

Uwe Krüger, Sebastian Seignani (Hrsg.)

Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit

Verhandlungen des Netzwerks

Kritische Kommunikationswissenschaft

Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit

Verhandlungen des Netzwerks
Kritische Kommunikationswissenschaft

Uwe Krüger, Sebastian Sevignani (Hrsg.)



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit.

Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft

Herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani

1. Auflage, Universität Leipzig 2019

DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.0

Gefördert von der Universität Leipzig mit Mitteln aus dem PublikationsfondPLUS.

Veröffentlicht auf dem Publikationsserver der Universität Leipzig: <http://ul.qucosa.de/>.

Der Band und alle darin enthaltenen Beiträge erscheinen unter der Lizenz CC-BY-SA 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

Gestaltung:

Marlen van den Ecker, Juliane Pfeiffer, Maximilian Küstermann, Patrick Klapetz,
Ralf Lindemann

Korrektorat:

Ingrid Lipfert, Maximilian Küstermann

Dieser Band ist im Nachgang der 2. Jahrestagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft entstanden, die unter dem Titel „Ideologien & Ideologiekritik“ vom 29. November bis 1. Dezember 2018 an der Ludwig-Maximilians-Universität München stattfand.

Kontakt:

Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft

URL: www.krikowi.net

E-Mail: info@krikowi.net

Twitter: <https://twitter.com/KriKoWi>

Facebook: <https://www.facebook.com/KriKoWi/>

Kritische
Kommunikationswissenschaft

Inhalt

Einleitung <i>Uwe Krüger & Sebastian Seivgnani</i>	1
---	---

Ideologietheoretische Perspektiven auf Medien und Kommunikation

Ideologische Öffentlichkeit: Zur Organisation gesellschaftlicher Erfahrung im Kapitalismus <i>Sebastian Seivgnani</i>	12
---	----

Ideologiekritik und Kontingenz(erfahrung) am Beispiel Fake News: Der Beitrag des Radikalen Konstruktivismus <i>Armin Scholl</i>	46
---	----

Ideologiekritik als Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen. Zum ideologiekritischen Potenzial der Habermas'schen Theorie <i>Floris Biskamp</i>	66
--	----

Für einen empirischen Ideologiebegriff. Ein wissenssoziologischer Blick auf die Ideologiekritik <i>Birgit Peuker</i>	86
--	----

Ideologien der kapitalistischen Medienindustrie

Eine Kritik der Ideologie der „freien Presse“ zur Wendezeit 1989/1990 <i>Mandy Träger</i>	104
--	-----

Monster oder Mitmensch? Der vampirische Andere in zwei Versionen von Francis D. Lawrences Film <i>I Am Legend</i> <i>Holger Pöttsch</i>	124
---	-----

Kritik der politischen Ökonomie der Wissenschaftskommunikation als Ideologiekritik: Open Access <i>Manfred Knoche</i>	140
---	-----

Die Ideologie der Sharing Economy <i>Sebastian Jürss & Nils Borchers</i>	176
---	-----

Die Neoklassische Ökonomie und der Romantische Konsumismus: Ideologische Bremsklötze einer „Großen Transformation“ zur Nachhaltigkeit <i>Uwe Krüger & Juliane Pfeiffer</i>	200
--	-----

Ideologie in journalistischer Berichterstattung

Ideologische Integration, massenmediale Täuschung:
Zur Rolle von Propaganda in liberalen Demokratien
Florian Zollmann.....228

Agieren deutsche Medien gemäß dem Propagandamodell?
Das Beispiel Bombardierung von Krankenhäusern durch die USA und Russland
Kim Kristin Mauch.....254

Mit Ideologiekritik aus der Krise: Über moralisierenden Universalismus
im Journalismus und in der Journalismusforschung – ein Essay
Michael Haller.....270

Ideologie und Wissenschaft

Stereotyp und Ideologie. Marginalisierung kritischer Forschung in der
Kommunikationswissenschaft
Martina Thiele.....290

Die aktuelle Bedeutung des Subjektaspekts für Ideologieproduktion
und Ideologiekritik: Menschliche Subjektivität als Teilaspekt
der „gesellschaftlichen Natur“ des Menschen
Renatus Schenkel.....320

Erfolgsbedingungen ideologiekritischer Praxis und
das Problem des Paternalismus
Patrick Körner.....348

Kurzbiografien.....373

Einleitung

Uwe Krüger & Sebastian Seivgnani

1 Hintergrund

Mit der empirisch-sozialwissenschaftlichen Wende in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft und der Marginalisierung von Vertreter*innen der Kritischen Theorie in den 1960er bis 1980er Jahren sind einige Begriffe aus der Fachdebatte praktisch verschwunden. „Herrschaft“ gehört dazu, „Propaganda“, „Manipulation“ und auch „Ideologie“. Paradigmatisch für diesen Wandel steht Paul F. Lazarsfeld, der als Pionier der modernen Kommunikationswissenschaft und Begründer ihres empiristischen Paradigmas gilt. Lazarsfeld, ursprünglich Sozialist und Austromarxist, schrieb noch 1948: „In zunehmendem Maße haben die stärksten Machtgruppen, unter denen die Verbände der Wirtschaft den wichtigsten Platz einnehmen, Techniken der Manipulation des Massenpublikums durch Propaganda übernommen und sie an die Stelle direkterer Machtausübung gesetzt“ (Lazarsfeld & Merton 1973, 448). Zur selben Zeit und schon zuvor betrieb er allerdings Medienwirkungsforschung im Auftrag von Stiftungen, Behörden, Regierung, Armee und Privatwirtschaft und verstand sich als administrativer Forscher, der im Gegensatz zu kritischen Forscher*innen „kleine Probleme, meist geschäftlicher Art“ löst (Lazarsfeld 1973, 15), sozialtechnologisch verwertbare Analysen liefert und keine grundlegende Ideologie- oder Gesellschaftskritik übt. Lazarsfelds Art der administrativen, angewandten, vor allem empirisch-quantitativen Sozialforschung verbreitete sich auch in westeuropäischen Wissenschaftssystemen, und spätestens seit der „konservativen Wende“ in der deutschen Kommunikationswissenschaft der frühen 1980er Jahre (Meyen 2017) ist von Ideologiekritik auch hierzulande kaum noch etwas zu sehen.

Mit diesem Sammelband will das Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft (KriKoWi) gegensteuern. Er ist die erste Publikation, mit der das im März 2017 auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) in Düsseldorf gegründete Netzwerk in die interessierte Öffentlichkeit tritt. Unter Kritischer Kommunikationswissenschaft verstehen wir Forschung mit einem Bezug zu Gesellschaftstheorie und Kapitalismusanalyse, mit einem Fokus auf Herrschaftsformen und Machtungleichgewichte, mit einem Verständnis von der historischen Gewordenheit gesellschaftlicher Verhältnisse und mit der Perspektive auf deren Transformation. Unter dieser Klammer vereinen wir verschiedene Theorie- und Forschungstraditionen.¹

Ein kritischer Ideologiebegriff, jenseits unterschiedlicher inhaltlicher Füllung durch die im Netzwerk versammelten Ansätze, zielt letztlich darauf zu verstehen, wie Denk- und Sprachformen für die Herstellung, Aufrechterhaltung und Rechtfertigung von Macht- und Herrschaftsverhältnissen funktional sind (vgl. Eagleton 2000). Während die Ideologietheorie danach fragt, *wie* diese Denk- und Sprachformen wirkmächtig werden, geht es der Ideologiekritik darum herauszufinden, *was*, d. h. welcher Inhalt, geeignet ist, Macht- und Herrschaftsverhältnisse zu (re-)produzieren. Ideologiekritik ist eine Kernaufgabe kritischer Wissenschaft insgesamt, die kritische Medien- und Kommunikationswissenschaft muss hierzu aber einen wichtigen Beitrag leisten (Downey, Titley und Toynbee 2014), werden Ideologien doch gerade auch in den Medien (re-)produziert und durch sie in der Öffentlichkeit verbreitet – und möglicherweise auch durch (affirmative) Medien- und Kommunikationswissenschaft.

Relevant ist die Themenstellung dieses Bandes vor allem vor dem Hintergrund der weltpolitischen Entwicklungen und verschärfter Kämpfe um die ideologische Vorherrschaft: Innerhalb vieler westlicher Gesellschaften wird das neoliberale Globalisierungsparadigma, das in den letzten Jahrzehnten immer stärkere Ungleichheiten und Ungerechtigkeiten hervorgebracht hat, von erstarkenden nationalistischen Bewegungen vermeintlich herausgefordert. In den USA hat ein „ultrareaktionärer Neoliberalismus“ mit Donald Trump als Bannerträger einen „progressiven Neoliberalismus“ abgelöst, der Minderheiten und sozialen Bewegungen in Fragen symbolischer Anerkennung entgegengekommen war, während wirtschafts- und sozialpolitisch von unten nach oben umverteilt wurde (Fraser 2018). Auf globaler Ebene tritt mit dem Aufstieg Chinas

¹ Mehr zum Selbstverständnis des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft unter www.krikowi.net.

und seiner Mischung aus staatskapitalistischem Wirtschaftssystem und staatssozialistischen Elementen wieder ein ernstzunehmender Herausforderer des neoliberalen Kapitalismus auf den Plan; zugleich trägt der Westen mit einem erstarkten Russland nicht nur politische und (über Stellvertreterkriege etwa in der Ukraine und Syrien) militärische, sondern auch ideologische Konflikte aus. Über allem hängt zudem das Damoklesschwert drastischer Umweltveränderungen in den nächsten Jahren und Jahrzehnten, die zu einer „Klimatragödie“ und einem baldigen gesellschaftlichen Zusammenbruch auch in bisherigen Wohlstandsregionen wie Europa führen könnten (Bendell 2018) – verursacht letztlich von einer kohlenstoffbasierten Wirtschaftsweise mit Wachstumszwang, die tief in den Köpfen und gesellschaftlichen Institutionen verankert ist.

In all diesen Feldern spielt öffentliche Kommunikation eine große Rolle, speziell auf sozialen Netzwerkplattformen, im Journalismus, in Alternativmedien, in der Werbung oder in der strategischen Kommunikation. Demgegenüber gibt es wenig progressive Erzählungen und solidarische Alternativen bleiben marginal. Nach wie vor kann man mit Jaeggi (2009, 271) sagen: „Die Verhältnisse schreien nach Ideologiekritik.“

2 Aufbau des Bandes

Obwohl die Beiträge dieses Bandes unterschiedliche Ideologiebegriffe und -theorien nutzen, vereint sie doch das Bemühen, den Ideologiebegriff für die Kritik bestehender (Kommunikations-)Verhältnisse nutzbar zu machen.

Im Abschnitt *Ideologietheoretische Perspektiven auf Medien und Kommunikation* skizziert *Sebastian Sevignani* das Bild eines ideologischen öffentlichen Kommunikationsprozesses, der antagonistische und ungleiche Sozialbeziehungen stabilisiert, statt in Richtung von mehr Gleichheit und gemeinwohlorientiert aufzulösen. Ideologische Öffentlichkeit wird als ein aufsteigender und wieder absteigender Kommunikationsprozess zwischen einfachen, mittleren und komplexen Teilöffentlichkeiten beschrieben, an dem eine Vielzahl „antagonistischer Medien“, die synthetisierenden Massenmedien, aber auch der orientierende Horizont einer „bürgerlichen Öffentlichkeit“ eine Rolle spielen. In Negation der ideologischen Öffentlichkeit stellt der Autor unter Rückgriff auf die Arbeiten von De-

wey, Negt und Kluge, Gramsci, der Kritischen Psychologie und dem „Projekt Ideologie-Theorie“ – alles Arbeiten, die nicht gerade zum Mainstream der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung zählen – Überlegungen an, wie eine emanzipatorische, nicht-ideologische Öffentlichkeit aussehen könnte.

Armin Scholl diskutiert in seinem Beitrag am Beispiel der Debatte um Fake News die Funktion, die der in der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung etablierte Radikale Konstruktivismus für eine ideologiekritische Analyse öffentlicher Kommunikation haben könnte. In der Betonung der grundsätzlichen Kontingenz und Beobachterabhängigkeit aller Fakten liegt nach Scholl kein geringer epistemologischer Beitrag dieser Perspektive für die Ideologiekritik: Sie erlaubt den begründeten Verdacht eines Vorliegens von Ideologie immer dann, wenn die Kontingenz von Fakten geleugnet und die Begründung des eigenen Standpunkts verwehrt wird. Damit wird zwar nicht vorentschieden, ob Ideologien epistemisch falsch und normativ problematisch sind; der aus dieser Perspektive geforderte Diskurs über Ideologie könnte aber für emanzipatorisches Handeln genutzt werden.

Floris Biskamp macht Habermas' Theorie des kommunikativen Handelns für die Ideologiekritik fruchtbar. Er bemerkt, dass Habermas sich vor allem auf die Probleme einer „Kommunikationsverdrängung“, d. h. des Ersetzens von Orten diskursiver gesellschaftlicher Selbstverständigung durch bürokratische und kapitalistische Systemlogiken konzentriert (Kolonialisierung der Lebenswelt); die „systematische Verzerrung von Kommunikationsbedingungen“ hingegen, die zu verzerrter Kommunikation zwischen den Menschen führt, d. h. das Ideologieproblem im eigentlichen Sinn, wird von Habermas nicht ausgearbeitet. Am Beispiel bundesdeutscher Debatten zum Islam zeigt Biskamp, wie solche verzerrten Kommunikationsbedingungen konzeptuell entfaltet und für empirische Forschung operationalisiert werden können.

Birgit Peuker bezieht sich in ihrem Beitrag kritisch auf die Ausdehnung des Ideologiebegriffs zur Bezeichnung problematischer gesellschaftlicher Bedingungen oder ganzer Kommunikationsprozesse. Sie argumentiert stattdessen unter Bezugnahme auf die Tradition der wissenssoziologische Wissenschaftsforschung, dass Ideologie als „eine bestimmte Wissensform in der Nähe von Macht und Herrschaft“ angesehen, aber ansonsten nicht überfrachtet werden sollte.

Im Abschnitt *Ideologien der kapitalistischen Medienindustrie* wird es dann gegenstandsbezogener und es wird deutlich, dass der Kapitalismus jenes gesellschaftliches Verhältnis ist, das Ideologiekritik notwendig werden lässt. *Mandy Tröger* zeigt in ihrem historisch und polit-ökonomisch argumentierenden Beitrag, wie zur Wendezeit 1989/90 der Verweis auf eine demokratische „freie Presse“ von westdeutschen Verlagskonzernen und Bundesregierung als Diskurswaffe benutzt wurde, um im Transformationsprozess des DDR-Mediensystems politische und wirtschaftliche Eigeninteressen durchzusetzen. So wurden letztlich progressive Ansätze alternativer Medien, die gemessen am Kriterium einer demokratischen freien Presse begrüßenswert gewesen sind, verhindert, und die ehemaligen politischen Pressemonopole der SED wurden in wirtschaftliche Pressemonopole westdeutscher Großverlage umgewandelt.

Holger Pötzsch untersucht in seinem Beitrag unter Bezug auf das Propagandamodell von Herman und Chomsky die Ideologieproduktion in Hollywood am Beispiel des Science-Fiction-Films „I am Legend“ von Francis D. Lawrence. In einem Vergleich zwischen der unveröffentlichten, vom Regisseur bevorzugten Version des Films mit der vom Studio und den Produzent*innen bevorzugten veröffentlichten Version arbeitet Pötzsch unterschiedliche politische Positionierungen heraus und zeichnet nach, wie über Testvorführungen Profiterwägungen und Marktzwänge Einfluss auf die Inhalte und die ästhetische Form des Films nahmen.

Manfred Knoche beschäftigt sich schließlich aus kritisch polit-ökonomischer Perspektive im Anschluss an Marx mit dem Thema von Open-Access-Wissenschaftspublikationen. Er kontrastiert in seinem Beitrag kommerzielle Open-Access-Strategien privatwirtschaftlicher Verlage mit den ebenfalls durch die Digitalisierung gegebenen Möglichkeiten einer gänzlich öffentlich organisierten Wissenschaftskommunikation. Open-Access-Strategien von Verlagen erscheinen aus ideologiekritischer Perspektive als funktional für die grundsätzliche Beibehaltung warenförmiger Wissensproduktion und deren staatlicher Förderung unter sich verändernden technischen und sozialen Bedingungen. Dies hat, so argumentiert Knoche, auch negative Auswirkungen auf die Reproduktionschancen kritischer Wissenschaft.

