

Bilder der Ökonomie

Metaphern im Alltagsverständnis der Wirtschaft

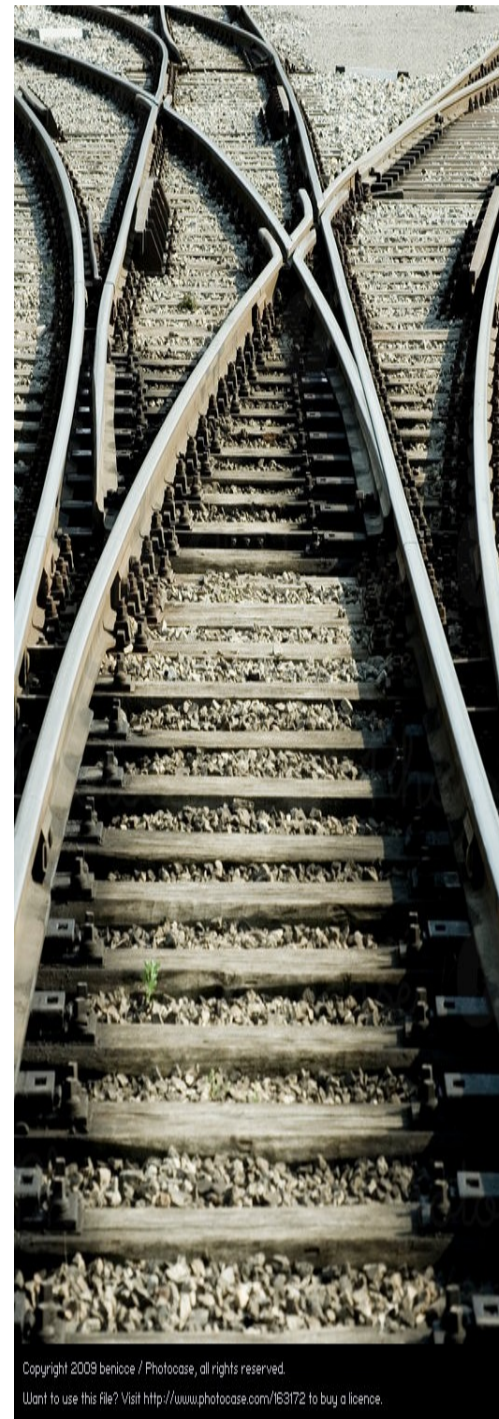
Unbewusste Bilder und Annahmen strukturieren das Alltagsverständnis der Wirtschaft und engen das Denken und Handeln ein.

Maximilian Wilken B.A.

mwilken@posteo.de

Abstract: Die Studie will untersuchen, welche impliziten Muster das Denken der deutschen Öffentlichkeit über Ökonomie strukturieren. Durch semi-strukturierte Interviews mit 10-20 Personen sollen gemeinsame Metaphern, Verbindungen und Annahmen aufgedeckt werden. Aus diesen gemeinsamen Aspekten sollen ‚Cultural Models‘, d.h. geteilte, beständige Denkstrukturen und Verständnisse der Wirtschaft expliziert werden.

