



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).

eigenen Person“ (ÖdA, 11) auf der anderen Seite. Letzterer dient dazu, genügend Zuwendung und Beachtung von Anderen zu erlangen. Von dieser Hypothese ausgehend behauptet Franck, dass Eitelkeit und gesellschaftlicher Ehrgeiz stärker ins Zentrum der Lebensinhalte rücken, je reicher und offener eine Gesellschaft ist. Die *Ökonomie der Aufmerksamkeit* kreist damit um ein Thema, das wahrscheinlich so alt ist wie die menschliche Gesellschaft selbst: die Betrachtung der Gesellschaft als Jahrmarkt der Eitelkeiten.

Der für die Untersuchung interessante und zugleich herausfordernde Aspekt von Georg Francks *Ökonomie der Aufmerksamkeit* ist ihre kontroverse Beziehung zur Wissenschaft. Einerseits übt Franck in mehreren Hinsichten Kritik an der Wissenschaft, die somit direkter Adressat zu sein scheint. Die Wissenschaft ist nicht nur unfähig, eine vernünftige und richtige Definition von Aufmerksamkeit zu liefern, mit dem vermehrten Streben einzelner Wissenschaftler nach Reputation und Aufmerksamkeit hält auch die Eitelkeit Einzug in den Wissenschaftsbetrieb.⁴

Andererseits erläutert Georg Franck in einem Interview, dass er mit seinem Entwurf zur Aufmerksamkeitsökonomie kein wissenschaftliches Werk schreiben wollte. Stimmt Georg Francks Selbsteinschätzung und wie lässt sich seine Wissenschaftskritik mit dieser Aussage vereinbaren? Ist die *Ökonomie der Aufmerksamkeit* tatsächlich so unwissenschaftlich angelegt wie er behauptet und beruht sie nicht vielmehr auf Grundlagen und Theorien aus den Geisteswissenschaften?

Wenn die essayistische Form in weiten Teilen unwissenschaftlich sein mag, so ist die starke Anbindung an die soziologische und philosophische Geistesgeschichte nicht zu übersehen. Die vorliegende Untersuchung will den Diskurs der *Ökonomie der*

4 Die Kritik von Georg Franck ist abzugrenzen von aktuellen Kritiken am „akademischen Kapitalismus“, bei dem die materielle Ökonomisierung der Hochschulen und die Bologna Reform im Vordergrund stehen. Vgl. dazu Richard Münch, *Akademischer Kapitalismus. Über die politische Ökonomie der Hochschulreform*, Suhrkamp, Berlin 2011.

Aufmerksamkeit in einem philosophischen Kontext rekonstruieren. Was ist mit dem von Franck diagnostizierten gesellschaftlichen Wandel gemeint und auf welchen geisteswissenschaftlichen Thesen und Grundlagen beruht er? Ist der Aufmerksamkeitsdiskurs in einem wissenschaftlichen Rahmen durchführbar? Ist die Unwissenschaftlichkeit und Unschärfe des Diskurses am Ende der Preis für seine hohe Popularität? Und ist Francks Ökonomie tatsächlich gegen die Wissenschaft gerichtet? Diese Fragen möchte die folgende Analyse am Entwurf der *Ökonomie der Aufmerksamkeit* von Georg Franck aufdecken und klären.

2. Eine faszinierende Idee und ihre Wirkungsgeschichte

Es ist der amerikanische Nobelpreisträger Herbert Simon, der seit den 60er Jahren wesentliche Gedanken zum Zusammenhang zwischen Aufmerksamkeit, Knappheit und Ökonomie formuliert und so die Vorstellung von Aufmerksamkeit als Ressource vorwegnimmt.⁵ Zwar macht er auf die Knappheitsfunktion von Aufmerksamkeit und Zeit im ökonomischen Kontext aufmerksam, jedoch ist hier von einer neuen Ökonomie noch keine Rede. Im deutschsprachigen Raum stellt Georg Franck im Jahr 1986 innerhalb eines Beitrags zur linguistischen Gesprächsanalyse erstmals eine Verknüpfung zwischen den Begriffen „Aufmerksamkeit“ und „Ökonomie“ her:

Bereits die Idee ist eine Spende. Meine Schwester Dorothea hat sie mir überlassen. Auf dem Gebiet der Konversationsanalyse arbeitend, hatte sie vorgeschlagen, den sich selbst organisierenden Wechsel von Sprechen und Hören als Form eines stillschweigend ausgehandelten Tauschs zu beschreiben. [...] So kam es, dass die Idee einer Ökonomie der Aufmerksamkeit erstmals unter dem Titel ‚Zwischen-

5 Kristina Nolte, *Der Kampf um Aufmerksamkeit*, S. 48.

menschliche Verhandlung versus intersubjektive Norm‘ in den Papieren zur Linguistik, Nr. 35 (Heft 2/1986) vorgestellt wurde. (ÖdA, 7)