Sebastian Jürss und *Nils S. Borchers* untersuchen in ihrem Beitrag den ideologischen Gehalt der Sharing Economy als bedeutendes Element des sich digitalisierenden Kapitalismus mittels einer narrativen Diskursanalyse verschiedener Manifeste und Anti-Manifeste, die seit 2010 in diesem

Kontext erschienen sind. Die Autoren gelangen so zum genauen Verständnis einer solutionistischen Ideologie, die sich durch einen ungebrochenen Fortschrittsglauben, einen Antagonismus zur „Old Economy“ mit innovationshemmenden Institutionen sowie die Allianz aus Technikdeterminismus und Unternehmertum auszeichnet. Ideologisch ist dieser solutionistische Geist des digitalen Kapitalismus, so argumentieren die Autoren unter Bezug auf Mannheims Ideologiebegriff, weil er unsichtbar macht, dass die Sharing Economy auch anders aussehen könnte. Die Betonung des Teilens statt Besitzens ist zwar Merkmal der Sharing Economy, aber ein marginales, das dennoch zur Legitimation kapitalistischer Kontinuitäten herhalten muss.

Uwe Krüger und *Juliane Pfeiffer* analysieren in ihrem Beitrag ebenfalls die mentalen Infrastrukturen des gegenwärtigen Kapitalismus, grenzen ihren Untersuchungsgegenstand aber nicht auf die Digitalisierung ein. Sie sehen in der über Lehrbücher und Vorlesungen vermittelten neoklassischen Hegemonie in den Wirtschaftswissenschaften auf der einen Seite und dem Romantischen Konsumismus auf der anderen Seite die maßgeblichen ideologischen Stützpfeiler eines am Wachstum orientierten Gegenwartskapitalismus. Dieser ideologische Komplex verhindert eine aus der Perspektive der kapitalismuskritischen Degrowth-Bewegung notwendige „Große Transformation“ zu nachhaltigem Wirtschaften. Die Autor*innen leiten aus ihrer Analyse das Profil einer „transformativen Kommunikationswissenschaft“ ab, die herausfinden soll, welche öffentlichkeitsrelevanten Akteure, Strukturen und Prozesse eine Transformation zur Nachhaltigkeit behindern und welche sie begünstigen, um letztere durch öffentliche Aufmerksamkeit und parteiliche Wissensproduktion zu stärken.

Im Abschnitt *Ideologie in journalistischer Berichterstattung* sind Beiträge versammelt, die sich mit dem professionellen Journalismus und dessen Rolle in der Reproduktion von Ideologien beschäftigen. Zunächst geht *Florian Zollmann* mit Bezug auf Herman und Chomsky der Bedeutung von Propaganda in liberalen Demokratien nach. Gegen heute dominante Forschungsinteressen in der Medien- und Kommunikationswissenschaft macht er deutlich, dass massenmedial verbreitete Propaganda weder ein historisches Ausnahmephänomen noch auf autoritäre Staaten beschränkt ist. Zollmann argumentiert, dass die Form der Integrationspropaganda, die in der Aufwertung einer Position bei gleichzeitiger Auslassung oder Verzerrung alternativer Positionen besteht, für die Verbreitung einer gesellschaftlich dominanten Ideologie besonders relevant sei.

Kim Kristin Mauch untersucht in ihrem Beitrag, ebenfalls mit Bezug auf das Propagandamodell von Herman und Chomsky, inhaltsanalytisch vergleichend die Kriegsberichterstattung in deutschen Massenmedien über zwei Fälle, bei denen jeweils ein von Ärzten ohne Grenzen betriebenes Krankenhaus durch Bombardierung zerstört wurde – in einem Fall wurden die USA, im anderen Fall Russland verantwortlich gemacht. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass in der Tendenz über die Russland zugeschriebene Bombardierung kritischer berichtet wurde, was Annahmen aus dem Propagandamodell stützt.

Schließlich kritisiert *Michael Haller* in einem Essay einen neuen „moralisierenden Universalismus“ im Journalismus und in der Journalismusforschung, der zunehmend deliberative Diskurstheorien als normativer Bezugspunkt in beiden Feldern verdrängt. Haller entwickelt seine These am Beispiel der Debatte um die von ihm im Auftrag der Otto-Brenner-Stiftung durchgeführten Studien „Die ‚Flüchtlingskrise‘ in den Medien“ und „Zwischen ‚Flüchtlingskrise‘ und ‚Migrationspakt‘“.

Im Abschnitt *Ideologie und Wissenschaft* geht es einerseits um die Konjunkturen bzw. das Fehlen ideologiekritischer Ansätze in der Kommunikations- und Medienwissenschaft und andererseits um Probleme, mit denen eine ideologiekritische, akademische oder auf Aufklärung abzielende Praxis konfrontiert ist. *Martina Thiele* beschäftigt sich mit dem Zusammenhang von Stereotypen und Ideologie, um anschließend den Niedergang kritischer Stereotypenforschung in der deutschen Kommunikationswissenschaft nachzuzeichnen. Das für Stereotypen charakteristische Denken in Schablonen und Dualismen ist als vor- und nachgelagerter Prozess für die Ideologiebildung bedeutsam. Thiele geht von vier Phasen der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung aus und betont, dass die ideologiekritische Ausrichtung dieser Forschung, wie sie exemplarisch im Werk von Franz Dröge zum Ausdruck kam, in der Tendenz über diese Phasen hinweg zu einer marginalen Position wurde.

Renatus Schenkel lenkt in seinem Beitrag den Blick auf die individuellen Wirkmechanismen gesellschaftlicher Ideologien. Der Ansatz der Kritischen Psychologie (Holzkamp-Schule) bzw. der marxistischen Subjektwissenschaft wird dabei als ein marginalisierter, wenngleich für die kommunikations- und medienwissenschaftliche (Nutzungs-)Forschung fruchtbarer vorgestellt, der in der Lage ist, problematische Stimulus-Response-Modelle oder Manipulationsmodelle der Medienwirkung

grundsätzlich zu überwinden. Ideologien als Teil gesellschaftlicher Bedeutungskonstellationen determinieren individuelles Handeln nicht, sie spannen vielmehr einen „Möglichkeitsraum“ auf, in dem Rezipient*innen als Subjekte entweder restriktiv oder verallgemeinernd handlungsfähig werden.

Patrick Körner reflektiert schließlich aus einer der Philosophie der Aufklärung und dem Kritischen Rationalismus verpflichteten Perspektive die Probleme, die sich für eine ideologiekritische wissenschaftliche Praxis ergeben. Er behandelt das mit praktischer Aufklärung verbundene Paternalismus-Dilemma und den „Backfire-Effekt“, also das Phänomen, dass ein Versuch zur Korrektur von Irrtümern zu deren Verstärkung führt. Körner zieht hieraus Schlussforderung für ideologiekritisch praktizierte Formen der Wissensvermittlung.

3 Entstehung des Bandes und Dank

Der vorliegende Band geht auf Vorträge zurück, die auf der 2. Jahrestagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft vom 29. November bis 1. Dezember 2018 an der Ludwig-Maximilians-Universität München gehalten wurden. An der Tagung mit dem Titel „Ideologien & Ideologiekritik“ nahmen über 80 Personen aus Wissenschaft und Praxis teil. Mit Beiträgen beteiligten sich neben Kommunikations- und Medienwissenschaftler*innen auch Soziolog*innen, Politikwissenschaftler*innen, Psycholog*innen und Philosoph*innen. Dies zeigt, dass die Verhandlungen des Netzwerks nicht nur für Medienbeobachter, sondern auch transdisziplinär und für eine kritische Gesellschaftstheorie insgesamt Relevanz besitzen – eine leider eher seltene Ausnahme bestehender medien- und kommunikationswissenschaftlicher Forschung.

Alle Beiträge wurden im Vorfeld einer offenen und konstruktiven Qualitätssicherung unterzogen: Die Einreichungen zur Tagung wurden in einem offenen (nicht anonymen) Peer-Review-Verfahren von jeweils zwei Gutachter*innen gesichtet; die für diesen Band ausformulierten Manuskripte wurden dann von den beiden Herausgebern begutachtet und mit Überarbeitungsvorschlägen an die Autor*innen zurückgegeben. Für Beiträge, an denen die Herausgeber selbst beteiligt waren, wurden externe Reviews eingeholt.

Nach langen Diskussionen und dem Einholen verschiedener Verlagsangebote haben wir uns als Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft dafür entschieden, auch in Sachen Publikation einen alternativen Weg zu gehen und im verlagsunabhängigen Open Access unter einer Creative-Commons-Lizenz (CC-BY-SA 4.0) zu veröffentlichen. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Das Verlagswesen ist derzeit von großen Veränderungen betroffen; aus kritischer politisch-ökonomischer Sicht ist es schwer nachvollziehbar, dass mit öffentlichen Mitteln produziertes Wissen privatisiert wird, um dann wieder mit öffentlichen Mitteln gekauft werden zu müssen (vgl. Knoche in diesem Band); und zukünftig werden auch in unseren Disziplinen solche Publikationen zunehmend anerkannt sein. Dies wollen wir ausdrücklich befördern. Als Netzwerk geht es uns nicht nur um die Produktion kritischer Inhalte, sondern auch um die kritische Reflexion und Veränderung der gesellschaftlichen Bedingungen der Wissensproduktion.

Die Herausgeber danken der Universität Leipzig, die den Band mit Mitteln aus dem Publikationsfonds PLUS unterstützt hat, dem Team des Open Science Office der Universitätsbibliothek Leipzig und hier insbesondere Karolin Bove. Außerdem danken wir allen Autor*innen für die konstruktive Zusammenarbeit und allen, die sich in Sachen Layout und Korrektorat engagiert an der Entstehung des Bandes beteiligt haben, namentlich Marlen van den Ecker (Friedrich-Schiller-Universität Jena), Juliane Pfeiffer, Ingrid Lipfert, Maximilian Küstermann und Patrick Klapetz (alle Universität Leipzig) sowie Ralf Lindemann (Bergen auf Rügen).

Literatur

- Bendell, Jem. 2018. „Deep Adaptation: A Map for Navigating Climate Tragedy“. *IFLAS Occasional Paper 2*, <https://jembendell.com/2019/05/15/deep-adaptation-versions/>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Eagleton, Terry. 2000. *Ideologie. Eine Einführung*. Stuttgart/Weimar: J.B. Metzler.
- Downey, John, Gavan Titley, und Jason Toynbee. 2014. „Ideology Critique: The Challenge for Media Studies“. *Media, Culture & Society* 36 (6): 878-87. <https://doi.org/10.1177/0163443714536113>.

- Fraser, Nancy. 2018. „Hegemonie in der Krise. Weshalb Trump das Machtvakuum nicht füllt und was das für gegenhegemoniale Projekte bedeuten könnte“. *Luxemburg online*, Februar, <https://www.zeitschrift-luxemburg.de/hegemonie-in-der-krise-weshalb-trump-das-machtvakuum-nicht-fuehlt-und-was-das-fuer-gegenhegemoniale-projekte-bedeuten-koennte/>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Jaeggi, Rahel. 2009. „Was ist Ideologiekritik?“ In *Was ist Kritik?*, herausgegeben von Rahel Jaeggi und Tilo Wesche, 266–295. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Lazarsfeld, Paul F. 1973. „Bemerkungen über administrative und kritische Kommunikationsforschung“. In *Kritische Kommunikationsforschung. Aufsätze aus der Zeitschrift für Sozialforschung*, herausgegeben von Dieter Prokop, 7–27. München: Hanser.
- Lazarsfeld, Paul F., und Robert K. Merton. 1973. „Massenkommunikation, Publikumsgeschmack und organisiertes Sozialverhalten“. In *Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation*, Band 2, herausgegeben von Jörg Aufermann, Hans Bohrmann und Rolf Sülzer, 447–470. Frankfurt am Main: Athenäum Fischer Taschenbuch Verlag.
- Meyen, Michael. 2017. Die (doppelt) konservative Wende in der Kommunikationswissenschaft. Vortrag auf der Gründungstagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft, Ludwig-Maximilians-Universität München 30.11.-1.12.2017, online: <https://www.youtube.com/watch?v=Qtium9RjnpQ&feature=youtu.be>. (min. 0:53:04 bis 1:15:30). Zugegriffen: 15. November 2019.

Krüger, Uwe, und Sebastian Sevnigani. 2019. „Einleitung“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevnigani, 1–10. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.1

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Ideologietheoretische Perspektiven auf Medien und Kommunikation

Ideologische Öffentlichkeit: Zur Organisation gesellschaftlicher Erfahrung im Kapitalismus

Sebastian Sevignani

Keywords: Erfahrung, Ideologie, Ideologietheorie, Hegemonie, Öffentlichkeit, Selbstvergesellschaftung, Handlungsfähigkeit, Kapitalismus

Abstract

Gesellschaftliche Erfahrung wird in einen aufsteigenden und einen absteigenden Kommunikationsprozess zwischen einfachen, mittleren und komplexen Teilöffentlichkeiten organisiert, der hier als ‚ideologische Öffentlichkeit‘ bezeichnet wird. Deren Akteure sind eine Vielzahl antagonistischer Medien, deren unterschiedliche Positionen in den Massenmedien gemäß ihren unterschiedlichen Machtressourcen verdichtet repräsentiert sind. Zudem gehören zur ideologischen Öffentlichkeit kompromissbildende Werte, wie etwa Unparteilichkeit, herrschaftsfreier Diskurs, Presseethiken, die eine überwölbende „bürgerliche Öffentlichkeit“ bilden. Deren Repräsentation nehmen die Massenmedien einerseits für sich in Anspruch; sie kann aber auch von den antagonistischen Medien der unteren Ebenen der Öffentlichkeit an ihnen vorbei in Anspruch genommen werden. Der Effekt dieser komplexen Anlage ideologischer Öffentlichkeit ist es, ein Gemeinwesen zu behaupten, wo dieses angesichts antagonistischer Sozialbeziehungen nicht existiert und so zur Reproduktion gesellschaftlicher Antagonismen beizutragen. Die emanzipatorische Form von Öffentlichkeit bestimmt sich dann als „anti-ideologisch“ und ist einem Erfahrungswachstum verpflichtet.

Sevignani, Sebastian. 2019. „Ideologische Öffentlichkeit. Zur Organisation gesellschaftlicher Erfahrung im Kapitalismus“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 12–45. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.2

Sebastian Sevignani | Friedrich-Schiller-Universität Jena | sebastian.sevignani@uni-jena.de

1 Einführung

Öffentlichkeit wird hier zunächst sehr weit als Organisierung von Erfahrungen gefasst (vgl. Negt und Kluge 1972). Dies hat zwei Vorteile. Erstens kann der Öffentlichkeitsbegriff (zunächst) deskriptiv verwendet werden und wird nicht sogleich als ein normativer Begriff gebraucht, wie er in vielen Demokratietheorien und kritischen Theorien zur Anwendung kommt (zum Überblick Ritzi 2013). Es ist also zunächst die Frage nach dem „Gebrauchswert“ von Öffentlichkeit zu stellen. Gebrauchswert besitzt Öffentlichkeit, insoweit in ihr gesellschaftliche Erfahrung organisiert wird (Negt und Kluge 1972, 20; vgl. Klaus und Wischermann 2008, 106). Zweitens eignet sich diese Definition meines Erachtens gut, um das Öffentlichkeitsthema mit Ideologietheorie in Verbindung zu bringen. Dann verändert sich die Perspektive, nicht Öffentlichkeit selbst ist normativer Bezugspunkt kritischer Theorie, wie etwa prominent bei Habermas (1990, vgl. auch Fraser 2001), sondern die Art und Weise, wie Erfahrung organisiert wird, kommt in den Blick und dies kann ideologisch, d. h. kritikwürdig sein. Die Art und Weise, wie der öffentliche Kommunikationsprozess in einer Gesellschaft organisiert wird, gibt Hinweise darauf, so die diesem Beitrag zugrundeliegende Vermutung, wieso und wie sich auf Herrschafts- und Machtverhältnisse gestützte Ungleichheiten zwischen den Menschen reproduzieren.

