

Kulturwissenschaftliches Kolleg Konstanz
Arbeitsgespräch 27. Oktober 2011

Wissen/Nichtwissen

Beiträge zur *Nichtwissensökonomie*

Skizze des Forschungsprojektes Birger P. Priddat

Die alte Gewißheit des Wissens (wie der Wahrheit) des 19. Jahrhunderts ist im 21. einer gewissen Relativierung anheimgefallen. Wir wissen, daß wir alles, was wir wissen, auf Revisionsbereitschaft stellen müssten. Das ist nicht nur dem wissenschaftlichen Fortschritt verschuldet, sondern einer besonderen hypermodernen Form: daß wir den Fortschritt nicht mehr als *additum* zu einem Bestand sicheren Wissens verstehen, sondern – *post-Kuhnian* – als mögliche Revision (die beiden Physiker haben ihren Nobelpreis 2011 dafür bekommen, daß sie nachgewiesen haben, daß wir über das Weltall (fast) nichts wissen. Aber wir wissen jetzt, was wir nicht wissen! Wissen um Nichtwissen und einfaches Nichtwissen sind epistemologisch differente Welten. Wenn die Suche nach dem Higgs-Teilchen nicht gelingt, muß die Physik umgeschrieben werden. Etc.). Alles, was wir wissen, ist ein *status-quo*-Wissen, d.h. hypothetisch und revisionsoffen. Das gilt möglicherweise auch für die Ökonomie. Aufklärung bleibt ein anhaltendes Projekt (potentieller Wissens-Inversion).

Das gilt für das alltägliche Wissen um so eher. Das, was wir wissen, ist ein Schiff auf dem Meer des Nichtwissens. Denn Nichtwissen hat vier Dimensionen:

1. eine futurische: über die Zukunft wissen wir systematisch nichts (Keynes).
2. eine historische Dimension: jede Vergangenheit ist selektive Interpretation; vieles wird vergessen, ignoriert und uminterpretiert. Das, was als Tatsache erinnert wird, ist, wie vor dem Richter, oft falsch erinnert oder eingebildet.
3. zwei gegenwärtige Dimensionen: 3 a) die Dimension der Ignoranz: nicht wissen wollen, was schon gewußt werden kann, und 3 b) die tatsächliche Unkenntnis, nicht zu wissen, was anderswo schon gewußt wird.

In dieser Umgebung handeln wir. So ist es eher erstaunlich, daß wir ‚wissen, daß ...‘. *De facto* operieren wir mit Aussagen der Art: ‚ich glaube zu wissen, daß ...‘. Zu glauben heisst aber nicht zu wissen, sondern nur: ‚zu wissen glauben‘. Das wird dann zum Grund unserer Handlungen/Entscheidungen. Wie aber wird das, was wir eher glauben als wissen, so ungemein evident? Wir legen uns *by communication* fest, *vergewissern* uns, daß das, was wir glauben zu wissen, von anderen

ähnlich aufgefasst wird. Wir fokussieren uns auf gängige Aussagen, die wir teilen (*shared mental models*). In dem Sinne ist Wissen ein – sozio-kultureller – *fait social*, von dem wir, uns wechselseitig bestätigend, annehmen, daß er gilt. Dieses so gebildete Wissen formiert einen Sinn- und Verstehensraum, innerhalb dessen wir erwarten können, daß andere es ebenso sehen. Das reicht für soziale Interaktion: wir haben es mit institutionalisierten oder konventionalen Formen gemeinsamer Geltung von Bedeutungen bzw. semantischer Felder zu tun (mit laufenden Variationen am Rande).

Wir bewegen uns in einem semantisch unbestimmten Raum vieler Ereignisse und Zuschreibungen (Intuitionen bis Ahnungen und Imaginationen), die wir entweder unbedarft ‚objektivieren‘, d.h. sie so verwenden, als ob wir ‚wissen, daß ...‘. Oder aber ‚als etwas‘ wahrnehmen, ohne bereits zu ‚wissen, was ...‘. Im letzteren Fall suchen wir Anschlußwahrscheinlichkeiten zu bestimmen; im ersten Fall haben wir uns das, was wir zu wissen glauben, definiert.

Z.B. meinten wir zu wissen daß Butter gesund ist, bis kommunizierte Blutfetttheorien Margarine empfahlen. Jetzt wissen wir, daß nur Margarinen mit hohen Anteilen an ungesättigten Fettsäuren ‚gesund‘ sind. Das, was wir zu wissen glauben, hängt von den Alltagstheorien ab, die wir verfügen, und die weiterhin divers verteilt in der Gesellschaft Geltung haben. Neue Buttertheorien irritieren inzwischen wieder die gewonnenen Unterscheidungen. Weder Butter noch Margarine sind allein ausschlaggebend, sondern die Gesamtfettaufnahme, mit den versteckten Fetten (z.B. in Schokolade, *pommes frites* etc.). Indem sich das ‚Wissen‘ erweitert, macht es das Leben komplizierter, weil ständig Urteile gefällt werden müssen, die sich durch neue konzeptionelle Kommunikationen ändern, und zwar nicht konfliktauflösend, sondern ambivalenzerhöhend.

