, weil es eben auch andere Medien gibt. Provisorisch habe ich den Film und allgemeiner die audiovisuellen Medien als eine Gegenwelt diskutiert, die eben nicht dem ›Oder‹ der Auswahl, sondern eher einer Logik des ›Und‹ folgen. Dieses ›Und‹, zugegeben, ist nicht das logische ›Und‹; sondern das einer eher diffusen Aufhäufung, einer Überfülle, wie sie das Filmbild kennzeichnet; oder das vorwärtsdrängende ›Und dann – und dann‹ aller Narration.

Um die Trennung zwischen ›Und‹ und ›Oder‹ noch etwas klarer zu machen, kann man das Beispiel Zapping heranziehen; wenn ich mit der Fernbedienung den Kanal wechsele, bewege ich mich im ›Oder‹; wenn ich mich hingebe und dem Fluss des Angebots folge, bewege ich mich im ›Und‹. In der Bezeichnung ›Kanal‹ ist schon beides enthalten: die Tatsache, dass etwas fließt, und dass der Kanal seitliche Grenzen hat (Abb. 15).



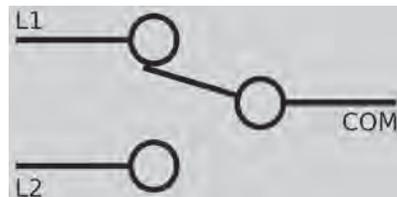
Abb. 15

Und- und Oder-Medien – sie alle verwalten Möglichkeitsräume, aber eben auf ziemlich unterschiedliche Weise.

## Schalten

Das Beispiel der Fernbedienung nimmt es vorweg: Die schlichteste Implementierung des ›Oder‹ ist der *Schalter* (Abb. 16); und dieser liegt – zunächst als Schalttransistor, und dann zu integrierten Schaltkreisen zusammengefasst – aller Computerhardware zugrunde. Computerprozessoren sind Systeme von inzwischen Milliarden von Schaltern, die die Besonderheit haben, dass sie Signalströme nicht nur schalten, sondern von Signalströmen auch geschaltet werden (Winkler 2015, 255-276). Insofern ist es wenig verwunderlich, dass das ›Oder‹ dem Computer näher ist als das ›Und‹; und mit dem Schalter kehrt auch das Bild der Wege und der Wegkreuzung wieder (Abb. 17).

Abb. 16-17



Und ebenso die Logik des Pro-gramms und der ›zwei Räume‹, weil nur das geschaltet werden kann, was zuvor als Schalter/Hardware implementiert wurde.

## Bindung ans Handlungsmodell

Der letzte Zusammenhang, den ich aufzeigen will, mag trivial erscheinen, ist mir aber ganz besonders wichtig. Entscheiden ist an Handeln gebunden; *entscheiden muss ich nur* (oder vor allem dann), *wenn ich handeln will*.

Handeln und die Notwendigkeit, handeln zu müssen, ist so tief eingelagert in das westliche Selbstverständnis und unsere rastlos »industrielle« Kultur, **17** dass es sinnlos erscheint, es zu befragen oder in Frage zu stellen. Und dennoch möchte ich vorschlagen, genau das zu tun; und selbstverständlich ist auch dieser Weg vorgebahnt durch sehr prominente Denker.

Eine der radikalsten Formulierungen haben Horkheimer/Adorno gefunden, wenn sie – mein absolutes Lieblingszitat aus der Dialektik der Aufklärung – schreiben:

»Furchtbares hat die Menschheit sich antun müssen, bis das Selbst, der identische, zweckgerichtete, männliche Charakter des Menschen geschaffen war, und etwas davon wird noch in jeder Kindheit wiederholt. Die Anstrengung, das Ich zusammenzuhalten, haftet dem Ich auf allen Stufen an.« (Horkheimer/Adorno 1981, 50)

Horkheimer/Adorno haben die Anforderung wach, alert und entschlossen zu sein immer wieder karikiert und es schroff und aristokratisch zurückgewiesen, das menschliche Selbstverständnis auf Zweck und Mittel, auf Handeln, Realität und männlich-heroische Entscheidung zu gründen. In einer Doppelbewegung haben sie sich stattdessen auf die Seite des Möglichen geschlagen, das sie am ehesten in der *Kunst* fanden, und gleichzeitig auf die Seite der Wahrheit, auch wenn diese – ein Problem, wie ich zugebe – möglicherweise nicht genauso plural wie das Mögliche ist.

## Schluss

Wenn ich auf das Handeln, und sei es probeweise, nämlich verzichte, schwindet plötzlich, rätselhaft und vollständig auch der Entscheidungsdruck. Ich kann mich zurücklehnen und die Vielfalt der Möglichkeiten an mir vorbeiziehen lassen; mich an der Vielfalt freuen und sogar die möglichen Widersprüche, die sich auftun, genießen. Der Raum des Möglichen eben gehorcht anderen Gesetzen. Und wo das Tatsächliche einsinnig ist – sicherlich mehrdeutig, einsinnig aber in dem Sinne, dass es den Raum der Deutungen eben zu einem der Deutungen macht – explodiert das Mögliche als Pluralität.