Mit meinem Beitrag möchte ich zu den theoretischen Grundlagen einer kritischen Medien- und Kommunikationsforschung beitragen, wie sie bereits Anfang der 70er Jahre im deutschen Sprachraum begonnen¹, dann aber hierzulande bis auf wenige Ausnahmen² aufgegeben wurde und heute vor allem international weiterentwickelt wird³. Ein zentrales Anliegen dieser Forschungsrichtung ist es, die Gegenstandsbereiche Medien, Kommunikation und Öffentlichkeit in einem breiteren kapitalis-

¹ vgl. insbesondere die versammelten Arbeiten in Prokop 1972; 1973; 1977 und die Arbeiten von Holzer 1973; 1994, die sich aus unterschiedlichen Quellen speisen, insbesondere der Kritischen Theorie der Frankfurter Schule (Adorno/Horkheimer), der Kritik der Politischen Ökonomie (im Anschluss an Marx) und einer medien- und kommunikationstheoretischen ergänzten historisch-materialistischen Sozialtheorie

² vgl. insbesondere die Arbeiten von Manfred Knoche (programmatisch 1999)

³ vgl. insbesondere die Arbeiten von Christian Fuchs 2016; 2017; 2018; 2019 und meine eigenen Beiträge zur kritischen Medien- und Kommunikationsforschung: Sevignani 2016; 2018; 2019

musthetoretischen Rahmen zu analysieren und Schlüsselkonzepte kritischer Gesellschaftstheorie (z. B. Frankfurter Schule, Cultural Studies, Politische Ökonomie, Sozialphilosophie, (Sozial-)Psychologie) für die kommunikationswissenschaftliche und mediensoziologische Forschung fruchtbar zu machen und dabei weiterzuentwickeln.

Im Folgenden konturiere ich ein Verständnis ideologischer Öffentlichkeit und greife dazu auf pragmatistische (Dewey), hegemonietheoretische (Gramsci, Hall), ideologietheoretische (Projekt Ideologietheorie, Haug), kritisch-psychologische („Holzkamp-Schule“) Theorien sowie die Kritische Theorie (Negt und Kluge) zurück. Einleitend plädiere ich für ein Zusammendenken von Ideologiekritik und Ideologietheorie (1), dann beschreibe ich mit Dewey den Zusammenhang zwischen Öffentlichkeit und Erfahrung (2), der anschließend kapitalismustheoretisch (3) und mit Gramscis Hegemonietheorie um seine konflikthaften Momente ergänzt wird (4). So informiert nutze ich ideologietheoretische Einsichten (5), um die Funktionsweise von Öffentlichkeiten in Gesellschaften mit ausgeprägter Zivilgesellschaft zu charakterisieren (6). Abschließend argumentiere ich für die konstitutive Rolle von Öffentlichkeiten in jedem Vergesellschaftungsprozess (7) und diskutiere die normative Perspektive der Selbstvergesellschaftung öffentlichkeitstheoretisch unter Rückgriff auf die verwendeten Theorietraditionen (8).

2 Zum Verhältnis von Ideologiekritik und Ideologietheorie

Ideologie ist ein Schlüsselbegriff kritischer Gesellschaftstheorie (vgl. Eagleton 2000; Rehmann 2008; Ritsert 2002; Žižek 1995). Zudem bildet er eine wichtige Brücke zwischen kommunikationswissenschaftlicher und mediensoziologischer Forschung zu einer interdisziplinären Gesellschaftstheorie (vgl. Downey, Tittley und Toynbee 2014). Er trägt einen Großteil der Begründungslast, warum grundlegende gesellschaftliche Veränderung angesichts als problematisch identifizierter bestehender Verhältnisse ausbleiben, und zwar unter Bedingungen, wo sie nicht mit Zwang und Gewalt, sondern vermittelt über das eigene Wollen, Fühlen und Denken der beherrschten Subjekte aufrechterhalten werden.

Bestimmte Ideen, Bedeutungsangebote und Denkformen sind dann funktionell, moralisch oder ethisch problematisch und kritikwürdig, weil sie in ihren Konsequenzen oder schon aufgrund ihrer Verfasstheit eine nicht-nachhaltigen und inhärent krisengeschüttelte Gesellschaftsform, Ungleichheit (z. B. durch Ausbeutung, Unterordnung, Exklusion) oder Freiheitsverlust (z. B. durch Unterdrückung, aber auch Entfremdung, d. h. das Nicht-Verfügen-Können über die selbst mitverursachten Bedingungen des eigenen Lebens) legitimieren und aufrechterhalten. Der Ideologiebegriff wird hier „kritisch“ verwendet und von einer neutralen Verwendungsweise abgegrenzt, wonach jegliche Weltanschauung oder die prinzipielle Standortgebundenheit und Historizität des Denkens schon als ideologisch bezeichnet wird.

Zwei Arten der Anwendung des Ideologiebegriffs können in der kritischen Forschung unterschieden werden. Die Ideologiekritiker*innen (vgl. Reitz 2004) fragen tendenziell nach dem „Was“ der Ideologie, d. h. nach ihrer konkreten Bedeutung und dem Inhalt verbreiteter Ideen; sie erforscht und kritisiert ein ideologisches Bewusstsein. Ihr Gegenstand ist (philosophisch gesprochen) der Begründungs- und Rechtfertigungszusammenhang von Ideologien. Ideologiekritik gibt Kriterien an, wonach sich ein ‚wahres‘ von einem ‚falschen‘ Bewusstsein unterscheiden lässt. Ist z. B. das verbreitete Deutungsangebot, wonach, wenn es „der Wirtschaft gut geht, es uns allen gut geht“ in diesem Sinn ideologisch bzw. falsch? Die Ideologietheorie hingegen beleuchtet das „Wie“ der Ideologie, d. h. sie erforscht die Konstitutionsbedingungen von verbreiteten Bedeutungen, Inhalten und Bewusstseinsstrukturen (vgl. Rehmann 2008). Sie beschäftigt sich (wiederum philosophisch gesprochen) mit ihrem Entdeckungs- bzw. Entstehungszusammenhang.

Mit Hilfe der „Camera Obscura“-Metapher aus der Deutschen Ideologie von Marx und Engels (1845-46/1969, 26) kann dieser Unterschied von Ideologiekritik und Ideologietheorie verdeutlicht werden (vgl. Haug 1984). Ein Gegenstand wird hier innerhalb der Kamera seitenverkehrt und auf dem Kopfstehend projiziert (vgl. Abb. 1). Von ideologietheoretischem Interesse sind nicht in erster Linie der Gegenstand und seine Projektion, wie bei der Ideologiekritik, sondern die Funktionsweise der Kamera, die Projektionen verkehrt darstellt. Während konkrete Abbilder bzw. Ideologien historisch sehr variabel und zudem selbst dynamisch sind, ist die Anlage (der Kamera) bzw. die in den gesellschaftlichen Strukturen eingelassene Form des Ideologischen stabiler. Betrachtet man die Öffentlichkeits-

struktur selbst als ideologisches Arrangement, dann wird einerseits deutlich, dass selbst öffentlich geäußerte Ideologiekritik sehr wahrscheinlich in ideologischen Formen stattfinden muss.

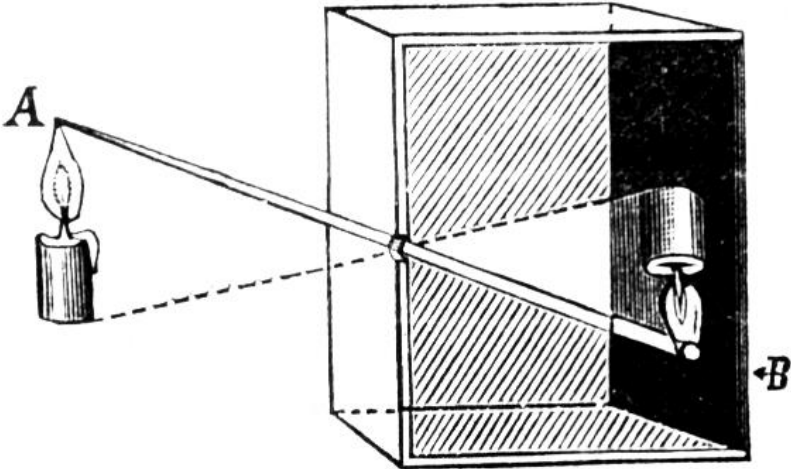


Abb. 1: Aufbau einer camera obscura (Quelle: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Camera_obscura_1.jpg)

Für die Ideologietheorie stellt sich allerdings ein Abgrenzungsproblem (vgl. Hall 1989, 186f.). Ein Rückzug ausschließlich auf das Problem des Entdeckungs- und Entstehungszusammenhangs kann nicht mehr angeben, warum es sich um einen kritischen und nicht um einen neutralen Ideologiebegriff handelt. Der ideologietheoretische Fokus auf das „Wie“ der Sicherung von Herrschaftsverhältnissen kommt also nicht daran vorbei auszuweisen, „was“ das Herrschaftsverhältnis ausmacht und wie es sich in der Ideologie zeigt. Es geht also letztlich um die gelungene Verbindung von Ideologietheorie und Ideologiekritik (vgl. Koivisto und Pietilä 1996). Ideologische Öffentlichkeiten verweisen demnach auf eine spezifische Art, wie Erfahrung gesellschaftlich organisiert wird, die Herrschaftsverhältnisse absichert und deshalb kritisiert werden sollte.

3 Öffentlichkeit und Erfahrung

Ebenso, wie es mir zunächst um einen möglichen deskriptiven Öffentlichkeitsbegriff geht, kann auch der Erfahrungsbegriff in dieser Weise verwendet werden⁴. Dass Menschen Erfahrungen machen, kann vorausgesetzt werden, dann stellt sich aber die Frage, wie dies genau funktioniert. Bei dem amerikanischen pragmatistischen Philosophen John Dewey findet sich eine ausgearbeitete Theorie der Erfahrung, die sich zwar normativ aufladen lässt (vgl. Jörke 2003; 2007), aber sich zunächst auch für deskriptive Zwecke gebrauchen lässt (Götz 2017, 12).

Deweys Ansatz wendet sich gegen eine Auftrennung von Theorie und Praxis in der Wissenschaft und auch der Politik; er geht davon aus, dass in der Praxis gewonnene Erfahrungen im Vergleich zur Reflexion und Erkenntnis einen primären Status besitzen. Ausgangspunkt ist eine präreflexive Weltbeziehung des Subjekts, das in einen Strom der Erfahrung gestellt ist und aufgrund gemachter Erfahrungen relativ unproblematisch und gemäß seinen Bedürfnissen mit Dingen und anderen Menschen umgehen kann. Es gibt bei ihm keinen Nullpunkt und keinen plötzlichen Einbruch der Erfahrung, sondern jede Erfahrung wird vor dem Hintergrund von bereits Erfahrenem, von *habits*, gemacht. Dewey betrachtet immer eine Sequenz von Erfahrung, ausgehend von Erfahrenem wird die zukünftige Erfahrung konturiert. Dies kann das Prinzip der Kontinuität genannt werden (vgl. Dewey 1986, 285).

Erfahrung ist zunächst gekennzeichnet von passiven Elementen des Erleidens und aktiven Elementen der Bearbeitung. In dieser primären Erfahrungssituation besteht eine relative Einheit von Subjekt und Objekt. Erst bei einer Irritation, wenn im Erfahrungsstrom ein Problem auftritt und die beschriebene Anpassung an die Welt prekär wird und Handlungsunsicherheit eintritt, kommt es zu einer sekundären Form der Erfahrung, bei der einzelne Aspekte aus dem Erfahrungsstrom selektiv hervorgehoben werden. Subjekt und Objekt treten dann auseinander und eine

⁴ Negt und Kluge konzipieren den Zusammenhang von Öffentlichkeit und Erfahrung so, dass Öffentlichkeiten Erfahrungen blockieren (bürgerliche Öffentlichkeit, Produktionsöffentlichkeit) oder ermöglichen (proletarische Öffentlichkeit) können. Erfahrung fungiert hier als normativ gehaltvoller, aber meinem Eindruck nach gleichsam unterbestimmter Begriff, von dem aus Öffentlichkeiten kritisiert werden können. Deshalb wende ich mich zunächst einer anderen Theorie der Erfahrung zu.

Reflexion auf in die Krise geratene Umgangsweisen, Handlungsmuster und die in ihnen immer schon eingelassenen Normen und Werte setzt ein. Es kommt zu einer reflexiven Situationsdeutung und der Erarbeitung von Problemlösungsstrategien zur (Wieder-)Erlangung von Handlungsfähigkeit. Erfahrung kann dann sowohl *in* der (sozialen) Natur (primäre Erfahrung), also auch *von* ihr gemacht werden (sekundäre Erfahrung).

Der Zusammenhang zwischen Erfahrung und Öffentlichkeit ist laut Dewey der folgende: Eine Öffentlichkeit wird von denjenigen gebildet, deren private Handlungsfähigkeit prekär wird, weil sie von problematischen Folgen in einer bestimmten gesellschaftlichen Situation betroffen sind, und die dann versuchen ihre Handlungsfähigkeit zurück zu erlangen oder zu erhöhen (vgl. Dewey 1996, 20ff.). Öffentlichkeit ist ein sozialer Problemlösungsmechanismus und erlaubt die reflexive Distanzierung (sekundäre Erfahrung), die Verständigung über ein Problem und den Entwurf von Problemlösungsstrategien. Solche „schwachen“ Öffentlichkeiten werden zu „starken“ Öffentlichkeiten, wenn die Betroffenen zusätzlich reale Möglichkeiten der praktischen Umsetzung und Erprobung von Lösungsstrategien bekommen⁵. Nach dem Prinzip der Kontinuität präformieren vorangegangene Problemöffentlichkeiten sowohl die Situationsdeutung und die Entwicklung von Lösungsstrategien, als auch die Möglichkeiten ihrer Erprobung.

Eine häufig geäußerte Kritik an Dewey ist, dass seine Theorie die Konflikthaftigkeit von Erfahrungen unterschätzt und deshalb für eine kritische Theorie ergänzt werden muss:

- Konflikte im individuellen Erfahrungsprozess bleiben weitgehend ausgeblendet. Bei Dewey scheint es manchmal so, als ginge der Erfahrungsprozess der Probleme und ihrer Folgen der Öffentlichkeitsbildung einfach voraus (vgl. Götz 2017, 42). Dass subjektive Erfahrungen aber selbst durch soziale Konflikte und mithin ideologische Öffentlichkeiten beeinflusst sind, kann trotz der Annahme des Prinzips der Kontinuität mit pragmatistischen Mitteln nur unzureichend aufgeklärt werden, weil die pragmatische Theorie mit dem Problem einsetzt und dessen Zustandekommen unterbelichtet lässt.

⁵ zur Unterscheidung von starken und schwachen Öffentlichkeiten vgl. Fraser 2001, 145.

- Bei Dewey erfährt man wenig darüber, wie gerade die kapitalistische Gesellschaft Probleme erzeugt.
- Während Dewey Konflikte nur zwischen alten, etablierten Problemlösungen repräsentierenden Öffentlichkeiten und neuen Problemöffentlichkeiten situiert (vgl. Götz 2017, 32f.), nimmt er innerhalb von Öffentlichkeiten aufgrund des geteilten konstitutiven Problembezugs relativ homogene Interessen an.

4 Erfahrung und kapitalistische Gesellschaftsstruktur

Die aufgeworfenen Probleme fehlender Konflikthaftigkeit in der pragmatistischen Öffentlichkeitstheorie können sinnvoll unter Rückgriff auf alternative kritische Theorien bearbeitet werden. Zunächst ist es in dieser Theorietradition eine verbreitete Annahme, dass gegenwärtige Gesellschaften zutreffend als kapitalistische beschrieben werden können. Dies bedeutet u. a., dass in den sozialen Verhältnissen Mechanismen liegen, die das Glück der Starken mit dem Leid der Schwachen verbinden (vgl. Boltanski und Chiapello 2006, 398). Kapitalistische Gesellschaften sind also Klassengesellschaften, die sich z. B. durch die Mechanismen von Ausbeutung, Enteignung und Klassifizierung ökonomisch, aber auch politisch und kulturell als solche reproduzieren.⁶ Unterschiedliche Klassen sind zwar aufeinander angewiesen, aber durch ihre Beziehung zueinander gleichzeitig in eine ungleiche vertikale Schichtung gebracht. Es ist leicht ersichtlich, dass in der Struktur so einer Gesellschaft ein wichtiger Ursprung für Konflikte, die Erfahrung von Problemen und damit für die Bildung von Öffentlichkeiten nach Dewey liegt. Das invers-interdependente Verhältnis des Glücks der Starken mit dem Leid der Schwachen produziert immer wieder Ausgangslagen für Probleme, die habituell nicht gelöst werden können.

