

# [1.]\* Massenmedien & Evolution

## Von den Möglichkeiten des technischen Mediums und seinem gesellschaftlichen Gebrauch

[work in progress]

### 1.1 Ausgangsfragen und das Problem der Planung

Kann eine Medientheorie als Instrument der (welt)gesellschaftlichen Evolution eingesetzt werden? Kann ein kommunikativer Zusammenhang organisiert werden, in dem sich diese Theorie entwickelt und der gleichzeitig eine Praxis und eine Exploration dieser Theorie darstellt? Können mit Hilfe dieser Theorie (die sich in einem kommunikativen Zusammenhang entwickelt, der von ihr optimiert wird) explizite Fragestellungen und Hypothesen entstehen, die zu medialen Explorationen führen, Experimenten also, deren Ergebnisse theoretisch wiederum verarbeitet werden können?

Wenn wir Gesellschaft maßgeblich als Kommunikation und Medien in ihrem weitesten Sinne als Ermöglichung von Kommunikation verstehen, könnte man glauben, durch die Planung von Medien zur Metaplanung von Gesellschaft vorzustoßen. Sind aber Medien tatsächlich (meta)planbar?

Rigide Pläne, konkrete Gesellschaftsmodelle umzusetzen oder Medien zu kontrollieren, führten nicht zu den erhofften Resultaten, sondern zu Repression und Stillstand. Metaplanung kann also nur meinen, auf sehr bestimmte Weise auf die Selbsterschaffung der Gesellschaft und insbesondere ihre Evolution einzuwirken; beispielsweise durch paradoxe Intervention oder durch das Herstellen medialer Variationen (denn die Voraussetzung für jede Evolution ist das Erzeugen von Variationen).

Wie aber ist das Erzeugen von Variationen möglich und vor welchem Horizont können die so entstandenen Formen bewertet werden? Vor welchem Horizont wäre ein Wertung möglich? Wie können positiv bewertete Variationen ins Spiel der gesellschaftlichen Reproduktion gebracht werden?<sup>1</sup> Diese Fragen erzeugt unmittelbar weitere Fragen: Wie wirkt sich die kommunikative Struktur (einschließlich der Massenmedien) auf das Befinden, Denken und Tun der Menschen aus? Wie kann Kommunikation sinnvoll kategorisiert werden? Gibt es Ideal-Szenarios der medialisierten und nicht medialisierten Kommunikation? Kann auf diese Ideal-Szenarios gezielt werden? Diese Fragen im Hinterkopf, wollen wir mit dem ersten Schritt beginnen, mit der Frage nach der Evolution.

### 1.2 Der Status quo

Innovative Entwicklungen innerhalb der Medien können als evolutionär beschrieben werden. Evolutionäre mediale Entwicklungen bedürfen als erstes der Variation, dann der Selektion und schließlich der (umstrukturierenden) Restabilisierung. Ohne weit gestreute Variationen kann es keine fundamentalen Entwicklungen geben. Weit gestreute Variationen erscheinen im funktionalen Zusammenhang oft als Verschleiß, Fehler und Dilettantismus und werden deshalb vermieden. Der Wunsch, wirtschaftlich erfolgreiche Produkte zu schaffen, verhindert die weit gestreute experimentelle Variation.

=> Je teurer ein massenmediales Produkt ist, desto ängstlicher wird das Erfolgsrezept angewandt<sup>2</sup>.

Die massenmediale Kommunikation erscheint als eine riesige Redundanzmaschine. Die medialen Klischees entstehen aus der Ermöglichung des Erfolgs durch Erfolg<sup>3</sup>. Die Strategie,

---

<sup>1</sup> Es kann sich hier nur um eine anschlussfähige Sinnerzeugungsform handeln

<sup>2</sup> Da mit Film ehemals ungeheure Kosten verknüpft waren, stellt Kino eine extrem enge Redundanzmaschine dar.