Sich aufgrund dieses ‚Wissens‘ zu entscheiden (im Konsumakt z.B.), bedeutet, sich aufgrund seiner jeweiligen spezifischen Hypothese zu entscheiden, die asymmetrisch (und asynchron) verteilt ist bei allen Konsumenten. Werbung und Medieninformationen verstärken die semantische Diversität, so daß wir jeweils so entscheiden, wie wir gerade (kontingent) ‚informiert‘ sind. Vor allem sind wir, wenn wir uns ‚informiert‘ meinen, nur unilateral informiert (über die jeweils gerade kommunizierte oder erinnerte Variable); nicht aber multilateral über ‚Zusammenhänge‘. Unser Wissen bleibt fraktal; wie wir uns auch entscheiden, es bleibt partielles oder halb-Wissen (und jeweils ‚falsch‘ aus der Perspektive anderen Wissens). Wissen ist Wissen im Kontext von – notorisch begleitendem - Nichtwissen. Nicht nur im Alltag.

Für die Ökonomie der Märkte ist das hochbedeutsam: wegen der Wissen/Nichtwissen-Ambivalenz der Konsumenten läßt sich überhaupt

erst eine solche Produktvielfalt ins Angebot bringen. Man ‚markiert‘ die Güter über spezifische Symbole und *life-style*-Anschlüsse (bzw. *stories*), die andere Anschlußwahrscheinlichkeiten ausschliessen. So werden Valenzen/Werthafterigkeiten generiert, die eher auf dem Wissen der kommunizierten Zuschreibungen beruhen als auf einem Wissen über Güter, Qualität und reelle Brauchbarkeit. Dabei ist es entscheidend, was die Konsumenten nicht wissen (z.B. der hohe Fett- oder Zuckergehalt bestimmter Nahrungsmittel). Als *rational actors* sind die Konsumenten von vollständiger Information ausgeschlossen; sie wählen gar nicht die Güter, sondern die dominante Markierung, d.h. semantische und semiotische Prädikationen der Güter. Die Markeirungen, Symbole etc. sind keine Repräsentationen, sondern *sui generis* unterscheidende Zeichen.

Indem man Güter kauft, kauft man Anschlüsse an die soziale Positionierungsmatrix; der Preis segmentiert eher die sozialen Schichten als daß er über die Qualität informiert. Das Nichtwissen über Güter als Güter ist grösser als das *social knowledge* über die mit dem Kauf lancierten sozialen Anschlußwahrscheinlichkeiten. Dieses *social knowledge* aber ist kein individueller Wissensbestand, sondern ein – changierendes – Ergebnis der laufenden sozialen Kommunikationen (in den Netzwerken).

Wissen ist abhängig vom konzeptionellen Schema bzw. *mental model*; es lohnt sich hier, Alltagstheorien zu untersuchen (‚folk psychology‘), die aber nicht rein kognitiv rekonstruierbar sind, sondern einer Affektenlogik folgen, d.h. z.B. in der Werbung einer – mit allen Mitteln der Kunst – aufgewarteten *narratio*, die emotionale Bindungen generiert. Bindungen (i.e.S. Kundenbindungen an eine Marke, an ein Produkt) sind konkurrenzausschliessende Operationen, die – über emotive Singularisierung – kognitive Komparationen zu negieren versuchen. Es geht um strategische Erzeugung von Nichtwissen, um Vergleichbarkeit zu mindern. Deswegen sind ‚Informationen‘ und ‚rational choice‘ inadäquate Begrifflichkeiten für die Erfassung dieser Prozesse. In der Entfaltung der Wissen/Nichtwissen-Relationen werden wir unsere Markttheorien ändern.

Inzwischen werden, gerade in der empirischen Verhaltensökonomik, unterschiedliche Zugänge zu den laufenden Verhaltensweisen erprobt. Dabei werden Unterscheidungen verwendet, die nicht nur neu sind, sondern das ganze Feld der Nuancen des Wissen/Nichtwissensspektrums entfalten, ohne schon epistemologisch durchdacht zu sein. Ökonomen arbeiten gerne mit *ad hoc*-Kriterien, die sie als Variation in einen als scheinbar gesicherten (meist nur axiomatisch gesicherten) Begriffskatalog einführen. Im Folgenden soll nur eine erste Version des möglichen Begriffskataloges angeboten werden, der sofort zeigt, wie komplex das Thema wird, wenn man sich

genauer auf es einläßt, und zum anderen, welcher Nuancierung die Sprache bereits fähig ist, ohne daß die Theorien das schon rezipiert haben.