⁶ Soziale Probleme ergeben sich laufend aufgrund dieser antagonistischen Verfasstheit kapitalistischer Gesellschaften. Dabei ist es typisch für den Kapitalismus, dass sich ökonomische Klassenwidersprüche mit Antagonismen entlang weiterer Achsen, wie ‚race‘ und Geschlecht überschneiden. Mit Stuart Hall und Nancy Fraser, die eine nicht-reduktionistische, ‚intersektionale‘ kritische Theorie des Kapitalismus konzipieren, bin ich der Meinung, dass sich diese Widersprüche jeweils nur historisch spezifisch, d. h. in vom Kapitalismus geprägten Verhältnissen ausdrücken können (vgl. Fraser und Jaeggi 2018; Hall 1994; Demirović 2018).

Aus dieser Perspektive einer strukturell argumentierenden Kapitalismus- und Klassentheorie stellt sich aber empirisch sofort ein doppeltes Problem. Grundsätzlich gleiche gesellschaftliche Verhältnisse (zum Beispiel Benachteiligungen, Unterdrückungen) werden von verschiedenen Individuen unterschiedlich erfahren und grundsätzlich gleiche Erfahrungen werden von verschiedenen Individuen, insbesondere aufgrund unterschiedlicher Interessen, unterschiedlich „verarbeitet“ werden, d. h. führen dann auch zu unterschiedlichen Handlungen (Alltagshandeln, politisches Engagement, Wahlen).

Dieser Erfahrungsprozess (Erfahrung machen und die davon nicht zu trennende ‚Verarbeitung‘) wird durch Öffentlichkeit organisiert. Gesellschaftliche Bedingungen, zu denen neben der Klassenlage, auch die ideologische Organisation von Erfahrungen, sowie einzelne Ideologien gehören, legen spezifische Bedeutungen für die Subjekte nahe, ohne sie aber zu determinieren.

D. h. der Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Bedingungen und subjektiver Bedeutung muss noch weiter expliziert werden. Ich komme darauf und auf den Interpretationsvorschlag, den die Kritische Psychologie in diesem Zusammenhang macht, sowie auf die öffentlichkeitstheoretische Perspektive, die ich damit verbinde, zurück (vgl. Abschnitt 7 und 8).

5 Hegemonietheoretische Erweiterung des Erfahrungsbegriffs

Auch Antonio Gramscis Hegemonietheorie setzt bei der (Klassen-)Struktur der Gesellschaft an, denn „diese grundlegende Anordnung ermöglicht zu untersuchen, ob in der Gesellschaft die notwendigen und hinreichenden Bedingungen für ihre Umgestaltung vorhanden sind, ermöglicht also, den Grad an Realismus und Umsetzbarkeit der verschiedenen Ideologien zu kontrollieren, die auf ihrem eigenen Boden entstanden sind, dem Boden der Widersprüche, die sie bei ihrer Entwicklung hervorgebracht hat“ (Gramsci 1991ff., zit. nach Becker et al. 2013, 31). Klassenlagen drücken sich politisch aus, wenn sie einen gewissen Grad „an Homogenität, Selbstbewusstsein und Organisation“ (Gramsci 1991ff., zit. nach Becker et al. 2013, 31) erreichen. Durch die Betonung des Organisations-Aspekts wird Gramscis Klassentheorie eine öffentlichkeitssensible Klassentheorie.

Gramsci zeigt Stufen auf, die ausgehend von der sozio-strukturellen Lage einer Gruppe genommen werden müssen, um gesellschaftliche Macht zu erringen. Er unterscheidet zwischen einer kooperativ-ökonomischen Stufe, auf der aus den gemeinsamen Problemen, die sich mit der jeweiligen Stellung einer Gruppe im Produktionsprozess ergeben, ein Gefühl der Gemeinsamkeit entsteht. Auf der klassen-korporatistischen Stufe wird aus der gemeinsamen Problemlage eine Interessensolidarität entwickelt, die sich „aber noch auf bloß ökonomischem Gebiet“ (ebd.) abspielt. Interessen werden innerhalb eines bestehenden Problemrahmens vertreten. Auf der politisch-hegemonialen Stufe wird dieser korporative Umkreis überschritten. Kennzeichen ist das Erringen „kultureller Führung“, d. h. die eigenen Interessen müssen zu Interessen anderer untergeordneter Gruppen werden (ebd.). So können bestehende Machtverhältnisse herausgefordert werden, wobei die so entstandene politische Klasse „über die Einheitlichkeit der ökonomischen und politischen Ziele hinaus auch die intellektuelle und moralische Einheit bewirkt, alle Fragen, um die der Kampf entbrannt ist, nicht auf die korporative, sondern auf eine ‚universale‘ Ebene stellt und so die Hegemonie einer grundlegenden gesellschaftlichen Gruppe über eine Reihe untergeordneter Gruppen herstellt“ (ebd., 32). In dieser hegemonialen Phase müssen fortwährend Interessengleichgewichte hergestellt werden, „Gleichgewichte, in denen die Interessen der grundlegenden Gruppe überwiegen, aber nur bis zu einem gewissen Punkt, also nicht bis zum nackten korporativ-ökonomischen Interesse“ (Gramsci 1991ff., zit. nach Becker et al. 2013, 32).

Hegemoniebildung ist in Gesellschaften mit ausgeprägter Zivilgesellschaft ein entscheidendes Moment, um ein stabiles ‚Integral‘ der Herrschaft zu errichten, das unterschiedliche Gesellschaftsbereiche wie die Ökonomie, den Staat mit seinen Exekutivorganen und die zivilgesellschaftliche Kultur in ein Herrschaftsprojekt einspannt.⁷ Eine in einer spezifischen geschichtlichen Zeit geglückte Artikulation dieser Bereiche nennt Gramsci „historischen Block“. Mit dem Begriff der Hegemonie macht Gramsci darauf aufmerksam, dass Herrschaftsverhältnisse durch politisch-kulturelle Führung abgesichert werden müssen und nicht auf

⁷ vgl. zu einer Historisierung des Hegemoniebegriffs (Martin und Wissel 2015, 222): „Die politischen, kulturellen und ökonomischen Dimensionen von Hegemonie können in unterschiedlichem Grad, in unterschiedlicher Zusammensetzung und im Hinblick auf gesellschaftliche Gruppen, Klassen und Klassenfraktionen in unterschiedlichem Umfang realisiert sein in einer konkreten Gesellschaftsform bzw. Regulationsweise“ .

reiner (Staats-)Gewalt beruhen können. In der Zivilgesellschaft wird in Medien, Bildungsinstitutionen etc. um Konsens gerungen, „all das, was die öffentliche Meinung direkt oder indirekt beeinflusst oder beeinflussen kann, gehört zu ihr“ (Gramsci 1991ff., 374) und „die sogenannte ‚öffentliche Meinung‘ ist eng mit der politischen Hegemonie verknüpft. Sie ist Berührungspunkt zwischen ‚Gesellschaft‘ und ‚Staat‘, zwischen Konsensus und Macht“ (Gramsci 1991ff., 916f.).

Die Rolle der Intellektuellen ist in der Herausbildung von Hegemonie entscheidend. Für Gramsci gibt es keine Organisation und Interessenverallgemeinerung ohne Intellektuelle (vgl. Demirović und Jehle 2005: 1270). Bei intellektueller Tätigkeit geht es „nicht nur um Konzipierung neuer Gedanken, sondern auch um ihre ‚Vergesellschaftung‘ und Durchsetzung, mithin die Fähigkeit, einen neuen Alltagsverstand zu prägen“ (Demirović und Jehle 2005: 1269). Die ‚Organizität‘ eines Intellektuellen bestimmt sich für Gramsci am Grad seiner Verbundenheit mit einer gesellschaftlichen Gruppe. Da es keinen Nullpunkt der Hegemonie gibt, sondern hegemoniale Strategien immer in bestehenden hegemonial geprägten Strukturen agieren, finden die organischen Intellektuellen bereits „traditionelle Intellektuelle“ vor, die die erfolgreichen Gruppen früherer Hegemoniekämpfe repräsentieren, sich aber aus ihrer organischen Verbindung zu diesen gelöst haben und in relativer Autonomie in den zivilgesellschaftlichen Institutionen agieren. Neben den organischen (direkter Bezug zur Lebensweise einer Klasse) und den traditionellen Intellektuellen (in den Institutionen der Zivilgesellschaft) kann auch zwischen ‚kleinen‘ und ‚großen‘ Intellektuelle unterschieden werden (vgl. Demirović 1999, 26). Vom kleinen zum großen Intellektuellen nimmt der Grad an Konsensausarbeitung durch Aufnahme, Verfolgung, Erklärung von Differenzen zu Lasten der Konkretheit der Interessenvertretung zu. Große Intellektuelle finden sich in der Philosophie, der Kunst und den Wissenschaften; kleine Intellektuelle sind Verwalter*innen und Populisator*innen bereits bestehender intellektueller Kategorien. Hegemoniale Strategien (organischer Intellektueller) können sich dann nicht nur auf die tatsächliche Verallgemeinerung eigener und Einbindung anderer Interessen richten, sie können auch darauf zielen, andere Gruppen gewissermaßen intellektuell zu ‚köpfen‘, d. h. deren organische Intellektuelle für sich zu gewinnen.

Die antagonistische (Klassen-)Gesellschaft, die sich im Modus der Hegemonie reproduziert, wirkt in die subjektive Organisation von Erfah-

rung hinein. Gramsci bietet hier mit der Kategorie des „Alltagsverständes“ einen Anknüpfungspunkt, wie der Erfahrungsprozess und das Dewey'sche Prinzip der Kontinuität in einer hegemonial-herrschaftlich strukturierten Gesellschaft verstanden werden kann und zwar einen der, wie gezeigt werden soll, auch mit Öffentlichkeiten, d. h. der intersubjektiven Organisation von Erfahrung in Verbindung steht. Die zwei wichtigen Punkte, auf die Gramsci mit der Konzeption des Alltagsverständes im Vergleich mit Dewey hinweist, sind, dass der Übergang von primären zu sekundären Erfahrungen nicht selbstverständlich ist, Öffentlichkeiten also möglicherweise gar nicht gebildet werden, und dass hierbei und generell in jedem Erfahrungsprozess gesellschaftliche Herrschafts- und Machtverhältnisse immer bereits wirken.

Der Alltagsverstand organisiert den primären Erfahrungsprozess. Er erscheint als bewährter, erfahrungsgesättigter und gesicherter Bestand an Wissens-, Denk- und Gefühlsformen und besteht aus populärem Wissen, spontaner Philosophie, Vorurteilen, Werten und Moralvorstellungen. Ganz im Sinne des Prinzips der Kontinuität sind dies sedimentierte Erfahrungen, die den Hintergrund bilden, vor dem neue Erfahrungen gemacht werden können. Die Elemente des Alltagsverständes speisen sich aus unterschiedlichen Quellen, wie der Vergangenheit (z. B. aus tradierten Überzeugungen und in der eigenen sozialen Laufbahn gesammelten Erfahrungen), aus Muster von Lebensformen und -vorstellungen, die sich aus der Zugehörigkeit zu bestimmten Milieus oder unterschiedlichen Rollenerwartungen ergeben sowie aus Problemen und Erfahrungen, die sich aus konkreten Handlungskontexten, wie z. B. der Familie oder dem Betrieb ergeben. Zudem wirken gesellschaftlich verbreitete Deutungsangebote und die wahrgenommene öffentliche Meinung auf ihn ein. Der Begriff des Alltagsverständes verbindet die gesellschaftliche (Makro-)Ebene und die dort zirkulierenden Ideologien mit einem Verständnis von Ideologie „gelebter, habitueller gesellschaftlicher Praxis“ (Eagleton 2000, 136) auf der subjektiven (Mikro-)Ebene.

Bei genauerer Betrachtung, so Gramsci, erweist sich dieser Bestand an unterschiedlichen Elementen als ein fragmentiertes und widersprüchliches Terrain, auf dem verschiedene gesellschaftliche Gruppen um subjektive Zustimmung ringen. Der Kampf um Zustimmung oder „kulturelle Führung“ erfolgt über die (Neu-)Zusammensetzung und vorübergehende Strukturierung und Hierarchisierung der Elemente des Alltagsverständes. Stuart Hall argumentiert dementsprechend, dass „keine Strategie

[...] so erfolgreich [ist] Konsens herzustellen, wie diejenige, der es gelingt, sich in den widersprüchlichen Elementen des Alltagsverstandes, des Lebens und Bewusstseins der Bevölkerung zu verwurzeln“ (Hall 2014c, 236).

Bestimmte gesellschaftliche Deutungen erscheinen insofern plausibel und subjektiv zustimmungsfähig, wenn sie

- an Elemente aus dem Alltagsverstand anknüpfen können,
- mehrere Elemente in eine ‚stimmige‘ Ordnung zu bringen vermögen, also z. B. Probleme im Betrieb mit tradiertem Handlungswissen und familiären Werten in Übereinstimmung bringen, und
- es gelingt nicht passförmige Elemente zu desartikulieren und in ihrer Deutungsfähigkeit herabzusetzen.

Mit Gramsci kann Deweys Erfahrungstheorie dahingehend erweitert werden, dass erstens deutlich wird, wie zunächst die subjektive Situationsdeutung und Problemdefinition und dann auch die intersubjektive Entwicklung von Lösungsstrategien sowie die Bewertung der Möglichkeiten ihrer Erprobung vom bereits hegemonial geprägten Alltagsverstand der Einzelnen und der Betroffenengruppen beeinflusst sind. Zweitens ist der Übergang von primären zu sekundären Erfahrungen nicht selbstverständlich. Gramsci weist darauf hin, dass die widersprüchlichen Elemente im fragmentierten Alltagsverstand, die dementsprechend konfligierende Situationsdeutungen nahelegen, sich passivierend auswirken können (Gramsci 1991ff., 1384). Fragmente des Alltagsverstandes kompensieren sich gegenseitig und verhindern eine Problematisierung und den Beginn von Reflexion, die erst eine Hierarchisierung und einen Ordnungsprozess des Alltagsverstandes in Gang bringen würde. Öffentlichkeiten bilden sich also möglicherweise gar nicht. Drittens macht Gramsci auf die Möglichkeit eines Widerspruchs zwischen primärer und sekundärer Erfahrung, zwischen praktischem und verbalem Bewusstsein, aufmerksam. Während das praktische Bewusstsein ein „realistisches“ und „materialistisches“ Element des „gesunden Verstandes“ enthält (Gramsci 1991ff., zit. nach Becker et al. 2013, 135, 138), was sich in der Erfahrung von kausalen Zusammenhängen in der sozialen Welt ausdrückt, die nicht zuletzt auch durch die Gesellschaftsstruktur und eigene Klassenlage gegeben sind, ist das verbale, öffentliche Bewusstsein demgegenüber vermittelnd-abstrakt und glättet möglicherweise Widersprüche der praktischen Ebene. So kann z. B. die Situation mit Vorgesetzten im Betrieb als

ungleich und hierarchisch erfahren werden, während im verbalen Bewusstsein Ideen der Sozialpartnerschaft vorherrschend sind. Teile des Alltagsverständes widersprechen hier der öffentlichen Meinung. Dieses materialistisch-realistische Element hat für Gramsci das Potenzial, hegemoniale Weltauffassungen oppositionell, subversiv oder abweichend zu deuten. In einer positiven Interpretation, die auf mögliche Ähnlichkeiten zwischen Dewey und Gramsci abzielt, wäre dieser Teil der Problemgenerator und der Auslöser für gegenhegemoniale Öffentlichkeitsbildung, in der die öffentliche Meinung diese Erfahrung auch wirklich kohärent ausdrückt (vgl. hierzu Abschnitt 9).

