

Prognosen als Kommunikationen

Der Ökonom Kenneth Arrow arbeitete im 2. Weltkrieg als Wetter-Prognostiker für das alliierte Militär. Im Rahmen eines Selbst-Analyse-Prozesses fanden er und seine Kollegen heraus, dass ihre langfristigen Wetterprognosen praktisch wertlos waren – keinen Deut besser als der Zufall. Sie informierten die Generalität in einem *Briefing* darüber und bekamen als Antwort:

„Der kommandierende General ist sich sehr bewusst, dass die Voraussagen keinen Wert haben. Dennoch benötigt er sie für seinen Planungsprozess.“ (Orrell, S. 301.)

Menschen halten Unsicherheiten nur schwer aus. Deshalb ist die erste Funktion einer Prognose immer die der *Orientierung*: Mit einer (akzeptierten) Prognose wird Verhaltensunsicherheit beseitigt. Und zwar völlig unabhängig vom Wahrheits- und Plausibilitätsgehalt. Prognosen bilden *Verhaltensbarrieren, die Menschen zu Ordnungen befähigen*.

Hier liegt der Grund, warum praktisch alle Kulturen die Funktion der Voraussage kennen und sie in spezifischen Kultursystemen bündeln: Schamanen, Weis-Sager, Propheten, oder Prognostiker in der modernen Kultur, sind Teil eines *gesellschaftlichen Immunsystems* (Peter Sloterdijk).

Mit Prognosen rüstet und immunisiert sich die Kultur gegen allzu große Angst und Unsicherheit; sie strukturiert gleichzeitig ihr Binnenleben in Richtung auf Ziele und / oder Vermeidungsoptionen. Handlungs- und Moraldiskurse werden entlang von prognostischen Diskursen organisiert (z.B. die „Klimakatastrophen“-Debatte).

Prognosen sind Produkte von *mental und sozialen Nachfragesystemen*. Sie entstehen in ALLEN Kulturen – vormodernen und modernen – immer entlang eines mehrstufigen Filterprozesses mit folgenden Categoriesystemen:

- **Autorität:** Wer darf sprechen? (Bündelung von prognostischer Kompetenz)
- **Opportunität:** Welche Aussage wird gewünscht oder gefürchtet und schließlich als Mehrheitsmeinung „zugelassen“? (mediale / kollektive Selektion).
- **Erwartung:** Welche „Patterns of Expectation“ herrschen im rezipierenden System? („expectation bias“)

- **Relevanz:** Wie hoch ist der „kognitive Reiz“ der Aussage? Wird sie als besonders und signifikant wahrgenommen. (Reiz / Reaktionsschema).

Folgen wir dem Luhmann'schen Gesellschaftsbild, besteht „Gesellschaft“ ausschließlich aus den Kommunikationen ihrer Mitglieder. Prognosen machen einen wichtigen, womöglich den *tragenden* Teil des gesellschaftlichen Kommunikationsbetriebes aus.

Prognosen sind zunächst „commodities“. Sie werden alltäglich überall ausgesprochen, gekleidet in Form von Klagen („Es wird alles immer schlechter!“), Verwünschungen („Man muss etwas gegen die immer mehr.... unternehmen“), Vorurteilen („Wenn wir immer mehr Ausländer haben werden, dann...“), allgemeinen Vermutungen über Trend-Entwicklungen, die sich von subjektiven zu kollektiven Behauptungen verdichten. Die diversen Experten und Meinungsmacher funktionieren in diesem System wie Katalysatoren, die bestimmten Vermutungen Gewicht und Gestalt verleihen.

Auch ethische Imperative, soziale Normen und moralische Panikattacken, wie sie von den Medien inszeniert werden, basieren immer auf einer implementierten Zukunfts-Annahme. Unsere mediale Umwelt wimmelt heute zudem von „lobbyistischen Zukunftsaussagen“ – in den diversen und divergierenden Prognosen spiegeln sich die gesellschaftlichen und ökonomischen Interessen.

„Studien haben festgestellt, dass eine Zunahme ...“ Hinter solchen Formulierungen stecken fast immer Interessenverbände, die Medikamente, Functional Food, Versicherungen oder auch nur bestimmte Bilder (im Sinne von marketing-geleiteten Images) vermarkten wollen.

Prognosen sind in der Mediengesellschaft ein Markt mit gewaltigen Umsätzen. Hier geht es um die eigentlich knappe Ressource einer medialen Massenkultur: *Aufmerksamkeit*. Damit sind Zuspitzungen und Verzerrungen vorprogrammiert: Die Prognose „0,5 Prozent mehr Scheidungen im Jahr 2010 zu erwarten“ wird keine öffentliche Wahrnehmung erhalten. Wohl aber die Prognose „Bald hält keine Ehe mehr!“.

Auch negative Prognosen können eine positive psychologische Wirkung haben (sonst würden Menschen wohl bald angesichts der Flut negativer Voraussagen die Aufmerksamkeit verweigern). Bei der Prognose „Bald hält keine Ehe mehr!“ können sich Menschen, die in einer glücklichen Ehe leben, einen **kognitiven Abgrenzungseffekt** genehmigen – UNS geht es noch gut! Diejenigen, die unter Beziehungs- oder Partnerschaftsproblemen leiden, können sich „im Trend fühlen“ – und deshalb ebenfalls entlasten!