Wissen	Ambivalenz = <i>hybrids</i>	Nichtwissen
Wissen	„ungefähr“	Unwissenheit Unkenntnis
Gewißheit	Zweifel Glauben Überzeugungen = <i>believes</i> Annahmen <i>awareness</i> Ahnungen	Ungewißheit Hoffnung Ungewußtes Vermutungen <i>unawareness</i> Ahnungslosigkeit
Tatsachen	Imagination	Unbestimmtheit
Beweis	Fiktion Vorstellung	
Erinnerung	Geltung	Vergeßlichkeit
Erfahrung	Unsicherheit = Risiko Wahrscheinlichkeit = <i>probabilitas</i> Möglichkeit = <i>possibilitas</i>	Unentscheidbarkeit Versprechen Unmöglichkeit
Evidenz	Vorahnung	<i>ignorance</i>
vollständige Information	Intuition	
<i>bounded rationality</i> (= frames)	Gefühl	
Axiome	Interpretation Unbewußtes	Unverständigkeit Verdrängtes
Wahrheit	Lüge	Unbekanntheit
Richtigkeit	Falschheit Dummheit	Negation Blödigkeit

Die Dreigliederung hat den Sinn, insbesondere die hybriden oder Übergangsformen zwischen Wissen und Nichtwissen sichtbar zu machen. Eine *Ahnung* z.B. ist ein *ungefährtes*, aber noch *unsicheres* Wissen, das sich *post hoc* als irrend erweisen kann, oder aber, als eine *Intuition*, doch eine richtige *Vorahnung* war. Eine *Vorstellung* oder *Imagination* hingegen ist eine *Annahme* darüber, daß etwas sein kann; als *Vorstellung* erachtet man es als *möglich*, weiß aber nicht, ob es *gelten* wird. Als Wissen um eine *Möglichkeit* ist es kein Wissen um etwas Wirkliches; es bleibt in einem *fiktiven* Modus. Es ist in einem Sinne ein Wissen, aber *propter hoc* erst *geltend*. Was war es vorher? Erst wenn es sich *verwirklicht*, kann das, was man zuvor zu wissen glaubte, nachträglich als immer schon gewußt imaginiert werden (nachträgliche Wissensunterstellung, die prospektiv als *Erfahrung* eingesetzt wird, aber sich in einer anderen Situation wiederum als *Fiktion* herausstellen könnte etc. pp.). Usw. Es geht hier erst nur um konstellative Illustrationen, nicht um Analyse.

Wann ist die Welt eine Tatsache? Das, was ist, bezeichnen wir als Faktum, und sprechen ihm Realität zu. Wenn ich mir aber etwas, was sein könnte, vorstelle, ist es nur möglich, aber nicht real bzw. nicht realisiert. Ich weiß dann zwar, daß es möglich sein kann (weil ich es mir vorstellen kann), aber nicht, ob es verwirklichtbar ist (ob in der Situation oder ob generell). Viele Vorstellungen sind reine Vorstellungen (ideative Konstrukte). Ist die Vorstellung ein Wissen, oder nur eine Vorstellung (d.h. ein Wissen um eine Möglichkeit)? Daß etwas möglich sei, heisst, daß es real werden kann, oder auch nicht. Die Liste der Hybride enthält etliche dieser Ambivalenzen. Anscheinend kommt es darauf an, die Produktionsbedingungen der Verwirklichung zu kennen, damit das, was ich glaube zu wissen, zu etwas wird, was ich *post hoc* zumindest als Wissen verbuchen kann. Oder: wie wird etwas, daß ich glaube, zu etwas, daß ich weiß? Zumindest kann man folgendes unterscheiden: daß man wissen kann, daß man es glaubt, und deshalb nicht weiß. Aber etwas zu glauben ist ein anderer Modus als es nicht zu wissen. Denn man weiß ja zumindest, daß etwas möglich sein kann, statt nicht nicht.