6 Theorie des Ideologischen

Mit Gramsci kann Erfahrung und ihre Organisation in Öffentlichkeiten als hegemonialer Prozess im Kampf um Machtpositionen verstanden werden. Diese hegemonietheoretischen Überlegungen beeinflussten stark die im Anschluss an die Arbeiten des Projekts Ideologietheorie (PIT 1978) entwickelte Theorie des Ideologischen (Haug 1993). Sie soll im Folgenden für die Öffentlichkeitstheorie nutzbar gemacht werden. Eingangs wurde auf die Notwendigkeit einer Verbindung von Ideologietheorie und Ideologiekritik hingewiesen; die Theorie des Ideologischen teilt diesen Anspruch und grenzt sich so von einer Hegemonietheorie ab, der es um die neutrale Analyse von Hegemonieprozessen geht. Ideologische Formen der Organisation von Erfahrung werden hier vor dem ethischen Hintergrund einer möglichen Selbstvergesellschaftung der Menschen sichtbar gemacht (vgl. Koivisto und Pietilä 1996). Damit geht eine *Unterscheidung der Richtung der Vergesellschaftungsprozesse* einher: Die entscheidende Frage ist dann, ob diese Prozesse „von unten“ ausgehen und ob dies auch in den Resultaten der Vergesellschaftung sichtbar bleibt oder ob sie „von oben“, von den Eliten ausgehen.

Das Ideologische wird bestimmt als entfremdete ideelle Vergesellschaftung von oben (vgl. Haug 1993, 72f.). Was heißt das? Hier wird angenommen, dass die Menschen Fähigkeiten zur öffentlichen Selbstvergesellschaftung besitzen, also in der Lage sind, Probleme des Zusammenlebens über die Bildung von Öffentlichkeiten so zu lösen, dass ihre Handlungsfähigkeit gesichert oder gar erweitert wird. In einer für Klassengesellschaften typischen Situation strukturell antagonistischer Interessen

werden diese Vergesellschaftungskompetenzen aber an „ideologische Mächte“, wie den Staat, das Recht und die (Massen-) Medien, abgetreten. Denn auf dieser ideologischen Ebene ist es möglich, Kompromisse zu bilden und so trotz einander antagonistisch gegenüberstehenden Interessen gemeinsam handlungsfähig zu bleiben. Die Auslagerung von Kompetenzen auf diese Mächte ist also subjektiv in der Sicherung von Handlungsfähigkeit begründet und wird deshalb von beiden Seiten des Antagonismus, den Herrschenden (die ihre Handlungsfähigkeit auf Kosten anderer ausweiten) und Beherrschten (die durch ein zumindest implizites ‚Bündnis mit den Herrschenden‘ auch handlungsfähig bleiben), gehalten.

So hat das Ideologische zugleich einen antagonistischen und einen allgemeinen Aspekt: Die allgemeine Bindungskraft entsteht durch eine bedeutungsoffene Form, die jeweils konkret gefüllt wird und deren Bedeutung die unterschiedlichen gesellschaftlichen Interessen repräsentiert. Das antagonistische Element in den ideologischen Formen besteht in einer Verdichtung von Kräfteverhältnissen analog der von Gramsci beschriebenen Hegemonialwerdung einer Klasse. Im Prozess der Kompromissbildung spiegeln sich die unterschiedlichen Kräfteverhältnisse, und mächtige Interessen definieren stärker das, was als Allgemeines gilt. Zusammenfassend wird diese hegemoniale Logik von Haug als „antagonistische Reklamation des Gemeinwesens“ (Haug 1993, 59ff., 84ff.) durch kulturell-politische Äquivokation von Interessen gefasst.⁸

So bleiben jedoch im Effekt die antagonistische Struktur der Gesellschaft und herrschende Machtungleichheiten unangetastet bzw. ist die Kompromissbildung zwischen antagonistischen Interessen innerhalb dieser sich über der Basis der Gesellschaft konstituierenden Mächten die Bedingung für ihre Reproduktion: „Die ideologischen Apparate der bürgerlichen Gesellschaft organisieren das (Er-)Leben der Klassengesellschaft als Erleben der Klassenlosigkeit“ (Haug 1993, 55). Im selben Moment kommt aber durch das Ideologische eine Vorahnung eines wirklichen Gemeinwesens, d. h. einer Gesellschaft ohne Antagonismus in die Welt und erhält gesellschaftlich Bedeutung. Dies ist das ideelle Moment der ideologischen Vergesellschaftung. Die bestehenden Verhältnisse werden zwar

⁸ Zur diskursiven Logik dieser Äquivokation siehe die Ausführungen von Laclau (2010; vgl. auch Marchart 2017), dessen Theorie jedoch – entgegen Gramsci, Hall und Haug die objektive Klassenstruktur in symbolische Diskurse auflöst (vgl. Opratko 2014, 148; Rehmann 2008, 136ff.; Hall 2014, 112f.)

durch das „Allgemeine“ gestützt, welches aber – einmal in der Welt – auch gegen sie und die ideologischen Apparate, Praxen und Akteure angerufen werden kann. Ideologische Formen spalten sich auf in universale Werte und institutionelle (Staats-)Apparate. Letztere geben vor, die universalen Werte zu repräsentieren, und legitimieren sich von dorthier. Das Ideologische ist also einerseits durch einen „weltlichen Himmel“ der Apparate der Kompromissbildung und Verdichtung von Interessen und andererseits durch eine „himmlische Welt“ aus einer von den Kräfteverhältnissen abgelösten ideellen Vorwegnahme der Kompromissbildung in Gestalt von Begriffen und Werten mit allgemeiner Bindungskraft gekennzeichnet: „Es ist, als entspräche die innergesellschaftliche Spaltung dem Spalt in der ideologischen Macht, der ein Spalt ist zwischen ‚übergesellschaftlichem‘ Apparat und den jenseitigen Mächten, denen er zu dienen beansprucht. (...) Das ‚Oben‘ verdoppelt sich in einen weltlichen Himmel und eine himmlische Welt“ (Haug 1993, 85).

Die materialisierten Verdichtungen antagonistischer Kräfteverhältnisse, also die ideologischen Apparate (des weltlichen Himmels), errichten Eintrittsbarrieren in Form von feldspezifischen und habituellen Logiken und schließen sich nach unten ab. Dieser Ausschluss legitimiert sich vor den symbolischen Verdichtungen der Kräfteverhältnisse, den allgemeinverbindlichen Werten (der himmlischen Welt).

Zwischen diesen ideologischen Werten und den ideologischen Apparaten können aber v. a. in Krisenzeiten Widersprüche oder Risse in ihrer Repräsentationsfunktion entstehen. Ideologische Werte können an den Apparaten vorbei von unten angerufen werden mit dem hegemonialen Ziel, Letztere umzuorganisieren, d. h. ihre Rekrutierungslogiken und Spielregeln zu ändern, aber auch um ihre Akteure auszutauschen.

Die Unterscheidung zwischen „unten“ (Gesellschaft) und „oben“ (ideologische Mächte), sowie der Bezug auf die Selbstvergesellschaftungskompetenzen der Menschen trägt das kritische Potenzial der Theorie des Ideologischen: „Ausgangspunkt und Fluchtpunkt der Analyse ist die Selbstvergesellschaftung der Menschen im Sinne einer gemeinschaftlich-konsensuellen Kontrolle der gesellschaftlichen Lebensbedingungen“ (Haug 1993, 47), was gleichbedeutend mit der Aufhebung der Klassengesellschaft ist. Vor diesem Hintergrund kann Haug auch zwischen dem Ideologischen und dem Proto-Ideologischen unterscheiden. Letzteres ist die notwendige Abgabe von Vergesellschaftungskompetenzen in einer arbeitsteiligen und funktional-differenzierten modernen Gesellschaft an

bestimmte Gruppen, wie z. B. die Wahl eines Rates, der für eine bestimmte Zeit die Geschicke eines Unternehmens führt. Der entscheidende Unterschied ist die Wirkungsweise dieser Führung: Wird sie von oben oder von unten ausgeführt? Ideologisch ist nur die Wirkungsweise von oben zu nennen (vgl. Abb. 2).

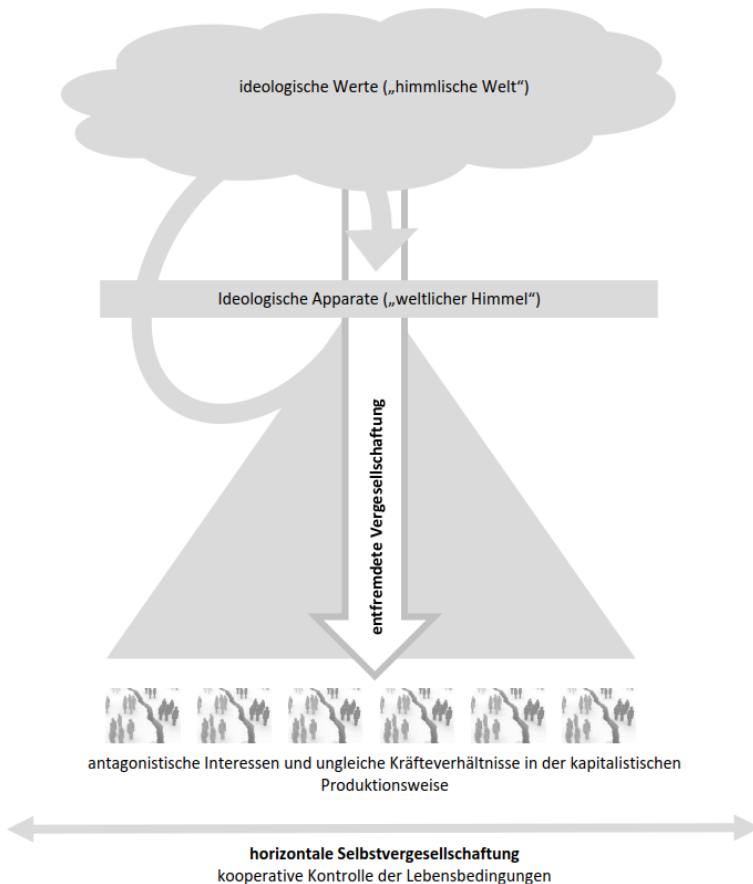


Abb. 2: Schema der Theorie des Ideologischen (eigene Darstellung)

7 Ideologische Öffentlichkeiten

Während Dewey zeigt, dass sich Öffentlichkeiten um die Erfahrung von Problemen bilden, und mit Gramscis Hegemonietheorie Öffentlichkeiten als Austragungsorte von Machtkämpfen um kulturelle Führung sichtbar werden, kann mit der Theorie des Ideologischen deutlich gemacht werden, dass die Organisation von Öffentlichkeiten selbst ideologisch sein kann. Entsprechend argumentiert auch Alex Demirović: „Hegemonie wird nicht allein in der Öffentlichkeit und um die Grenzen der Öffentlichkeit praktiziert, sondern Öffentlichkeit ihrerseits praktiziert Hegemonie, eine Form von kultureller Herrschaft, insofern mit einem enormen Form-, Regel-, Anstands-, und Hierarchiebewußtsein die freie diskursive Praxis von den sozialen Akteuren getrennt, reduziert, kontrolliert, diszipliniert und normalisiert wird“ (Demirović 1997, 182). Im Folgenden soll nun die Rolle von Öffentlichkeiten und Medien in dieser Theorie des Ideologischen bestimmt werden. Wie werden gesellschaftliche Erfahrungen medial-ideologisch organisiert?

Hilfreich ist hier zunächst das Mehrebenenmodell von Öffentlichkeit (vgl. Klaus und Wischermann 2008; Klaus und Drüecke 2017), da es sich einerseits wiederum um ein normativ sparsames, eher deskriptives Modell handelt und andererseits sowohl die Theorie des Ideologischen als auch Gramscis Hegemonieprozess eine topische Konzeption darstellen.

In einfachen Öffentlichkeiten der interpersonellen Kommunikation und unmittelbaren Begegnung sind die funktionalen Rollen zwischen Kommunikator*innen und Zuhörer*innen noch nicht differenziert und wechseln ständig. In mittleren Öffentlichkeiten bilden sich erste funktionale Rollen und Zuweisungen heraus, es gibt bedeutende Kommunikator*innen und es entstehen Kommunikationsregeln. Prototypische mittlere Öffentlichkeiten bilden sich um Vereine, Bürgerinitiativen und soziale Bewegungen. In komplexen Öffentlichkeiten sind Kommunikator*innen-Rollen weitgehend professionalisiert und die Beziehungen zu Medien und Teilöffentlichkeiten eingespielt, wobei das Publikum „immer abstrakter und in seinen Handlungsmöglichkeiten beschränkter“ (Klaus und Wischermann 2008, 108) wird. Zwischen den Öffentlichkeitsebenen besteht ein komplexes Verhältnis, was nun mittels der Hegemonie- und Ideologietheorie besser verstanden werden kann. Als Verallgemeinerung aus den unzähligen Öffentlichkeiten konstituiert sich hegemonial ständig

neu eine komplexe und aggregierte Öffentlichkeit, die ihrerseits die vielen Teilöffentlichkeiten rückstrukturiert. Es gibt also einen aufsteigenden und einen absteigenden Zusammenhang zwischen einfachen, mittleren und komplexen Öffentlichkeiten.

Ausgehend von den Problemerkahrungen kapitalistisch-antagonistischer Gesellschaften mit ihren sozialen Mechanismen der Ausbeutung, Unterordnung und Exklusion bilden sich zunächst einfache Öffentlichkeiten (kooperativ-ökonomische Ebene bei Gramsci). In interpersoneller Kommunikation zwischen antagonistischen Gruppen lassen sich diese Probleme – anders als Dewey impliziert – nicht lösen; vielmehr bilden sich mittlere Teilöffentlichkeiten und antagonistische Medien, die Public Relations betreiben, heraus (was der klassen-korporatistischen Ebene bei Gramsci entspricht). Finanzielle Ressourcen und soziales Kapital, wie etwa Beziehungsnetzwerke, sind zwischen den antagonistischen Medien ungleich verteilt, denn diese drücken unterschiedliche soziale Machtpositionen in der Gesellschaftsstruktur aus (z. B. arbeitgebernahe Wirtschaftsinstitute vs. Think Thanks aus dem Umfeld einer heterodoxen Ökonomik). Die Rolle organischer Intellektueller übernehmen Wissenschaftler*innen, PR-Spezialist*innen sowie einzelne Journalist*innen, die sehr direkt im Sinne der antagonistischen Interessen, z. B. als Kommentator*innen bereits auf der nächsten, komplexen Ebene der Massenmedien wirken.

Öffentliche Selbstvergesellschaftungs- und Problemlösungskompetenzen der Menschen werden im Sinne einer Kompromissbildung an die sich über der Gesellschaft konstituierenden (Massen-)Medien abgegeben. Komplexe Öffentlichkeiten werden maßgeblich von ideologischen Mächten der Information und Kommunikation organisiert, was der hegemonial-politischen Ebene bei Gramsci entspricht. Die Massenmedien oder die ideologischen Apparate der Information und der Kommunikation sind verdichtete materialisierte Kräfteverhältnisse, in denen Kompromissbildungen ungleicher Interessen, die von den antagonistischen Medien verbreitet werden, materialisiert sind. Einige Interessen sind dabei gar nicht repräsentiert, wie z. B. wirtschaftspolitische Stimmen aus dem Umfeld heterodoxer Ökonomik, die kapitalistisches Wachstum in Frage stellen. Andere Stimmen, wie z. B. Arbeitnehmer*innen-nahe wirtschaftspolitische Positionen sind repräsentiert, aber innerhalb des ideologischen Rahmens des unbedingten Wirtschaftswachstums, den Arbeitgeber*innen-nahen Positionen untergeordnet. Ohne Wachstum, d. h. Profiten für

Kapitalist*innen, können Arbeiter*innen-Interessen z. B. durch steuerliche Umverteilung nicht befriedigt werden. Das Ideologische trägt also zur relativen (aber restriktiven) Handlungsfähigkeit bei. Professionsregeln (z. B. der Ausgewogenheit und Unparteilichkeit) und ein journalistischer Habitus unterscheiden die Akteure in den Apparaten der Medien und der Kommunikation von den organischen Journalist*innen und Publizist*innen, Aktivist*innen und PR-Agent*innen (vgl. hierzu Bourdieu 2015).

