



Aufmerksamkeit

als

Kapital

Formen des mentalen Kapitalismus

Jörg Bernardy

Jörg Bernardy

Aufmerksamkeit als Kapital

Jörg Bernardy

Aufmerksamkeit als Kapital

Formen des mentalen Kapitalismus

Tectum Verlag

Jörg Bernardy

**Aufmerksamkeit als Kapital.
Formen des mentalen Kapitalismus**

© Tectum Verlag Marburg, 2014

ISBN: 978-3-8288-6099-5

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch
unter der ISBN 978-3-8288-3413-2 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlagabbildung: © Ralf Höpfner

Umschlaggestaltung: Mareike Gill | Tectum Verlag

Satz und Layout: Mareike Gill | Tectum Verlag

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de

www.facebook.com/tectum.verlag

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im
Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

„Überall etwas von sich in der Welt zu verstreuen,
ist die beste Art der Eroberung: kleine Kolonialgebiete
in den Köpfen anderer.“

(N. N.)

„Das Ganze war gedacht als Essay, und meinem Verständnis nach ist ein Essay ein Stück Argumentation ohne Fußnoten, das definiert ihn, gut, ich habe das nicht durchgehalten, aber ich wollte kein wissenschaftliches Werk im üblichen Sinne schreiben, sondern wenn es gegen irgendwas gerichtet ist, dann gegen die Wissenschaft.“

(Georg Franck)

Inhalt

I.	Einführung in die <i>Ökonomie der Aufmerksamkeit</i>.....	1
1.	Einleitung	1
2.	Eine faszinierende Idee und ihre Wirkungsgeschichte.....	4
3.	Kritik am Wissenschaftsbetrieb	10
4.	Eine phänomenologische Definition von Aufmerksamkeit (Heidegger).....	15
5.	Aufmerksamkeit und gesellschaftlicher Wandel	18
II.	Die <i>Ökonomie der Selbstwertschätzung</i>	21
1.	Selbstwertmaximierung und Nutzenmaximierung.....	21
2.	Selbstachtung, Selbstwertgefühl und Abhängigkeit (Nussbaum)	24
3.	Das Streben nach Beachtung (Aristoteles, Nussbaum)	26
3.1	Die Sorge um den Selbstwert (Foucault)	29
3.2	Aufmerksamkeit und Anerkennung (Honneth).....	32
4.	Wunsch nach Beachtung	41
4.1	Selbsttäuschung und Größen-Selbst.....	44

5.	Das Gewissen und die platonische Thymós-Lehre (Sloterdijk).....	49
5.1	Moralisches Empfinden und Intuition.....	53
6.	Ein Marktpreissystem für Aufmerksamkeit.....	59
7.	Die Gesellschaft und der Andere (Mead).....	61
7.1	Der homo comparans (Illouz).....	67
7.2	Das Ansehen als fremde Macht (Sartre).....	73
8.	Von der Selbstwertschätzung zum mentalen Kapitalismus...82	
III.	Mentaler Kapitalismus als Zeitdiagnose	85
1.	Vier verschiedene Kapitalarten	85
2.	Die medienästhetische Unterwanderung der Kultur.....	92
3.	Prominenz und der geschichtliche Wandel des Prestigebegriffs (Honneth, Sloterdijk)	97
4.	Ausbeutung im mentalen Kapitalismus (Walzer)	103
5.	Die drei Kränkungen des modernen Menschen (Freud).....	107
6.	Awareness als Gegenbewegung	112
IV.	Kritische Analyse der Idee des mentalen Kapitalismus.....	115
1.	Eine Neuauflage der Kulturindustrie? (Horkheimer/Adorno).....	115
2.	Zentrale Kritikpunkte und Schwachstellen.....	122
3.	Gegen eine misanthropische Medientheorie? (Flusser)	134
4.	Mentaler Kapitalismus und postindustrielle Religion.....	137
5.	Über den Kult des Selbstbilds und andere Castingshows (Rousseau, Mead)	142
6.	Plädoyer für eine Ökonomie der Großzügigkeit (Illouz, Simmel).....	155