<sup>3</sup> Vgl. Gespräch am 09.10.1997 im Radio Brehmen Gespräch zwischen Niklas Luhmann und Wolfgang Hagen. Hier ein Auszug:

**Hagen:** Lassen Sie uns (...) mal ganz global das Problem oder das Thema Evolution diskutieren. Sie haben ja auch in Ihrer eigenen Theorie durchaus die Schritte beschrieben, wie es zur Heranbildung

die sich durch den Druck bzw. Wunsch, am Markt erfolgreich zu sein, ergibt, ist, über Image und Struktur Ähnlichkeit mit erfolgreichen Produkten herzustellen. Von dem Mechanismus des Marktes, Erfolge kopieren zu wollen, wird die Redundanzmaschine der Unterhaltungsindustrie gespeist.

Dies führt nicht nur dazu, dass viele interessante Möglichkeiten des jeweiligen Mediums nicht genutzt werden, sondern es frisst damit – so unsere These – selbst die Basis grundlegender wirtschaftlicher Erfolge an. Durch den ständigen Versuch, Erfolge zu wiederholen, wirken sowohl der „freie Markt“ als auch der Kulturbetrieb als Redundanzverstärker. Obwohl es uns nicht um die Produktion wirtschaftlich erfolgreicher Produkte geht, müssen wir im Blick behalten, dass Innovation auch von wirtschaftlichem Interesse ist.

### 1.3 Die Chance

In der augenblicklichen Situation befinden sich die technisch medialen Möglichkeiten – und damit die Möglichkeiten der Medien-Produktion – im Umbruch. Durch die neueren technischen Entwicklungen hat sich ein bisher kaum beschrittenes Feld der Möglichkeiten

---

dieser funktionalen Differenzierung oder von Gesellschaften kommt, die dieser funktionalen Differenzierung unterliegen, im Unterschied zu Gesellschaftsformationen vergangener Jahrhunderte. Lässt sich daraus eine evolutionäre Tendenz ableiten und wenn ja, wo ist Ihr „terminus ad quem“?

**Luhmann:** Also, das einzige, was mir dazu einfällt, sind sehr allgemeine Aussagen wie etwa, dass etwas an sich Unwahrscheinliches wahrscheinlich gemacht wird. (...) dass ich etwas kriegen kann, was anderen gehört, bloß weil ich bezahle, usw. Oder dass ein Regime bestimmte Verkehrsordnungen durchsetzen kann, obwohl alle Leute mit eigenen Köpfen und eigenen Autos fahren.(...) Und da sehe ich also so eine Richtung, dass etwas Unwahrscheinliches wahrscheinlich gemacht wird. Also allein in der Kommunikation ... Ich meine, wie unwahrscheinlich ist es, dass irgendein bestimmter Satz gesprochen wird, wenn man die Möglichkeit, Sätze zu bilden, vor Augen hat, und wie wahrscheinlich ist es, dass man in einer bestimmten Sequenz von Unterhaltungen bestimmte Sätze oder bestimmte Redundanzen mitzieht und den anderen nicht völlig konsterniert dadurch, dass man immer irgendwas völlig Verblüffendes sagt. All das würde ich in Tendenz von Evolution ... Komplexität ist auch..., natürlich ...

**Hagen:** Moment, die Tendenz von Evolution zusammengefasst, ist die, dass ...

**Luhmann:** ... dass etwas ...

**Hagen:** ... dass etwas Unwahrscheinlicheres ...

**Luhmann / Hagen (chorisch):** ... wahrscheinlich wird.

**Luhmann:** ... situativ, spezifisch wahrscheinlich wird. Es wird auch manchmal gesagt, dass Komplexität ... Aber da muss man natürlich sagen, dass neben den komplexeren Sachen immer auch die alten, die nicht komplexen Sachen überleben. Es gibt Salamander mit Schleuderzungen und solche ohne Schleuderzungen, und ...