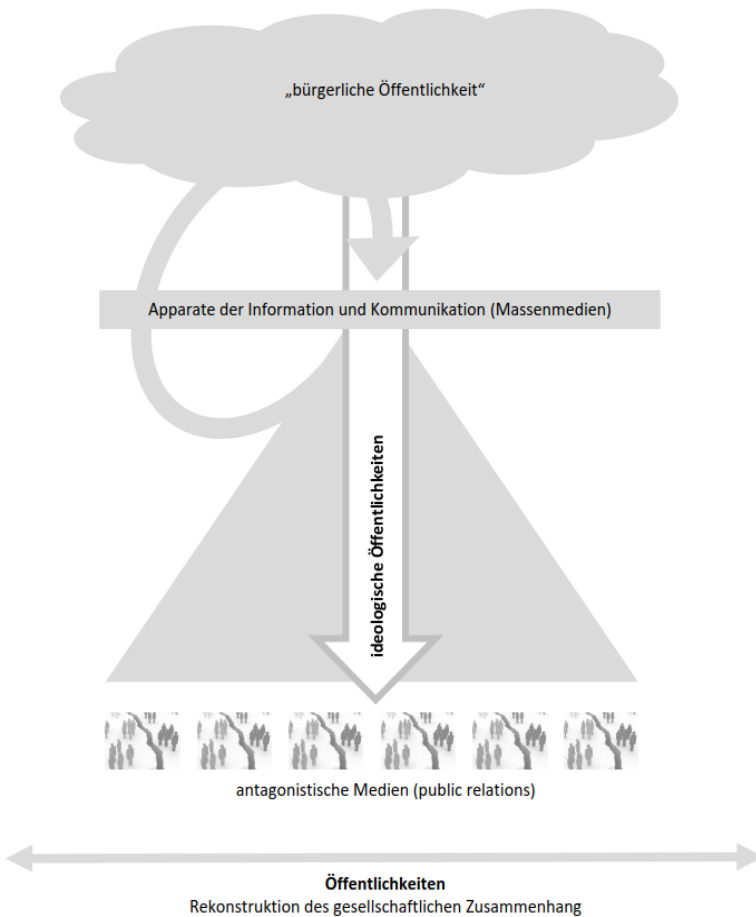


Abb. 3: Wirkweisen ideologischer Öffentlichkeiten (eigene Darstellung)

Die Massenmedien und die durch sie organisierten komplexen Öffentlichkeiten erheben den Anspruch, im Auftrag der „himmlischen Welt“ zu handeln und das Gemeinwesen zu repräsentieren. Zur ideologischen Öffentlichkeit gehören neben den Massenmedien auch kompromissbildende Werte und Begriffe, wie z. B. Unparteilichkeit, herrschaftsfreier Diskurs, Presseethiken etc., über die sich die Massenmedien legitimieren und die sie verwalten, die aber auch an ihnen vorbei angerufen werden können.

Die „himmlische Welt“ ist eine tendenziell universale, ausgewogene Öffentlichkeit, die das im Kapitalismus real zersplitterte Gemeinwesen ideell stiften soll. Mein Vorschlag ist es, den Begriff der „bürgerlichen Öffentlichkeit“ (Habermas 1990; Negt und Kluge 1972) genau zur Charakterisierung dieser „himmlischen Welt“ der Kommunikation zu verwenden. Gegen Habermas wurde von Negt und Kluge deutlich gemacht, dass die Idee bürgerlicher Öffentlichkeit selbst so sehr ein hegemoniales Klassenprojekt gewesen ist, um (koloniale) Ausbeutungsbeziehungen des entstehenden Bürgertums abzusichern (vgl. Negt und Kluge 1972, 33, 102-106), dass sie sich nicht eignet, um als Ideal den empirisch vorfindbaren Öffentlichkeiten kritisch gegenübergestellt zu werden. Bürgerliche Öffentlichkeit zeichnet sich dadurch aus, dass in ihr „der Hauptkampf gegen alle Besonderheiten geführt werden muß“ (Negt und Kluge 1972, 31). In ihr wird von allen sozio-ökonomischen Unterschieden der Menschen abstrahiert, ausgebeutete Arbeiter*innen wie ausbeutende Kapitalist*innen kommen hier gleichermaßen als freie und gleiche Privatpersonen vor. Diese Einebnung von wirklichen Unterschieden hat zur Folge, dass sich unmittelbar aus den gemachten Erfahrungen ergebende politische Impulse, die auf den unteren Ebenen der Öffentlichkeit noch organisierend wirken, hier keinen Raum bekommen. Das „Über-alle-Situationen-hinweg-abstrakt-Reden“ (Negt und Kluge 1972, 91) wird vom Handeln, das durch Erfahrungen informiert ist, abgetrennt. Bürgerliche Öffentlichkeit zwingt die Erfahrungen in die Abstraktheit und suggeriert Allgemeinheit, wo diese in der gesellschaftlichen Wirklichkeit fehlt. Dadurch wirkt sie konservierend zu Gunsten derer, die vom Status quo (überproportional) profitieren.

Ideologische Apparate der Medien und der Kommunikation bzw. die Massenmedien repräsentieren bürgerliche Öffentlichkeit in unterschiedlichem Maße. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in seinen Hauptformaten, wie etwa den reichweitenstarken Meinungs- und Informations-

sendungen, beansprucht z. B. in der BRD für sich, „bürgerliche Öffentlichkeit“ besser zu repräsentieren als dies z. B. Springer-Medien tun. Die bürgerliche Öffentlichkeit kann allerdings an ihren medialen Repräsentant*innen vorbei von unteren Ebenen der Öffentlichkeit bzw. antagonistischen Medien angerufen werden. Und zwar sowohl von den beherrschten Gruppen (im Sinne eines linken Populismus) als auch im Interesse der herrschaftlichen Absicherung antagonistischer Verhältnisse, die meint, zunehmend auf die in den Massenmedien verdichtete Kompromissbildung zwischen Interessen verzichten zu können (im Sinn eines autoritären Populismus). Populistische Momente ergeben sich immer dann, wenn Hegemonie im großen Stil neu verhandelt wird (vgl. z. B. Hall 2014a). Ziel der Populist*innen ist es jeweils, die Werte bürgerlicher Öffentlichkeit, also die kommunikative Repräsentation des Gemeinwesens, ohne Umweg über bestehende Kompromissbildung anzurufen und so im Falle einer hegemonialen Strategie neue Kompromissbildungen und Verdichtungen zu etablieren, wodurch gesellschaftliche Kräfteverhältnisse verschoben werden⁹.

Darüber hinaus sollte aber nicht vergessen werden, dass öffentliche Hegemonie immer mit Zwang abgesichert wird. Hegemoniale Prozesse werden durch direkte und indirekte Formen der Zensur aus dem Block an der Macht in den exekutiven Organen des Staates z. B. mittels Verboten von Medien, Berufsverbote bzw. Entlassungen von Intellektuellen und Journalist*innen, staatliche Einflussnahme auf Veröffentlichungen, repressiver Druck auf den Quellenschutz usw. abgesichert.

So kann abschließend auch auf Grenzen der Theorie ideologischer Öffentlichkeit reflektiert werden. Ihr geht es nicht zuerst um den *Ausschluss* von Erfahrungen und Interessen aus der Öffentlichkeit und nur in einem sehr weiten Verständnis, um die Analyse „systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen“ (vgl. Biskamp in diesem Band) – nämlich, wenn unter Kommunikationsbedingungen die gesamte gesellschaftliche Anlage des öffentlichen Kommunikationsprozess gemeint ist. Es geht vielmehr um ein Verständnis der (selektiven) *Aufnahme* von Interessen

⁹ vgl. zur Unterscheidung von populistischem und popularem Projekt Hall 2014b. Vor dem Hintergrund der Theorie des Ideologischen wäre es populistisch Kräfteverhältnisse im Rahmen der ideologischen Anordnung verschieben zu wollen; ein populäres Projekt hingegen zielt darauf, die ideologische Konstellation zu verlassen, d. h. die Wirkrichtung der Organisierung von Erfolgt nachhaltig ‚von unten‘ und dies ist nur wenn gleichzeitig der antagonistische Charakter der Gesellschaft aufgehoben wird.

und die ideologische Organisation von Erfahrung, die Zustimmung zu Herrschaftsverhältnissen bewirkt. Damit geht es ihr auch nicht zuerst um die Kritik von Propaganda, also Täuschungs- und Manipulationsstrategien (vgl. Zollmann in diesem Band) antagonistischer Medien oder der Massenmedien. Wenngleich diese als Strategien antagonistischer Medien eine wichtige Rolle für hegemoniale Verallgemeinerungsprozesse oder als Indikator einer Verschiebung von Konsens in Richtung Zwang auch in den Massenmedien, etwa in Zeiten des Umbruchs spielen können.

Tab. 1: Ideologietheoretische Begriffe und ihre öffentlichkeitstheoretische Anwendung

Ideologietheoretische Begriffe	Öffentlichkeitstheoretische Anwendung
Hegemonie	Öffentliche Meinung
Alltagsverstand	Erfahrung
Gesellschaftliche Gruppen und Klassen	Antagonistische Medien
Intellektuelle	Journalist*innen und Publizist*innen
Organische Intellektuelle	Journalist*innen und PR-Agent*innen
Traditionelle Intellektuelle	Etablierte Journalist*innen und Herausgeber*innen, Chefredakteure, Intendant*innen
Ideologische Werte	Bürgerliche Öffentlichkeit
Ideologische Apparate	Massenmedien (Ideologische Apparate der Medien und der Kommunikation)
Vergesellschaftungskompetenzen	Informationelle Bedürfnisse und kommunikative Problemlösungskompetenzen
Horizontale Selbstvergesellschaftung	Emanzipatorische Öffentlichkeiten: Rekonstruktion des gesellschaftlichen Zusammenhangs; Gewinn von Handlungsfähigkeit in verallgemeinerter Perspektive; Erfahrungswachstum

Die Theorie ideologischer Öffentlichkeiten verhält sich komplementär und kompatibel zu diesen wichtigen Kritiken von Öffentlichkeit. Für Gramsci ist Hegemonie immer „gepanzert mit Zwang“ (Gramsci 1991ff., 783), d. h. hegemoniale Mechanismen mischen sich real mit andersartigen Formen von Herrschaft, die mehr auf Zwang, Dominanz, Täuschung und Manipulation beruhen. Die Theorie ideologischer Öffentlichkeit ist selbst zu historisieren, es ist zu reflektieren, welche und wie große Teile der Bevölkerung hegemonial, also mittels Zustimmung herrschaftlich integriert

werden. Die selektive und hierarchisierende Aufnahme von Erfahrungen ist begleitet von Ausschluss von Öffentlichkeit und Nicht-Repräsentanz für andere. Zudem sind „mögliche Ungleichzeitigkeiten zwischen kulturellen, politischen und ökonomischen Momenten der Hegemonie“ (Martin und Wissel 2015, 224) zu berücksichtigen. Dies kann z. B. bedeuten, dass der Bereich öffentlicher (Massen-)Kommunikation noch weitgehend hegemonial funktioniert, während in den politischen und ökonomischen Bereichen und ihren (defizitären) Öffentlichkeiten Herrschaft mit weit weniger Zustimmung und Konsens etabliert wird. Aber auch die ideologischen Apparate der Medien und der Kommunikation haben politische und ökonomische Voraussetzungen, die mehr oder weniger hegemonial organisiert sein können. Auch hier, gleichsam aus der Innenperspektive einer Krise des Mediensystems betrachtet, können sich Ungleichzeitigkeiten einstellen und z. B. wenig konsensuelle Ausbildungs-, Rekrutierungs- und Organisationsstrukturen der Massenmedien mit dem außenpluralistischen Anspruch breiterer Teile der Bevölkerung in Widerspruch geraten, in der Berichterstattung repräsentiert zu werden.

8 Öffentlichkeiten im Vergesellschaftungsprozess

Die Theorie der ideologischen Öffentlichkeiten, die hier in Umrissen dargelegt worden ist, gewinnt ihren kritischen Stachel vor dem Hintergrund der Selbstvergesellschaftungskompetenzen der Menschen als Gegenpart zur ideologischen Fremdvergesellschaftung. Was ist darunter aus öffentlichkeitstheoretischer Perspektive zu verstehen? Bevor diese Frage im abschließenden Abschnitt aufgegriffen werden kann, muss zunächst die generelle Notwendigkeit von Öffentlichkeit für Vergesellschaftungsprozesse, seien sie heteronom oder autonom, dargelegt werden.

Die Bildung von und Teilnahme an Öffentlichkeiten beruht auf der motivationalen Basis informationeller Bedürfnisse, die sich in der Menschwerdung herausbilden (vgl. Sevignani 2019): Anders als etwa einfache Organismen sind Menschen mit dem Entstehen von Gesellschaften nur noch mittelbar mit ihren Reproduktionserfordernissen verbunden. Es entstehen individuelle Freiräume, die die Voraussetzungen für eine handlungsfähige, reflexive, bewusste Subjektivität sind. Subjekte befinden sich in einer Möglichkeitsbeziehung zur Welt und können sich zu den gesellschaftlichen Bedingungen verhalten. Zwischen Bedingung und Handeln

schiebt sich das subjektive Bedeuten und Begründen. Zu den Bedingungen des Handelns gehören auch gesellschaftliche Bedeutungsstrukturen und die wiederum können ideologische Angebote der Kompetenzaufgabe und Kompromissbildung sein. Es geht für eine so konturierte subjektwissenschaftlich fundierte Öffentlichkeitstheorie um die Aufklärung je spezifischer Bedingungs-Bedeutungs-Prämissen-Gründe-Zusammenhänge. Nur so ist zu erfahren, warum es subjektiv funktional ist, Kompetenzen an ideologische Instanzen abzugeben. Dabei sind Gründe immer aus der Perspektive erster Person zu verstehen. Sie können nur vom Standpunkt des Subjekts formuliert werden (je meine Gründe, in je meiner Situation). Wenn von außen behauptet wird, jemand andere handle irrational, dann hat derjenige, der das Verdikt äußert, sich nicht die Mühe gemacht, mit dem Betroffenen zu sprechen und dessen Prämissen-Gründe-Zusammenhang nachzuvollziehen; das heißt allerdings nicht, dass das Gegenüber den nachvollzogenen Zusammenhang teilen und übernehmen muss (vgl. Markard 2000).

Öffentlichkeiten werden erstmals nötig als Orte, wo der gesellschaftliche Zusammenhang und damit die eigene Position im gesellschaftlichen Gefüge rekonstruiert werden muss und für die Individuen nicht mehr unmittelbar einsichtig ist. In der Öffentlichkeit wird aber kein direkter Zugang zum Verstehen gesellschaftlicher Bedingungen eröffnet. Vielmehr treffen Subjekte mit unterschiedlichen Begründungen eigenen Handelns unter je unterschiedlich wahrgenommenen, aber dennoch objektiv gegebenen Bedingungen aufeinander. In Öffentlichkeiten kann ausgehend von den Begründungen der Subjekte, so oder so zu handeln, über die Explikation ihrer Prämissen (also den Bedeutungen der Bedingungen, die jeweils für das eigene Handeln aktualisiert werden) Verständigung im Sinne eines "metasubjektiven Standpunkt" (vgl. Holzkamp 1996) erreicht werden. Ein solcher Standpunkt ist perspektivisch möglich, weil die Menschen voneinander abhängen und unter verbindenden gesellschaftlichen Verhältnissen leben. Die subjektiven Möglichkeitsräume stehen nicht beziehungslos nebeneinander, sondern sind unterschiedliche Ausschnitte gesellschaftlicher Handlungsmöglichkeiten. Die Möglichkeitsverallgemeinerung besteht nun darin, die eigenen Handlungsmöglichkeiten als Fall von typischen Handlungsmöglichkeiten zu erkennen. Also Gemeinsamkeiten in den Möglichkeiten zu erkennen, die die Gesellschaft etwa für Frauen, Migrant*innen, und Lohnarbeiter*innen bietet oder ihnen verwehrt.

Diese Notwendigkeit aber, auch die motivationale Grundlage für Öffentlichkeiten, die sich aus dem modernen Vergesellschaftungsprozess generell ergeben, verschärfen sich noch einmal in modernen kapitalistischen Gesellschaften. Denn diese zeichnen sich durch eine „blinde“ und unbewusste Vergesellschaftung über den Warentausch aus. Öffentlichkeit ist hier „die einzige Ausdrucksform, welche die über den Produktionsprozeß lediglich ‚privat‘ zusammengeführten Gesellschaftsglieder durch Zusammenfassung ihrer entfalteten gesellschaftlichen Eigenschaften miteinander verbindet“ (Negt und Kluge 1972, 19).