An diesem Zitat von Franck zeigt sich, dass der Gegenstand nicht auf ein ökonomisches Gut und die ökonomische Perspektive beschränkt sein kann, sondern im Gegenteil auf einer Idee zum sozialen Tausch in der zwischenmenschlichen Kommunikation beruht. Nach der Veröffentlichung des soziologischen Werks *Die Erlebnisgesellschaft* im Jahr 1992, worin Gerhard Schulze den Tausch von Erlebnissen gegen Aufmerksamkeit beschreibt, erscheint 1993 im Merkur ein Aufsatz von Georg Franck unter dem Titel *Ökonomie der Aufmerksamkeit*.⁶ Hierin stellt er Aufmerksamkeit als „konkurrierendes Einkommen“ bereits neben die Währung Geld und legt die Grundzüge seiner 1998 in Buchform erscheinenden *Ökonomie der Aufmerksamkeit* dar. Franck ist damit der erste, „der sich ausschließlich mit einer sog. *Ökonomie der Aufmerksamkeit* beschäftigt“.⁷

Zahlreiche Essays, Vorträge und Kongresse im deutschen wie im amerikanischen Raum zum Thema folgen. Maßgeblich für das Aufflammen des Diskurses der Aufmerksamkeitsökonomie in den Wissenschaften sind neben Franck die US-amerikanischen Autoren Richard A. Lanham und Michael H. Goldhaber. Beide sind keine Wirtschaftswissenschaftler. Lanham ist emeritierter Professor für Anglistik und Goldhaber Professor für theoretische Physik. Während Lanham den Wandel von der Güterökonomie zur Informationsökonomie beschreibt und dabei den Stellenwert von Information und Aufmerksamkeit in der

6 Kristina Nolte, *Der Kampf um Aufmerksamkeit*, S. 49; vgl. auch Georg Franck, *Ökonomie der Aufmerksamkeit*, in: *Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken* 47/1993, S. 748–761.

7 Gräser, Tobias/Welling, Michael, *Die Ökonomie der Aufmerksamkeit – eine kritische Analyse aus wissenschaftstheoretischer und ökonomischer Perspektive*, Schriften zum Marketing Nr. 46, Bochum 2003, S. 4.

Wirtschaft betont⁸, befasst sich Goldhaber schwerpunktmäßig mit dem Medium Internet als Ort einer neuen Ökonomie der Aufmerksamkeit.⁹ Der Architekt und Volkswirt Franck analysiert primär den kulturellen und gesellschaftlichen Wandel und beschreibt das Verlangen nach Aufmerksamkeit in Kulturbetrieb, Wissenschaft und Massenmedien. Aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht bietet Georg Franck, Gräser und Welling zufolge, „den ausführlichsten Ansatz einer Aufmerksamkeitsökonomie, auf den überdies am häufigsten Bezug genommen wird“.¹⁰

Im deutschsprachigen Raum findet Francks *Ökonomie der Aufmerksamkeit* in den verschiedensten wissenschaftlichen Disziplinen Beachtung. 2001 erscheint der erste wissenschaftliche Sammelband zum Diskurs der Aufmerksamkeitsökonomie unter dem Titel *Attention please! Online-Kommunikation und Medien*. Während der Herausgeber Klaus Beck die „Auseinandersetzung mit Aufmerksamkeit und den Ansätzen einer Ökonomie der Aufmerksamkeit bzw. einer Attention Economy“ aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive als „interessant und notwendig“¹¹ erachtet, fällt das Urteil aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive von Hummel und Schmidt negativ aus:

-
- 8 Richard A. Lanham reflektiert 1994 während eines Vortrags über Möglichkeiten und Folgen einer „Economics of attention“. Vgl. hierzu Kristina Nolte, *Der Kampf um Aufmerksamkeit*, S. 49.
- 9 Vgl. Michael H. Goldhaber, Die Aufmerksamkeit und das Netz, Teil I und Teil II, in: <http://www.heise.de/tp/14/artikel/6/6195/1.html>, *Telepolis*, erschienen am 27. 11. 1997 (zuletzt abgerufen am 18. 04. 2014). Mehr zum anglo-amerikanischen Diskurs der Ökonomie der Aufmerksamkeit findet sich auch in Jörg Bernardy, *Attention as bounded resource and medium in cultural memory: A phenomenological or economic approach?* in: *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication* 2: 2, Intellect, London 2011, S. 241–254.
- 10 Gräser, Tobias/Welling, Michael, *Die Ökonomie der Aufmerksamkeit – eine kritische Analyse aus wissenschaftstheoretischer und ökonomischer Perspektive*, S. 7.
- 11 Klaus Beck, *Aufmerksamkeitsökonomie – die Funktion von Kommunikation und Medien*, in: Klaus Beck/Wolfgang Schweiger (Hrsg.), *Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit*, S. 35.