**Hagen:** Das heißt, Sie gehen von der Annahme aus, dass Komplexität zunehmen wird.

**Luhmann:** Dass es auch komplexere Arrangements geben wird; nicht, dass sie ein durchschlagender Überlebensvorteil ist, so dass alles andere verschwindet. Das ist ja auch also empirisch, in der biologischen Evolution einfach nicht zu belegen.

**Hagen:** Aber was ist das Evolutionsmoment daran, dass etwas Unwahrscheinliches wahrscheinlicher wird?

**Luhmann:** Das ist ein Resultat von Evolution, und das hängt offensichtlich mit größerer Komplexität und größerer Spezifikation zusammen.

**Hagen:** Wo kommt die Triebkraft dafür her?

**Luhmann:** Das passiert.

**Hagen:** ... aus dem System?

**Luhmann:** Ja, irgendwas hält sich, was zufällig ..., was zufällig entstanden ist, hat eine hohe Reproduktionswahrscheinlichkeit bekommen. Also: Evolution ist die Umformung von Entstehungswahrscheinlichkeit in Erhaltungswahrscheinlichkeit.

*(Das Gespräch ist als ganzes unter <http://www.radiobremen.de/online/luhmann> hörbar. Produktion Radio Bremen 1997). Als Konsequenz aus dieser Passage könnte gezogen werden, dass die Erhaltungswahrscheinlichkeit des status quo sowohl Resultat von (vergänger) Evolution ist, als auch das, was der (zukünftigen) Evolution zunächst einmal entgegensteht. Ein von uns geführtes Gespräch mit Wolfgang Hagen (01.Juni.04) wird demnächst auf [kein.org](http://kein.org) verfügbar gemacht.*

aufgetan, das es vorurteilslos zu erkunden gilt. Unsere These ist, dass der Markt - bzw. die Redundanz der medialen Struktur, die durch den Markt entsteht - eine weite Streuung der Variationen weitgehend verhindert und dass weder der Wunsch nach künstlerischer Geltung noch nach unmittelbarem Gewinn eine Erkundung ermöglichen wird.

Explorative und experimentelle Ansätze, die von einer genauen Fragestellung ausgehen, strikte Formalisierungen, der vorurteilslose Dialog mit dem Material und umfangreiche medientheoretische Überlegungen haben aus unserer Sicht die größte Chance, interessante Variationen zu schaffen. Dies führt zu unserem Ansatz:

Die Streuung von Variationen muss experimentell unter medienwissenschaftlichen Bedingungen erweitert und verstärkt werden.

=> Mit Hilfe der sogenannten „Intuition“ dagegen reproduzieren sich – wenn sie nicht mit experimentellen Imperativen oder performativen Regeln arbeiten – zumeist die Konventionen.

=> Notat nach einem Gespräch mit Carl von Cseh [03.04.2002]:  
Die Postmoderne ist Gift für den jungen Künstler. Die Vorstellung der Rezeption wirkt zerstörerisch auf die Produktion. Zweckdienliche Modelle der Betrachtung zielen auf die immanente Architektonik und auf „sinnlose“ Perfektion. Denn: Wer die Selektion bedenkt, schafft keine Variation.

=> Als Vorgriff sei vermerkt, dass der zweite Schritt der Evolution, die Selektion, uns unweigerlich in Richtung Netzwerk- und Archivtheorie führen wird, mit deren Hilfe das Problem der Selektion vollkommen anders behandelt werden kann, als es eine einseitige Ausdifferenzierung am Markt oder unreflektierte kulturelle Förderpraxis ermöglichen würde. Dies führt zu weiteren Fragen: Auf welche Information kann von wem wann zugegriffen werden? Wie aktualisieren sich durch Zugriff kulturelle Informationen? Wie entstehen Erfolgsdifferenzen (ohne diese würde Kultur im Datenmüll versinken)?

Eine Bedingung muss jede mediale Variation erfüllen: Sie muss Teil der Produktion von Sinn werden, was uns zum nächsten Kapitel führt, in dem das Problem der Variation am Beispiel Radio bearbeitet wird.