9 Emanzipatorische Öffentlichkeiten und die Perspektive horizontaler Selbstvergesellschaftung

Nachdem die generelle Notwendigkeit und Möglichkeit von Öffentlichkeiten in modernen kapitalistischen Gesellschaften skizziert wurde, stellen sich für die kritische Kommunikationsforschung folgende Anschlussfragen: Welche Rolle können Öffentlichkeiten nun bei der horizontalen Selbstvergesellschaftung unter kapitalistischen Bedingungen spielen? Was wären emanzipative Öffentlichkeiten aus Sicht einer kritischen Theorie? Aus der Theorie ideologischer Öffentlichkeit ergibt sich neben der vagen normativen Zielvorstellung horizontaler Selbstvergesellschaftung zunächst nur negativ, dass Öffentlichkeiten nicht ein Gemeinwesen ersetzen sollen, wo es aufgrund ungleicher antagonistischer Produktions- und Reproduktionsverhältnisse (noch) keines gibt. Darin liegt, wie gezeigt, die zentrale ideologische und Herrschaft stabilisierende Funktion von Öffentlichkeit.

Stattdessen, so meine These, müssten Öffentlichkeiten gesellschaftliche Erfahrungen so organisieren, dass sie eine Selbstverständigung über die eigene Einbezogenheit in gesellschaftliche Herrschaftsverhältnisse ermöglichen. Dies wäre der Ausgangspunkt für die Bildung emanzipatorischer, nicht-ideologischer Öffentlichkeiten. Dies soll nun mit Hilfe der bereits angewandten Theorietraditionen umrissen werden.

In subjektwissenschaftlicher Perspektive sind Subjekte in antagonistisch-kapitalistischen Verhältnissen prinzipiell vor eine konfliktreiche Abwägung gestellt, ob sie mit ihrem Handeln

- bestehende Verhältnisse akzeptieren, sich also mit der antagonistischen Situation arrangieren,
- ihre Handlungsfähigkeit im Zusammenschluss mit anderen erweitern, dies aber auf Kosten anderer geschieht, oder
- die Bedingungen perspektivisch unter dem Einschluss aller anderen so verändern, dass Herrschaftsverhältnisse aufgehoben werden.

Die ersten beiden Möglichkeiten können restriktive Handlungsfähigkeit und die letzte Option verallgemeinerte Handlungsfähigkeit genannt werden (vgl. Holzkamp 1990; Meretz 2016). Restriktiv sind die ersten beiden Optionen, weil subjektive Handlungsfähigkeit grundsätzlich in einer arbeitsteiligen und darüber hinaus auf Ausbeutungsverhältnissen beruhenden kapitalistischen Gesellschaft immer von den Handlungen anderer abhängig ist. Basieren diese Abhängigkeiten aber auf Ungleichheit, wie im Fall der Ausbeutung, stehen sie jederzeit in Gefahr, herausgefordert zu werden. Die eigene Reproduktion, die auf andere angewiesen ist und herrschaftlich abgesichert wird, ist prekär, denn sie geht mit der Gefahr einher, dass sie von den Beherrschten Frage gestellt wird.¹⁰ Für Widerstand in diesem Sinne bildet, wie dargelegt, die subjektive Erfahrung den Ausgangspunkt. Welche der oben genannten Handlungsoptionen subjektiv vernünftig erscheint, kann nicht vom Standpunkt dritter Personen beurteilt werden. Die Optionen bilden also keine externen Kriterien zur Beurteilung von konkretem Handeln. Vielmehr ist der Subjektstandpunkt durch eine Verständigung über die Bedingungen, die zugrunde gelegten Prämissen und die jeweils subjektiven Gründe zu rekonstruieren, und die Prekarität eigener restriktiver Handlungsfähigkeit muss jeweils nachvollziehbar werden.

Dies setzt mindestens voraus, dass einmal die Widersprüchlichkeiten und Vielfältigkeit manifester Interessen unterschiedlicher Akteure in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden und dass dann die Genese und Bedingungen dieser Interessen öffentlich rekonstruiert werden. Auf dieser Basis können im öffentlichen Diskurs Ideen und Haltungen entwickelt werden, die es erlauben, Widersprüche konstruktiv aufzuheben oder Interessen schlüssig zwischen den Akteuren zu priorisieren, aber dabei auch sich selbst, d. h. die eigenen möglicherweise widersprüchlichen

¹⁰ vgl. Honneth 2000, 292 zur Vereinbarkeit dieser Perspektive mit der Theorie Deweys

Handlungsprämissen und -begründungen zu transformieren. Diese subjektwissenschaftliche Perspektive auf die Leistungen emanzipatorischer Öffentlichkeiten entspricht Kohärent-Arbeiten des widersprüchlichen und fragmentierten Alltagsverstandes nach Gramsci, das an seinem „gesunden Kern“, also der Unmittelbarkeit der Erfahrung (von unten) und den Teilen ansetzen muss, die der (ideologisch organisierten) öffentlichen Meinung widersprechen. Mit der subjektwissenschaftlichen Perspektive des notwendigen Nachvollzugs von unterschiedlichen Handlungs begründungen wird aber die notwendige radikaldemokratische Organisation von Öffentlichkeit betont.

Gramsci unterscheidet zwischen der Funktion der Religion als „Opium des Volkes“ (Marx) einerseits, die zwar den Alltagsverstand hört und versteht, aber ihn in seiner bizarren Form der Widersprüchlichkeit und Uneinheitlichkeit belässt, und der Philosophie (der Praxis) andererseits, die den Alltagsverstand kohärent machen kann und der an emanzipatorischen Öffentlichkeiten gelegen sein muss. Eine öffentlichkeitstheoretische Entsprechung zur Funktion der Religion findet sich bei den von Negt und Kluge als Zerfallsform bürgerlicher Öffentlichkeit analysierten Produktionsöffentlichkeiten: „Die traditionelle Öffentlichkeit, deren charakteristische Schwäche auf dem Ausgrenzungsmechanismus zwischen öffentlich und privat beruht, wird heute überlagert von industrialisierten Produktionsöffentlichkeiten, die die Tendenz haben, Privatbereiche, insbesondere den Produktionsprozeß und den Lebenszusammenhang, einzubeziehen“ (Negt und Kluge 1972, 35).¹¹ Massenwirksamkeit erreichen diese profitorientierten Akteure der Produktionsöffentlichkeit dadurch, dass sie von den realen Erfahrungen und Wünschen der Massen gerade nicht abstrahieren und sich auf Konkretes einlassen. Einerseits beeinflussen PR-Strategien einflussreicher Akteure, so die Zeitdiagnose, zunehmend ungebrochen durch Kompromissbildungen die Öffentlichkeit. Andererseits werden Erfahrungen auch der Ausgebeuteten und Unterdrückten unmittelbar aufgenommen, dabei aber, so Negt und Kluge, in ihrer Unmittelbarkeit und Privatheit festgehalten. Dadurch ist eine aus emanzipatorischer Perspektive notwendige Ausarbeitung und Auseinander-

¹¹ Zu diskutieren wäre, inwieweit Öffentlichkeiten, die sich in den Sozialen Medien konstituieren, die ja auch durch eine Vermischung von Privatem und Öffentlichem gekennzeichnet sind, eine Variante der Produktionsöffentlichkeiten darstellen (vgl. hierzu z. B. Dean 2014).

setzung mit ähnlichen und konträren Erfahrungen verstellt. Das Ergebnis der sich überlappenden bürgerlichen und Produktionsöffentlichkeiten ist „ein Hin- und Herschwanken zwischen Ausgrenzung und verstärkter Einbeziehung“ (Negt und Kluge 1972, 38): „Der proletarische Lebenszusammenhang wird so in zwei Teile aufgespalten: Der eine wird in die neuen Produktionsöffentlichkeiten resorbiert, nimmt an der Industrialisierung teil, der andere wird im Sinne der die Gesellschaft bestimmenden Systeme von Produktion und Produktionsöffentlichkeit dequalifiziert“ (Negt und Kluge 1972, 43).

Negt und Kluge verwenden letztlich einen emphatischen Erfahrungsbegriff in der Tradition der älteren Frankfurter Schule vor dessen Hintergrund die Blockierung von „echten“ Erfahrungen, die auf den Zusammenhang von Erfahrungen zielt, zum Problem wird. Erfahrung kann zwar durch gesellschaftliche Institutionen wie die Massenmedien blockiert werden, aber in den Erfahrungen, wie im Verständnis des Alltagsverstandes nach Gramsci, lässt sich gleichzeitig auch etwas Widerständiges ausmachen, das gegen eine Blockierung gerichtet werden kann. Negt und Kluge sprechen in diesem Zusammenhang von den Erfahrungen der „lebendigen Arbeit“, wie etwa Fantasie, Solidaritätsbedürfnis, Orientierungsbedürfnis, sowie einem materialistischen Instinkt, der durch Einschränkungen von Lebensmöglichkeiten und Handlungsfähigkeit geweckt wird. Ähnlich wie der gesunde Kern des Alltagsverstandes bei Gramsci lassen sich Bedürfnisse und Wünsche nicht völlig in kapitalistische Verhältnisse einpassen; sie bilden den Erfahrungsrohstoff der auch anders – mittels proletarischer Öffentlichkeit organisiert – werden kann und dann nicht unterdrückt oder regressiv umgeformt würde (vgl. Negt und Kluge 1972, 67-83). Blockierung und Dequalifizierung von Erfahrung findet dann statt, wenn einzelne Erfahrungen isoliert bleiben und aus ihrem Zusammenhang gerissen werden oder aber der Erfahrungszusammenhang nur abstrakt gestiftet wird, d. h. konkrete Erfahrungen in ihm verschwunden sind (vgl. Negt und Kluge 1972, 60ff.). Demgegenüber setzen Negt und Kluge auf einen Lernprozess der „Erfahrung in der Herstellung von Erfahrung“ (Negt und Kluge 1972, 27) bzw. der proletarischen Öffentlichkeit bezeichnen und der bürgerlichen Öffentlichkeit und den Produktionsöffentlichkeiten als antagonistisches Prinzip gegenüberstellen. Diese Öffentlichkeit ist nicht identisch mit empirischen Arbeiterinnen-Öffentlichkeiten, sondern in weiten „Strecken mit dem identisch, was in der marxistischen Tradition Klassenbewußtsein und Klassen-

kampf heißt. Diese letzteren Begriffe bezeichnen jedoch Resultate, nicht die Vermittlung und die Entstehungsbedingungen und den konkreten Zusammenhang ihrer einzelnen Elemente“ (Negt und Kluge 1972, 66f.).

Mit Dewey kann eine weitere Konturierung des Prozesses der Erfahrung in der Herstellung von Erfahrungen bzw. emanzipatorischen Öffentlichkeiten vorgenommen werden: Für ihn können Problemlösungen und deren Erprobung entweder sehr zufällig und unkontrolliert oder aber nach Vorbild der experimentellen Wissenschaften methodisch kontrolliert und in Austausch und Kooperation mit anderen Betroffenen und deren organischen Intellektuellen (bei Dewey Wissenschaftler*innen) erfolgen. Diese experimentalistische Form der Problemlösung ist für Dewey die präferierte Option, weil sie effizientere Lösungen für die Betroffenen verspricht und nicht nur erneute Anpassung an die Situation garantiert, sondern auch ein Wachstum von Erfahrungen ermöglicht. Mit Dewey kann also einerseits an die skizzierten kritischen Theorien angeknüpft werden: Erfahrungswachstum bei Dewey bedeutet verallgemeinerte Handlungsfähigkeit in subjektwissenschaftlicher Perspektive, Kohärent-Arbeiten des Alltagsverstands aus hegemonietheoretischer Perspektive und die Erfahrung im Herstellen von Erfahrung aus der Perspektive der Theorie proletarischer Öffentlichkeit. Zugleich ergänzt er diese aber um ein epistemologisches Argument, wonach emanzipatorische Öffentlichkeiten effizientere Problemlösungen ermöglichen (vgl. Honneth 2000, 293).

Zusammenfassend haben emanzipatorische Öffentlichkeiten also folgende Merkmale, vor deren Hintergrund die Theorie ideologischer Öffentlichkeiten ihren (kapitalismus-)kritischen Stachel erhält:

- Statt ein Gemeinwesen zu simulieren, geht es in emanzipatorischen Öffentlichkeiten um die Wahrnehmung bzw. Repräsentation antagonistischer gesellschaftlicher Interessen mittels einer Rekonstruktion ihrer Genese und Bedingungen.
- Diese Rekonstruktion schließt auch ein, dass die eigene Verstrickung in gesellschaftliche Herrschaftsverhältnisse im Austausch mit anderen rekonstruiert wird.
- Ansatzpunkt ist die Unmittelbarkeit der Erfahrung (von unten) und den damit verbundenen Intuitionen, Gefühlen und Gedanken, die der öffentlichen Meinung widersprechen.

- Und zwar mit dem Ziel, diese Erfahrung so zu organisieren, dass der widersprüchliche und fragmentierte Alltagsverstand kohärenter wird.
- Kohärenz lässt sich in der Perspektive verallgemeinerter Handlungsfähigkeit gewinnen, die nur durch den Zusammenschluss mit anderen erreicht werden kann.
- Kooperiert wird öffentlich, um die Bedingungen, die zu den Problemerkahrungen führten, möglichst effizient im Sinne der Betroffenen zu verändern.

Damit sind einige Eckpunkte emanzipatorischer bzw. anti-ideologischer Öffentlichkeit benannt, die etwa mit Bezug auf die Erfahrungen realer Klassenbildung (z. B. Thompson 1987) und der Formierung (neuer) sozialer Bewegungen (z. B. Stamm 1998) – auch im Hinblick auf digitale Kommunikation und soziale Medien vertiefend, ergänzend oder korrigierend diskutiert werden müssen.

Literatur

- Becker, Lia, Mario Candeias, Janek Niggemann, und Anne Steckner, Hrsg. 2013. *Gramsci lesen: Einstiege in die Gefängnishefte*. Hamburg: Argument.
- Boltanski, Luc, und Ève Chiapello. 2006. *Der neue Geist des Kapitalismus*. 1. Aufl. Konstanz: UVK.
- Bourdieu, Pierre. 2015. *Über das Fernsehen*. Berlin: Suhrkamp.
- Dean, Jodi. 2014. „Communicative Capitalism and Class Struggle“. *Spheres: Journal for Digital Cultures* 1: 1–16.
- Demirović, Alex. 1997. *Herrschaft und Demokratie: Aspekte kritischer Gesellschaftstheorie*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Demirović, Alex. 1999. *Der nonkonformistische Intellektuelle: Die Entwicklung der Kritischen Theorie zur Frankfurter Schule*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Demirović, Alex. 2018. „Das Geschlechterverhältnis und der Kapitalismus: Plädoyer für ein klassenpolitisches Verständnis des multiplen Herrschaftszusammenhang“. In *Kapitalismuskritische Gesellschaftsanalyse: queer-feministische Positionen*, herausgegeben von Katharina Pühl und Birgit Sauer, 258–85. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Demirović, Alex, und Peter Jehle. 2005. „Intellektuelle“. In *Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus (HKWM)*. Bd. 6/2. Berlin: Argument.
- Dewey, John. 1986. „Kriterien der Erfahrung“. In *John Dewey: Erziehung durch und für Erfahrung*, herausgegeben von Helmut Schreier, 283–96. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Dewey, John. 1996. *Die Öffentlichkeit und ihre Probleme*. Bodenheim: Philo.