Und man muss, auch dies ist tröstlich, weder Adorno-Anhänger, noch Künstler, nicht – nach dem Muster der *vita contemplativa* – Ästhet, oder gar Zen-Buddhist werden, wenn man sich entschließt (!), sich probeweise auf die Seite des Möglichen zu schlagen. Das Symbolische selbst, und damit die Sphäre der Medien, das ist meine Behauptung, haben hier ihr Zentrum. Symbolische Prozesse sind nicht Widerspiegelung/Verdopplung der Welt, und nicht ein schlichtes Organisationsmittel – *communication and control* (Wiener 1961) – sondern sie haben ihre Pointe darin, dass sie den Raum des Möglichen eröffnen.

Es ist dieser Raum, der infrage gestellt wird, wenn Marlboro dazu auffordert, das Maybe dem Be zu opfern. Und nun tritt die Tatsache hervor, dass es sich bei dem Slogan um einen Imperativ handelt. Exakt in dem Moment, wo uns die Werbung die individuelle Freiheit zu Entschluss und Handeln verspricht, fällt sie in den Ton der Anweisung zurück. ›Don't be a Maybe‹ setzt darauf, dass die Trias aus heroischem Entschluss, männlich konnotiertem Handlungsmodell und Macht/Agency außer Frage steht. Vielleicht – *maybe* – aber ist das nicht mehr der Fall.

## Anmerkungen

01► Hervorh. und Erg. H.W..

02► [<http://www.n24.de/n24/Nachrichten/Wirtschaft/d/3648220/gericht-verbietet-marlboro-kampagne.html>]; letzter Abruf 22.3.2015, Hervorh. H.W.; im Original fehlerhaft: »in einen Macher« und »Plakaten«).

03► [<http://www.starbucks.de/menu-list/beverage-list>]; letzter Abruf 22.3.2015.

04► Etwa im Clip *Kaffee-Bestellung* von Bodo Wartke [<http://www.youtube.com/watch?v=4Dw393ZUQQ>]; letzter Abruf 22.3.2015.

05► SWITCH RELOADED: ›Schmeckt nicht, gibt's nicht – Bohneneintopf‹ [[http://www.myvideo.de/watch/1000615/Schmeckt\\_nicht\\_gibt\\_s\\_nicht\\_Switch\\_Reloaded](http://www.myvideo.de/watch/1000615/Schmeckt_nicht_gibt_s_nicht_Switch_Reloaded)]; letzter Abruf 22.3.2015.

06► Das Wort ›alternativlos‹ wurde 2001 zum Unwort des Jahres gewählt. [<http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2011-01/unwort-2010-alternativlos>]; letzter Abruf 24.3.2015.

07► Von lat. *Industrius*: »anstellig, regsam, betriebsam, eifrig, fleißig« (Der kleine Stowasser. Lateinisch-deutsches Schulwörterbuch. München: Freytag 1966, S. 263).

## Bibliografie

**Belliger, Andréa / Krieger, David J.** (2006) Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. In: dies. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Bielefeld: Transkript, S. 13-50.

**Jeges, Oliver** (2012): Generation Maybe hat sich im Entweder-oder verrannt. In: Die Welt: 23.3.2012 [<http://www.welt.de/debatte/kommentare/article13939962/Generation-Maybe-hat-sich-im-Entweder-oder-verrannt.html>]; letzter Abruf 22.3.2015.

**Luhmann, Niklas** (1996 [1995]) Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.

**Luhmann, Niklas** (1993a [1980]) Temporalstrukturen des Handlungssystems. Zum Zusammenhang von Handlungs- und Systemtheorie. In: ders.: Soziologische Aufklärung, Bd. 3, Opladen, S. 126-150.

**Luhmann, Niklas** (1993b [1984]) Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

**Luhmann, Niklas** (1991 [1975]) Interaktion, Organisation, Gesellschaft. Anwendungen der Systemtheorie. In: ders.: Soziologische Aufklärung 2. Opladen: Westdeutscher Verlag.

**Luhmann, Niklas** (Hg.) (1975) Soziale Differenzierung. Zur Geschichte einer Idee. Opladen: Westdeutscher Verlag.

**Hölderlin, Friedrich** (1953 [1803]) Patmos. Dem Landgrafen von Homburg. In: Sämtliche Werke. 6 Bände, Bd. 2, Stuttgart, S. 191-195.

**Horkheimer, Max / Adorno, Theodor W.** (1981 [1947]) Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Gesammelte Schriften, Bd. 3, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

**Latour, Bruno** (2002 [1999]) Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

**Schumpeter, Joseph A.** (2005 [1942]) Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie. Stuttgart: UTB.

**Wiener, Norbert** (1961) Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine. Cambridge MA: MIT Press.

**Winkler, Hartmut** (2015) Prozessieren. Die dritte und vernachlässigte Medienfunktion. München: Fink.

**Winkler, Hartmut** (2012) Schemabildung – eine Maschine zur Umarbeitung von Inhalt in Form. In: Tobias Conradi / Gisela Ecker / Norbert Eke / Florian Muhle (Hg.): Schemabildung und Praktiken. München: Fink, S. 15-35.

**Winkler, Hartmut** (2011) Kulturtechniken zur Reduzierung von Komplexität. Vortrag im Graduiertenkolleg Automatismen, Universität Paderborn, 16.4.11, Preprint: [[www.uni-paderborn.de/~winkler/komplex.pdf](http://www.uni-paderborn.de/~winkler/komplex.pdf)]; letzter Abruf 22.3.2015.

**Winkler, Hartmut** (2003) Zugriff auf bewegte Bilder. Video on Demand. In: Harald Hillgärtner / Thomas Küpper (Hg): Medien und Ästhetik. Festschrift für Burkhardt Lindner. Bielefeld: Transkript, S. 318-331.