Gesellschaftliche Relevanz

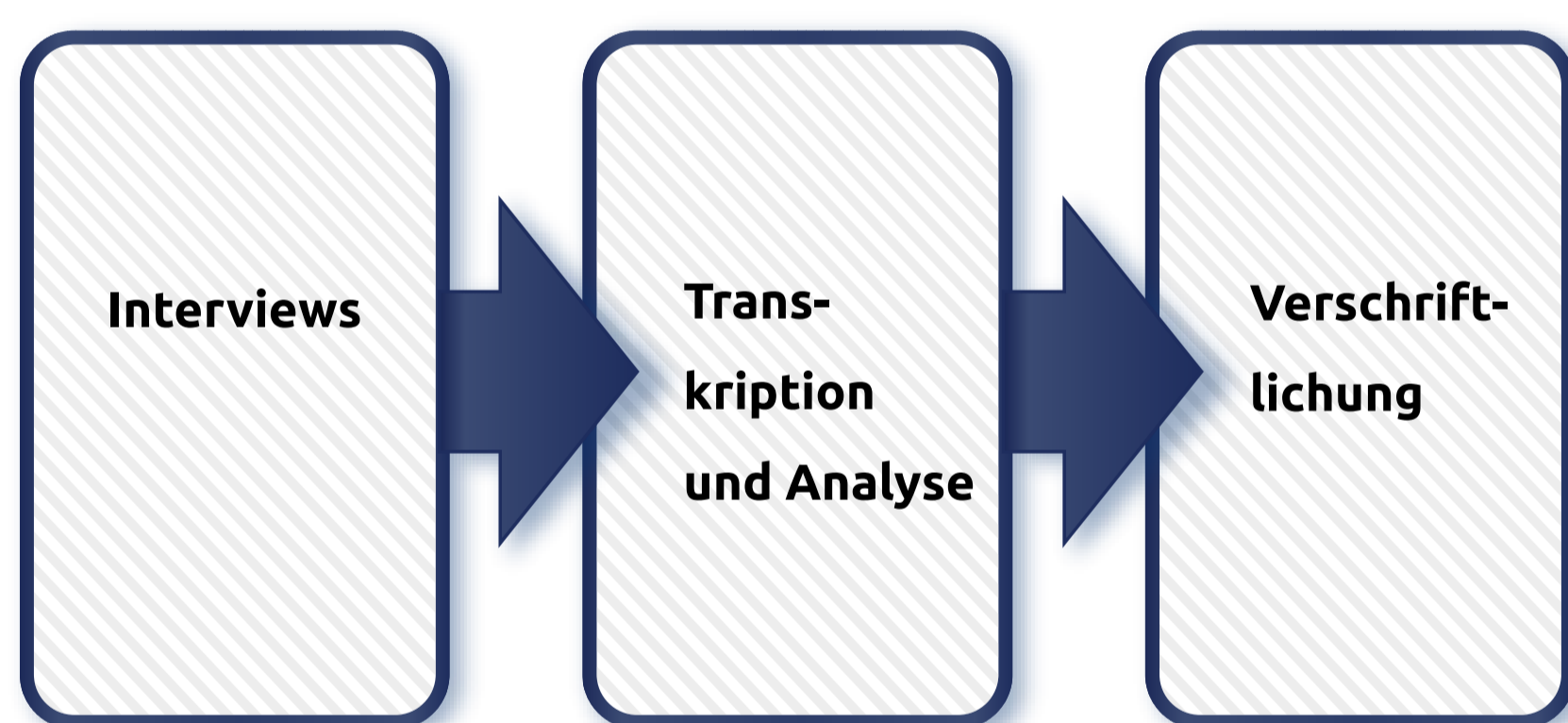


Wenn das Denken über Ökonomie durch implizite Denkstrukturen, wie Metaphern und unreflektierte Annahmen gesteuert wird, stellt sich damit eine Frage nach demokratischer Teilhabe. Eine Aufgabe der Wissenschaft kann in diesem Kontext sein, das implizite und kulturell gewachsene Wissen explizit zu machen und damit Reflektion zu ermöglichen. Vermeintliche Sachzwänge und Alternativlosigkeiten können damit wieder dem demokratischen Diskurs zugänglich gemacht werden. Die Frage nach den Metaphern, die unser Denken lenken, öffnet zudem Denkräume zur Möglichkeit und Nutzbarkeit neuer Narrative. Die Studie soll also Perspektiven für die Zusammenarbeit mit Politik und Zivilgesellschaft geben und erste Möglichkeiten von einer anderen „Geschichte“ der Ökonomie andeuten. Die Studie soll ein erster Schritt in Richtung der Frage sein, wie wir eine positives Narrativ unserer kollektiven gesellschaftlichen Zukunft bilden können, welches ein demokratisches Denken über Ökonomie ermöglicht und damit Handlungsfähigkeit herstellt.

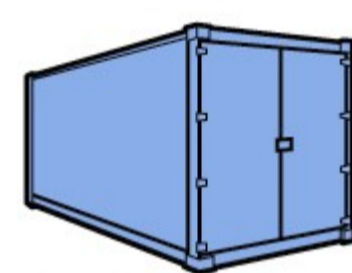
Vorbereitung (Juli-September 2018)



Durchführung (Oktober-Februar 2018)



Wie denken Menschen über Ökonomie und ihre Wirkungsweise?



Ökonomie als Container?



Ökonomie als Geld?



Kognitives Loch?



Menschliche Natur?



Krise?

Ansatz und Vorgehen



Menschen erfassen soziale Realitäten nicht direkt, sondern benötigen grundlegende kategoriale Konzepte wie „die Wirtschaft“, „der Staat“ oder „die Gesellschaft“. Nach Lakoff und Johnson ist menschliches Denken und Handeln grundlegend von Metaphern geprägt. Soziale und kollektive Kategorien benötigen Bilder, d. h. sie erscheinen uns nicht als „die Realität“ sondern in einem sprachlichen Zusammenhang, der durch unbewusste Annahmen strukturiert ist. Zum Beispiel basiert „der Markt“ als abstraktes Konzept unter anderem auf dem Bild eines Wochenmarkts.

Die Studie zielt auf diese notwendigerweise nicht bewusst reflektierten Aspekte menschlicher Sprache ab. Dazu soll die Methode der ‚Cultural Models‘, die der kognitiven Anthropologie entspringt, verwendet werden. Etwa 10-20 Personen, die keine ökonomische Vorbildung haben und zu einem gewissen Grad repräsentativ für die deutsche Öffentlichkeit stehen können, sollen in semi-strukturierten und freien Gesprächen nach ihren Vorstellungen der Wirtschaft befragt werden.

Problemstellung

Das gesellschaftliche Nachdenken über Wirtschaft ist eine Domäne, die in Deutschland überwiegend Experten in Wissenschaft und Zivilgesellschaft überlassen wird. Das Narrativ der neoliberalen Gesellschaftstheorie mit seiner binären Gegenüberstellung von Markt und Staat sowie der Vorstellung einer alternativlosen, wettbewerbsgesteuerten und von mysteriösen Kräften des Marktes gesteuerten Ökonomie überwiegt in diesen Diskursen. Trotz ihrer eigenen Wirkmächtigkeit versteht sich die Volkswirtschaftslehre als eine neutrale, außerhalb der Gesellschaft stehende Wissenschaft. Die Frage, wie sich das wissenschaftliche ökonomische Denken im öffentlichen Diskurs niederschlägt bleibt innerhalb der Disziplin darum in der Regel unbeantwortet. Damit stellen sich viele Fragen: Wie denken Menschen in Deutschland über Ökonomie nach? Wie steht ökonomische Wissenschaft in Verbindung mit gelebten Realitäten? Was ist das dominante Narrativ der Ökonomie?