V.	Die <i>Ökonomie der Aufmerksamkeit</i> als Rampensau ...	161
1.	Die <i>Ökonomie der Aufmerksamkeit</i> und ihre Diskurse	162
2.	Ein eigenständiger interdisziplinärer Diskurs?	165
3.	Zwischen Populärwissenschaft und philosophischer Antike.....	168
4.	Aktualität von Francks medienästhetischer Zeitdiagnose	173
5.	Die <i>Ökonomie der Aufmerksamkeit</i> als Parodie auf die Philosophie?	176
6.	Ist die <i>Ökonomie der Aufmerksamkeit</i> eine Rampensau?.....	178
7.	Alle Menschen sind Philosophen ... (Habermas, Popper).....	180
	Literaturverzeichnis	187

Abkürzung:

ÖdA *Ökonomie der Aufmerksamkeit*, Carl Hanser Verlag, München 1998

I. Einführung in die *Ökonomie der Aufmerksamkeit*

1. Einleitung

„Ist der Finanzkapitalismus am Ende?“¹ – diese kontroverse Frage steht im September 2008 an der Spitze der öffentlichen Agenda in Deutschland und verweist auf eine drohende Weltwirtschaftskrise. Zugleich steht die Frage nach dem Ende des Finanzkapitalismus im Zeichen eines wachsenden Trends, den Kapitalismus als unmenschliches System und Wurzel sozialer Ungerechtigkeit anzuprangern. Eine solche Kapitalismuskritik ist ein Topos sowohl genuin wissenschaftlicher Diskurse, wie etwa in der philosophischen Tradition des Marxismus, als auch populärwissenschaftlicher und öffentlicher Diskurse in Politik und Medien. In öffentlichen Diskursen wird oftmals die inhumane Seite des Kapitalismus kritisiert oder aber die Kritik verweist auf dessen utopischen Charakter.²

Mit einer ähnlichen Fragestellung provoziert am Ende des 20. Jahrhunderts unter gänzlich anderen Vorzeichen ein Diskurs die

1 Uwe Jean Heuser, DIE ZEIT, 18. 09. 2008 Nr. 39, S. 23.

2 „Zivilisiert den Kapitalismus“ betitelt *Die Zeit* ihre 39. Ausgabe im September 2008 und im Feuilletonteil diskutiert man über die „Pleite der letzten Utopie“, die bis zum heutigen Tage allerdings nicht eingetreten ist.

Öffentlichkeit, der unter dem Stichwort „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ oder „Aufmerksamkeitsökonomie“ zusammengefasst wird. Georg Franck, einer der wichtigsten Vertreter des Aufmerksamkeitsdiskurses im deutschsprachigen Raum, veröffentlicht Anfang der 90er Jahre einen Artikel mit dem Untertitel „Das Zeitalter der Geldökonomie geht zu Ende“³. Nicht nur ein mögliches Ende des Geldkapitalismus wird suggeriert, ebenso steht die utopische Vision einer neuen Ökonomie im Zentrum der Bewegung und sorgt für viel Aufsehen und Aufmerksamkeit. Mit Blick auf die Entmaterialisierung der Wirtschaftsprozesse durch die Massenmedien und das Internet behaupten die Diskursanhänger in den 90er Jahren, dass sich die traditionelle Ökonomie grundlegend verändern würde. Der Begriff der Aufmerksamkeit rückt in das Zentrum ihrer Analyse und soll in der massenmedialen Gesellschaft mit der Leitwährung Geld als wichtigstes Rationierungsmittel konkurrieren. Georg Franck behauptet, dass in absehbarer Zukunft eine Ökonomie der Beachtung die Geldökonomie ablöse und dadurch ein grundlegender, gesellschaftlicher Wandel in Gang gesetzt werde. Mit Thesen dieser Art avanciert die *Ökonomie der Aufmerksamkeit* zu einer „Metatheorie der postindustriellen Gesellschaft“ und erfährt eine hohe Popularität in Öffentlichkeit und Feuilleton. In seiner Bekanntheit sprengt das Buch die Grenzen zwischen Hoch- und Populärkultur, da sogar Dieter Bohlen die Publikation zu seinen Lieblingsbüchern zählt.

Dies muss bei dem ansprechenden Thema und dem verständlichen Stil auch gar nicht verwundern. Zu Beginn seiner Überlegungen bezeichnet Franck die Aufmerksamkeit anderer Menschen als die „unwiderstehlichste aller Drogen“. (ÖdA, 10) So kommt er zum anthropologischen Verlangen nach Aufmerksamkeit auf der einen und zum Kult „um die Attraktivität der

3 Georg Franck, *Aufmerksamkeit – die neue Währung*, Internetzeitschrift Teleepolis, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/2/2003/1.html>, 20.03.1996 (zuletzt abgerufen am 18.04.2014).