Der „Grad der Neuigkeit“ sei „überschaubar“, zumal Aufmerksamkeit bereits eine tragende Rolle in der Transaktionskostentheorie und in der Informationsökonomie spiele. So sei auch „das von Franck selbst eingestandene Stadium des Versuchs (so der Untertitel seines Buches) noch nicht überwunden“ und „von der Verwendung des Ausdrucks ‚ökonomische Theorie‘ hinsichtlich Francks Entwurf sollte bis auf weiteres Abstand genommen werden“.¹² Unter der Herausgeberschaft des Bochumer Ökonomen Prof. Peter Hammann entsteht im Jahr 2003 eine kritische Arbeitsschrift aus wissenschaftstheoretischer und ökonomischer Perspektive. Die Unzulänglichkeit von Francks ökonomischem Ansatz und die Unmöglichkeit einer Integration in eine ökonomische Theorie werden hier auf detaillierte Weise dargelegt.¹³

2002 erscheint ein zweiter Sammelband unter dem Titel *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, diesmal mit Autoren hauptsächlich aus den Bereichen Medienwissenschaften und Publizistik. Auch dieser Band befasst sich beinahe ausschließlich mit dem Ansatz von Georg Franck und erörtert auf z. T. sehr kritische Weise seinen Entwurf einer neuen Ökonomie. Vor allen Dingen werden die Interdisziplinarität des Entwurfs und seine wissenschaftliche Unschärfe als Kritikpunkte hervorgehoben. Die Autoren Jens Eder, Christian Pundt, Jörg Metelmann und Andreas Bade stellen in ihren Analysen heraus, dass Georg Franck mit seinem Entwurf bestimmte Probleme und Diskurse aus den Geisteswissenschaften aufgreift. So kommt Christian Pundt zu dem Ergebnis, dass Franck trotz teilweise unwissenschaftlicher Vorgehensweise „nicht außerhalb der Diskurse steht“.¹⁴

12 Hummel, Johannes/Schmidt, Johannes, *Ökonomie der Aufmerksamkeit – eine neue ökonomische Theorie?*; in: Klaus Beck/Wolfgang Schweiger (Hrsg.), *Attention please!*, S. 105f.

13 Gräser, Tobias/Welling, Michael, *Die Ökonomie der Aufmerksamkeit – eine kritische Analyse aus wissenschaftstheoretischer und ökonomischer Perspektive*, Bochum 2003.

14 Christian Pundt, *Vom Geben und Nehmen im Kleinen und Großen. Zu Georg Francks Ökonomie der Aufmerksamkeit*, in: Knut Hickethier, Joan Kris-

2005 publiziert die Kommunikationswissenschaftlerin Kristina Nolte ihr Buch *Der Kampf um Aufmerksamkeit* und wendet den Diskurs der Aufmerksamkeitsökonomie auf den Politiker Jürgen Möllemann an. Nolte konstatiert ein reges Diskursinteresse auch innerhalb von Medien und TV-Sendern:

Auch die Medien selbst nehmen profitable Sendeformate wie ‚Deutschland sucht den Superstar‘ oder ‚Big Brother‘ zum Anlass für einen Diskurs über ihr eigenes Aufmerksamkeits-Management. Beiträge zum Beispiel auf Deutschlandradio oder den 34. Mainzer Tagen der Fernseh-Kritik, die das ZDF 2001 dem Thema „Wettbewerbsziel Aufmerksamkeit“ gewidmet hat, beschäftigen sich inhaltlich mit der prosperierenden Aufmerksamkeitsindustrie.¹⁵

Mit den Autoren Gräser und Welling lässt sich von einem regelrechten „Medienhype“ sprechen, der sich bis in die „Regenbogenpresse“ erstreckt, die von Franck als „Hochamt“ (ÖdA, 14) des Kults um die eigene Person bezeichnet wurde. Mit dem Slogan „BUNTE schafft Aufmerksamkeit“ wirbt die Illustrierte „Bunte“ 2003 mit einem Zitat von Georg Franck, und „selbst Dieter Bohlen, ‚lebendes Beispiel‘ einer Person, die im Fokus öffentlicher Aufmerksamkeit steht, hat Francks Buch als seine Lieblingslektüre betitelt“.¹⁶

In den Jahren nach 2005 nimmt die Rezeption des Themas in Medien, Wissenschaft und Wirtschaft zwar deutlich ab, bleibt aber weiterhin präsent. Während etwa die Universität Witten/Herdecke im Sommersemester 2008 ein Seminar mit dem Titel *Aufmerksamkeit, mentaler Kapitalismus, Rationalität* in ihr Lehrprogramm aufnimmt, greifen mehrere Kongresse und Podi-

tin Bleicher (Hrsg.), *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, S. 63.

15 Kristina Nolte, *Der Kampf um Aufmerksamkeit*, S. 49.

16 Vgl. Gräser, Tobias/Welling, Michael, *Die Ökonomie der Aufmerksamkeit – eine kritische Analyse aus wissenschaftstheoretischer und ökonomischer Perspektive*, S. III.