Wir sprechen hier vom *mental*en Entlastungseffekt von Prognosen, der entweder affirmativen oder divergenten Charakter haben kann („auch“ – oder „trotzdem“-Reaktion).

Nehmen wir an, wir hätten eine Black Box, in der eine Prognose gemacht würde. Ein Wissenschaftsrat tagte, und würde irgendwann herausfinden, dass, sagen wir, die Welt am 21.12. 2012 untergeht. Aber nichts würde durch die Mauern dringen. Kein Wort. Die Leute würden fröhlich weiterleben, und dann würde am 21.12. die Welt untergehen. Oder wahrscheinlich eben nicht.

Die Maya haben vor 1500 Jahren einen Kalender aufgestellt, im dem – wohl mehr zufällig – eine Epoche am 21.12.2012 endet. Was passiert nun, da dieses mystische Kalendarium durch die Medien geistert? Bestseller werden geschrieben, Filme gedreht, mit gewaltigen Investitionen, Foren im Internet tagen rund um die Uhr, es gibt überall Maya-Kalender und Maya-T-Shirts zu kaufen. An diesem Beispiel können wir die Rekursivität der Prognostik studieren. Durch öffentlich gemachte Prognosen entsteht eine Reaktionskaskade, die wiederum andere Prognosen nachfragt.

Wenn wir Prognosen konsequent als Märkte definieren, in denen es um *mentale und kommunikative Dienstleistungen* geht, lassen sich folgende „Angebotsintentionen“ eines prognostischen Aktes definieren:

- **Erretten:**
Die Intention der Warnung und Verhinderung. Hier lässt sich ein deutlicher Bezug zu den religiösen Sinnsystemen ausmachen, die traditionell von Errettungs-Prophetien geprägt sind.
- **Machtverstärkung** (durch Hoheit über Zukunftsverläufe):
Prognosen erlauben immer eine besondere Definitionsmacht über die Wirklichkeit und verheißen damit einen Macht-Zuwachs.
- **Straf-Intention:**
(„Ihr seid schuldig, weil...“). In vielen Prognosen werden Verursacher-Prinzipien mit verhandelt.
- **Markt-Intention:**
Kauf oder Erwerb bestimmter Dinge, Änderung des Marktverhaltens, Anpassung von Managementsystemen an höhere Effektivität.

Bei den REZIPIENTEN prognostischer Akte lassen sich folgende primären Nachfrage-Motive ausmachen:

- Die Nachfrage nach **Verhaltenssicherheit und Verhaltensanleitung** (Komplexitäts-Reduzierung).
- Die Nachfrage nach **Weltordnung, Orientierung und Sinn** (Verknüpfungsleistung)
- Die Nachfrage nach **Schulduweisung und Abgrenzung** (Identitätsleistung)

- Die Nachfrage nach **Sensation und „Future Thrill“** (Erregungsleistung).

Nach diesen Punkten lassen sich Prognosen prognostizieren: Die „stärksten“ von ihnen würden sich im kollektiven Diskurs durchsetzen, weil sie über hohe Werte in den vier Nachfrage-Kategorien verfügen (nicht weil sie „wahr“ sind). Die „Klimakatastrophe“ ist damit gleichsam eine idealtypische „Mega-Prognose“, die unabhängig von ihrem Eintrittsgehalt ein gigantisches System öffentlicher Erregung und Subvention erzeugt.

Zusammenfassung

Die kollektiv-psychologischen FUNKTIONEN von Prognosen lassen sich nun wie folgt summieren:

- **Warnungen:**
Eine Prognose, die eine Warnung ausspricht, hat stets einen hohen Aufmerksamkeitswert und lässt die Option der VERMEIDUNGSHANDLUNG (oder, weitaus häufiger, Kompensationshandlung) zu.
- **Bestätigungen/Verstärkungen:**
Eine Prognose BESTÄRKT uns schlichtweg in unseren Handlungen und Interessen – dies ist der affinitive Effekt von Prognosen. Wir fühlen uns ermächtigt, weil wir „im Trend liegen“ / Teil einer größeren Entwicklung sind.
- **Beeinflussung:**
Eine klassische Trendaussage enthält immer die bewusste oder unbewusste Intention der Verhaltensänderung oder -verstärkung. Man möchte Menschen „zu etwas bringen“, indem man bestimmte Handlungen in größere Zeit-Ergebnis-Kontexte setzt. Hier findet sich das profane Motiv der Absatzsteigerung ebenso wie das prophetisch-religiöse Motiv des „Du musst Dein Leben ändern!“
- **Erkenntnisgewinn:**
Schließlich gibt es noch eine Art von Prognose-Kommunikation, die realen und realistischen Erkenntnisgewinn erzeugt. In ihr findet zwischen Prognostiker und Rezipient ein wechselseitiger Prozess statt - somit entsteht ein *reflexiver Effekt*. Die Komplexität eines dynamischen Systems wird durch eine Prognose sichtbar gemacht und setzt sich in einer höheren kognitiven Kompetenz des Rezipienten um. Wir erkennen die Welt besser, indem wir ihre Richtungen und Strukturen erkennen und unsere EIGENE Rolle darin verstehen. Wir sprechen hier auch vom DELPHISCHEN EFFEKT (siehe_Das delphische Ethos). Die dadurch erzeugte Komplexitätssteigerung ermöglicht einen sinnvollen Wandlungsprozess, in dem Anpassung, Innovation, Steuerung und/oder Vermeidung eine Rolle spielen.