Komplexer wird die Konstellation von Wahrscheinlichkeit und Möglichkeit. Ein Ereignis als ‚wahrscheinlich‘ zu bezeichnen bedeutet, die Geltung des Ereignisses wissen zu können, nicht aber, in welchem Maß es eintritt. Wir nennen es auch Risikomaß: mit $p=0,8$ könnte es eintreten, mit $p=0,2$ nicht (wie allerdings entsteht die Wahrscheinlichkeitseinschätzung; durch Daten, durch Intuition? Was sind Daten? Welche? Welche nicht?) . Als ‚möglich‘ erachten wir etwas, das wir uns als eintretend vorstellen können, oder aber nicht. Bei der Möglichkeit haben wir es mit einer ontologischen Ambiguität zu tun, bei der Wahrscheinlichkeit mit einer empirischen. Das sind zwei differente Weltumgänge, die noch durch eine dritte Variante ergänzt werden müssen: um die der Unbestimmbarkeit. Das Unbestimmbare ist ein starker Nichtwissensmodus, da nicht, wie bei der Möglichkeit, behauptet

werden kann, daß etwas sein könnte. Das wird schnell komplex: denn wenn wir sagen, daß etwas ‚unbestimmbar‘ ist, sagen wir ja immerhin, daß wir von etwas reden (wir wissen nur nicht genau, wovon). Man kann aber auch behaupten, daß wir dann nicht einmal wissen, wovon wir reden bzw. ob wir dann ‚von etwas‘ reden können (das berühmte wittgensteinsche Schweigen). Wir würden dann ‚um etwas drum herum reden‘, aber nicht von etwas (also vielleicht nur *ex negativo?*). Das muß alles ausgelotet werden.

Solches zu klären ist z.B. für die Ökonomie bedeutsam, denn sie arbeitet methodisch durchgehend mit Wahrscheinlichkeiten (Knights ‚Unsicherheit‘ (*uncertainty* / *unsecurity* / *ambiguity*)), läßt aber die (Knight’schen) ‚Ungewißheit‘ (*uncertainty*) außer acht. In Ungewißheitssituationen kann man keine Wahrscheinlichkeiten zuordnen, weil man nicht weiß, ob das bzw. ein Ereignis auftreten wird. Diese Eigenschaft des Nichtwissens wirkt z.B. in den Finanzmärkten gegen die wahrscheinlichkeitstheoretisch fingierten Erwartungen. Es geht dann nicht darum, zu entscheiden *wie*, sondern: *was*. Alles, was wir entscheidungstaktisch als gegebene Alternativen annehmen (um dann ihren Ereigniseintritten Wahrscheinlichkeiten, d.h. Risiken zuzuordnen), sind möglicherweise fiktive Annahmen, deren Möglichkeit genauso zu prüfen ist, wie deren Wahrscheinlichkeit, wenn sie sich als möglich erweisen. Wenn das aber so gilt, entscheiden wir auf der Basis der Art von Aussagen ‚ich glaube zu wissen‘, d.h. wir wissen es nicht, und operieren an der Grenze zum Nichtwissen. Was das aber heißt, an der **Grenze des Nichtwissens** zu operieren, wird die Forschung erweisen – wir wissen viel, aber nicht, was wir nicht wissen (deshalb ist das, was die beiden nobilitierten Physiker über das Wissen/Nichtwissen des Weltalls behaupten, sensationell: wir wissen, daß wir nicht wissen, aber deshalb eben nicht, was).

Wir haben uns in diesem Rahmen auch mit einer Theorie des Neuen zu beschäftigen: und zwar zweifach

1. als Theorie der Entdeckung von etwas Möglichem, und
2. als Theorie der Realisation von etwas als möglich entdeckten.

Das aber ist ein eigener Prozeß der Grenzoperation am Nichtwissen. Die Exploration von Wissen am Rande des Nichtwissens ist eine eher singuläre Aktivität, die über Diffusion, Lernen und Kommunikation in die Gesellschaft immigriert, um dort kopiert und reproduziert zu werden, d.h. um epistemische Felder zu generieren, an denen jeder teilnehmen kann ohne grossen Urteilsaufwand. Über die solchermaßen integrierte Episteme wird Wissen institutionalisiert, d.h. in eine Pfadabhängigkeit gesetzt, die die Aufmerksamkeit auf alternatives oder neues Wissen minimiert: **Wissen selektiert Wissen, d.h. in dem Maße, wie Wissen generiert und repetiert wird, wird gleichzeitig Nichtwissen generiert bzw. perpetuiert.**

Natürlich bewegen wir uns in einem grossen Terrain konventionalisierten Wissens, allerdings mit vielen Zuschreibungen durchsetzt, die uns zu Grenzgängern des Wissens, des Glaubens und der Realität machen. Wir müssen das, was wir nicht wissen, aber ahnen, pragmatisch verwirklichen: ein fortlaufender Prozeß der Transposition von Nichtwissen in Wissen, der potentiell revisionsfähig gehalten werden müsste. Das aber würde das, was wir uns entschieden haben, ‚Entscheidung‘ zu nennen, revidieren.