- Downey, John, Gavan Titley, und Jason Toynbee. 2014. „Ideology critique: the challenge for media studies“. *Media, Culture & Society* 36 (6): 878–87. <https://doi.org/10.1177/0163443714536113>.
- Eagleton, Terry. 2000. *Ideologie: Eine Einführung*. Übersetzt von Anja Tippner. 1. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Fraser, Nancy. 2001. „Neue Überlegungen zur Öffentlichkeit: Ein Beitrag zur Kritik real existierender Demokratie“. In *Die halbierte Gerechtigkeit: Schlüsselbegriffe des postindustriellen Sozialstaats*, 107–50. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Fraser, Nancy, und Rahel Jaeggi. 2018. *Capitalism: A Conversation in Critical Theory*. 1. Cambridge: Polity.
- Götz, Annika. 2017. *Kritik der Öffentlichkeiten: John Dewey neu denken*. Berlin: Springer.
- Gramsci, Antonio. 1991ff.. *Gefängnishefte*. Herausgegeben von Klaus Bochmann und Wolfgang Fritz Haug. Hamburg: Argument.
- Habermas, Jürgen. 1990. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hall, Stuart. 1989. „Der Thatcherismus und die Theoretiker“. In *Ausgewählte Schriften: Ideologie, Kultur, Medien, Neue Rechte, Rassismus*, herausgegeben von Nora Räthzel, 172–206. Berlin: Argument.
- Hall, Stuart. 1994. „‘Rasse’, Artikulation und Gesellschaft mit struktureller Dominante“. In *Rassismus und kulturelle Identität: Ausgewählte Schriften 2*, herausgegeben von Nora Räthzel, 89–136. Hamburg: Argument.
- Hall, Stuart. 2014a. „Die Bedeutung des autoritären Populismus für den Thatcherismus“. In *Populismus, Hegemonie, Globalisierung: Ausgewählte Schriften 5*, herausgegeben von Juha Koivisto, Ingo Lauggas, und Victor Rego Diaz, 121–32. Hamburg: Argument.
- Hall, Stuart. 2014b. „Eine permanente neoliberale Revolution?“. In *Populismus, Hegemonie, Globalisierung: Ausgewählte Schriften 5*, herausgegeben von Juha Koivisto, Ingo Lauggas, und Victor Rego Diaz, 228–53. Hamburg: Argument.
- Haug, Wolfgang Fritz. 1984. „Die Camera obscura des Bewußtseins: Kritik der Subjekt/Objekt-Artikulation im Marxismus“. In *Die Camera obscura der Ideologie: Philosophie - Ökonomie - Wissenschaft*, herausgegeben von Projekt Ideologie-Theorie (PIT), 9–96. Berlin: Argument.
- Haug, Wolfgang Fritz. 1993. *Elemente einer Theorie des Ideologischen*. Berlin: Argument.
- Holzkamp, Klaus. 1990. „Worauf bezieht sich das Begriffspaar ‚restriktive/ verallgemeinerte Handlungsfähigkeit‘? Zu Mareztkys vorstehenden ‚Anmerkungen‘“. *Forum Kritische Psychologie* 26: 35–45.
- Holzkamp, Klaus. 1996. „Psychologie: Selbstverständigung über Handlungsbegründungen alltäglicher Lebensführung“. *Forum Kritische Psychologie* 36: 7–112.
- Honneth, Axel. 2000. „Demokratie als reflexive Kooperation. John Dewey und die Demokratietheorie der Gegenwart“. In *Das Andere der Gerechtigkeit: Aufsätze zur praktischen Philosophie*, 282–309. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Jörke, Dirk. 2003. *Demokratie als Erfahrung: John Dewey und die politische Philosophie der Gegenwart*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Jörke, Dirk. 2007. „John Dewey über Erfahrung, Demokratie und Erziehung“. In *Demokratiebewusstsein: Interdisziplinäre Annäherungen an ein zentrales Thema der Politischen Bildung*, herausgegeben von Dirk Lange und Gerhard Himmelmann, 2007. Aufl., 87–98. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klaus, Elisabeth, und Ricarda Drüeke. 2017. *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse, Theoretische Perspektiven und empirische Befunde*. 1. Aufl. Bielefeld: transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839430491>.
- Klaus, Elisabeth, und Ulla Wischermann. 2008. „Öffentlichkeit als Mehr-Ebenen-Prozess Theoretische Überlegungen und empirische Befunde am Beispiel der Frauenbewegungen um 1900“. *Zeitschrift für Frauenforschung & Geschlechterstudien* 26 (3/4): 103–16.
- Koivisto, Juha, und Veikko Pietilä. 1996. „Ideological powers and resistance: The contribution of W. F. Haug and Projekt Ideologie-Theorie“. *Rethinking Marxism* 9 (4): 40–59.
- Laclau, Ernesto. 2010. „Was haben leere Signifikanten mit Politik zu tun?“ In *Emanzipation und Differenz*, übersetzt von Oliver Marchart, 65–78. Wien Berlin: Turia + Kant.
- Marchart, Oliver, Hrsg. 2017. *Ordnungen Des Politischen: Einsätze Und Wirkungen Der Hegemonietheorie Ernesto Laclaus. Staat – Souveränität – Nation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Markard, Morus. 2000. „Kritische Psychologie: Methodik vom Standpunkt des Subjekts“. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 1 (2). <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1088>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Martin, Dirk, und Jens Wissel. 2015. „Fragmentierte Hegemonie: Anmerkungen zur gegenwärtigen Konstellation von Herrschaft“. In *Konstellationen und Perspektiven kritischer Theorien*, herausgegeben von Dirk Martin, Susanne Martin, und Jens Wissel, 220–39. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Meretz, Stefan, und Denis Neumüller. 2016. „Erweiterung oder Verallgemeinerung der Handlungsfähigkeit?“ Berlin. <http://2016.ferienuni.de/files/denis-neumueller-stefan-meretz-verallgemeinerte-handlungsfahigkeit.pdf>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Negt, Oskar, und Alexander Kluge. 1972. *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Opratko, Benjamin. 2014. *Hegemonie: Politische Theorie nach Antonio Gramsci*. 2. Aufl. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Projekt Ideologie-Theorie (PIT). 1979. *Theorien über Ideologie*. Berlin: Argument.
- Rehmann, Jan. 2008. *Einführung in die Ideologietheorie*. 4. Aufl. Hamburg: Argument.
- Reitz, Tilman. 2004. „Ideologiekritik“. In *Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus (HKWM)*, 6.1:690–717. Berlin: Argument.
- Ritsert, Jürgen. 2002. *Ideologie: Theoreme und Probleme der Wissenssoziologie*. 2. Aufl. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Ritzi, Claudia. 2013. *Die Postdemokratisierung politischer Öffentlichkeit: Kritik zeitgenössischer Demokratie – theoretische Grundlagen und analytische Perspektiven*. Springer.

- Sevignani, Sebastian. 2016. „Kritische Politische Ökonomie“. In *Handbuch Medienökonomie*, herausgegeben von Jan Krone und Tassilo Pellegrini, 1-18. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_3-1
- Sevignani, Sebastian. 2018. „Historisch-Materialistische Medien- und Kommunikationstheorie 2.0“. *Maske und Kothurn: Internationale Beiträge zur Theater-, Film- und Medienwissenschaft* 64 (1/2): 59-88.
- Sevignani, Sebastian. 2019. „The development of informational needs and prospects of a need-based critique of digital capitalism“. *Annual Review of Critical Psychology* 14.
- Stamm, Karl-Heinz. 1998. *Alternative Öffentlichkeit: Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen*. Frankfurt am Main: Campus.
- Thompson, Edward P. 1987. *Die Entstehung der englischen Arbeiterklasse*, 2 Bde. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Žižek, Slavoj, Hrsg. 1995. *Mapping Ideology*. London: Verso.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Ideologiekritik und Kontingenz(erfahrung) am Beispiel Fake News: Der Beitrag des Radikalen Konstruktivismus

Armin Scholl

Keywords: Kontingenz, Konstruktivismus, Ideologiekritik, Fake News

Abstract

Der (radikale) Konstruktivismus scheint auf den ersten Blick kein Kandidat für ideologiekritische Forschung. Wenn man sich jedoch nicht vorschnell von der Kritik am Konstruktivismus beeindrucken lässt, kann dessen erkenntniskritisches Potenzial herausgearbeitet werden. Am Beispiel von Fake News wird deutlich, dass deren Kritik nicht epistemologisch naiv von der Dichotomie Richtigkeit vs. Falschheit von Informationen und Tatsachenbehauptungen ausgehen kann, sondern eine differenziertere Argumentation erfordert. Diese Forderung wird konstruktivistisch eingelöst und abschließend kritisch geprüft.

Scholl, Armin. 2019. „Ideologiekritik und Kontingenz(erfahrung) am Beispiel Fake News: Der Beitrag des Radikalen Konstruktivismus“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 46–64. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.3

Ich danke Uwe Krüger und Sebastian Sevignani für die kritischen, hilfreichen und wertvollen Hinweise.

Armin Scholl | Universität Münster | scholl@uni-muenster.de

1 Einleitung

Wenn es um Fake News geht, wird schnell geurteilt, dass es richtige News gibt und absichtlich erzeugte falsche News, dass es also eine klare Trennlinie zwischen Wahrheit und propagandistischer Falschheit (nicht zu verwechseln mit unabsichtlichem Irrtum) gibt. Als der Konstruktivismus genau diese Trennlinie bezweifelt hat, indem er jede Beobachtung und mit hin jede Aussage über eine Beobachtung strikt an die beobachtende Instanz gebunden hat (Schmidt 1994), hat er sich verschiedene Vorwürfe eingehandelt: Wer auf die Möglichkeit einer objektiven (im Sinn von beobachterübergreifenden oder beobachterunabhängigen) Wahrheit verzichte, mache Wissenschaft, insbesondere empirische Wissenschaft, unmöglich, da diese nur funktioniere, wenn man Theorien unabhängig an der Realität prüfen könne (vgl. Kepplinger 1990; aus materialistischer Sicht Städtler 2016, 13). Weiterhin mache er sich des Relativismus schuldig, denn wenn jegliche Beobachtung beobachterabhängig sei, sei auch jede Beobachtung prinzipiell ernst zu nehmen und habe eine gewisse Berechtigung (Hanisch 2009, 71ff.). Schließlich werde der Konstruktivismus auf diese Weise zum unfreiwilligen Helfershelfer von abstrusen Weltansichten, die sich darauf berufen könnten, dass sie eben die Wirklichkeit nach ihren Maßstäben konstruierten, seien diese auch noch so absurd in den Augen wissenschaftlich geschulter Beobachter (Sokal und Bricmont 2001, 11, 17). Insgesamt könne mit Konstruktivismus folglich alles gerechtfertigt und nichts mehr kritisiert werden.

Wenn diese Kritik am Konstruktivismus berechtigt wäre, könnte man das Vorhaben, Fake News konstruktivistisch zu verorten, bereits an dieser Stelle beenden. Ich will aber zweierlei zeigen: Zum einen ist die Behauptung einer klaren Trennlinie zwischen richtigen Fakten (und analog richtigem Bewusstsein) und falschen Fakten (und analog falschem Bewusstsein) alles andere als trivial, sondern begründungsbedürftig. Der Konstruktivismus kann recht gut darstellen, welche kognitiven Mechanismen hinter der Vorstellung von objektiv richtigen Fakten stehen. Zum anderen handelt sich der ontologische Realismus, der hinter der Philosophie des Objektivismus steht, gravierende erkenntnistheoretische und ideologische Probleme ein. Ob diese verschwinden, wenn man dialektisch vorgeht und mit einem *kritischen* Realismus arbeitet (vgl. Fuchs 2008), müsste extra erörtert werden. Es lohnt also ein sehr genaues Hinschauen, wie es die Phänomenologie lehrt.

Nach einer Vorstellung der wichtigsten Charakteristika der konstruktivistischen Argumentation will ich darstellen, wie man aus konstruktivistischer Perspektive Fake News behandelt bzw. die Trennung zwischen richtigen und falschen Fakten versteht.¹

Auch wenn sich eine konstruktivistische Vorgehensweise implizit gegen objektivistische, realistische, materialistische Erkenntnistheorie richtet, soll hier die Kritik am Historischen Materialismus oder an anderen objektivistischen Theorien nicht ausgeführt werden. Stattdessen will ich nachweisen, dass auch der Konstruktivismus zur Kritik an Wirklichkeitskonstruktionen in der Lage ist. Damit soll nicht nur den eingangs genannten Kritikpunkten am Konstruktivismus der Wind aus den Segeln genommen werden, vielmehr will ich darauf hinaus, dass der Konstruktivismus gar nicht unkritisch – und zwar auch im Sinn der Gesellschaftskritik, nicht nur der epistemologischen Kritik – sein darf. Oder umgekehrt: Wer mit dem Konstruktivismus Propaganda legitimiert, missbraucht den Konstruktivismus und stellt sich gegen dessen zentrale Prämissen. (In Klammern bemerkt: Vor Missbrauch ist keine Philosophie gefeit, das weiß man vom Historischen Materialismus sehr gut.)

Bevor ich jedoch die konstruktivistische Perspektive auf Ideologie und Ideologiekritik vorstelle, will ich noch kurz darauf eingehen, wo die Verbindung zur Kommunikationswissenschaft besteht, wo kommunikationswissenschaftliche Anwendungen möglich sind. Diese bestehen darin, dass die Massenmedien die Hauptproduzenten von Ideologie sind. Adorno (2002 [1944]) sprach deshalb von Kulturindustrie, um den gewerblich und fabrikartig produzierenden Charakter zum Ausdruck zu bringen. Kommunikationswissenschaftler*innen wie Horst Holzer (1973) oder Wolf D. Hund und Bärbel Kirchhoff-Hund (1980) und später Edward S. Herman und Noam Chomsky (2002) machten dies konkreter an den gesellschaftlichen Verhältnissen fest. Sie kritisierten, dass Medien als Privateigentum organisiert sind oder im Fall der öffentlich-rechtlichen Anstalten unter der staatlichen Kontrolle stehen, welche wiederum das Privateigentum schützt. Hinter dieser Vorstellung steckt der Basis-Überbau-

¹ Dies ist nicht der erste Versuch, Fake News aus konstruktivistischer Perspektive zu analysieren (vgl. Herczeg 2019; Mitterer 2019; Schmidt, M. 2017; Schmidt, S.-J. 2017; Zimmermann und Kohring 2018), aber bisher wurde noch kein Anschluss an eine kritische Kommunikationswissenschaft gesucht.

Relativismus, welcher davon ausgeht, dass die Besitz- und Produktionsverhältnisse (Basis) den ideologischen Überbau bestimmen. Relativismus nenne ich das Verhältnis deshalb, weil sich je nach historischer Verfasstheit der Besitz- und Produktionsverhältnisse (bzw. *relativ* dazu) die Ideologie verändert. Fällt der Klassengegensatz in einer nachrevolutionären Gesellschaft weg, müsste folglich auch die Notwendigkeit für deren ideologischen Überbau wegfallen.

Die offene Frage bleibt jedoch, ob es ideologiefreie Massenkommunikation überhaupt geben kann (derzeit kann es sie bei den herrschenden Verhältnissen nicht geben). Daraus ergeben sich Folgefragen:

- Ist ein ideologiefreier Standpunkt nötig, um einen ideologischen Standpunkt kritisieren zu können bzw. welche Prämissen sind notwendig, um Ideologiekritik betreiben zu können?
- Ist ein richtiges Bewusstsein erforderlich, um ein falsches Bewusstsein identifizieren und kritisieren zu können?
- Wie ist dieses richtige Bewusstsein herzustellen?
- Ist es objektiv, fallibel und somit kritisierbar?
- Ist dieses richtige Bewusstsein durch den (richtigen) Klassenstandpunkt zu erreichen (Stichwort Standpunktwissenschaft)?
- Kann das richtige gesellschaftliche Bewusstsein institutionalisiert werden in Form eines Systems der Massenkommunikation, oder ist eine Institutionalisierung in einer klassenlosen Gesellschaft weder notwendig noch praktikierbar?

Diese und weitere mögliche Fragen im Anschluss müssten eigentlich von einer historisch-materialistischen Theorie positiv beantwortet werden können. Wenn positive Antworten jedoch aus einer historisch-materialistischen Perspektive nicht möglich sein sollten, oder wenn man aus einer anderen Perspektive diesbezüglich keine positiven Antworten geben will, dann muss geklärt werden, ob auch bei Verneinung dieser Fragen Ideologiekritik prinzipiell möglich ist. Dies soll im Folgenden aus einer völlig anderen – nämlich konstruktivistischen – Perspektive gezeigt werden. Dabei muss offen und einer vergleichenden Analyse vorbehalten bleiben, ob eine solche reduzierte Ideologiekritik dann zu ähnlichen oder zu unterschiedlichen Ergebnissen führen würde.

2 Kontingenz(erfahrung): Die konstruktivistische Perspektive

Im Unterschied zum erkenntnistheoretischen Realismus lässt sich der Konstruktivismus nicht auf ein emphatisches Wahrheitsverständnis ein, schon gar nicht, wenn Wahrheit als Abbild von Realität – im Unterschied etwa zum Wahrheitsverständnis als Konsens über die Wirklichkeit – aufgefasst wird. Was genau wird abgelehnt? Zum einen wird die Vorstellung von der Wahrheit von Tatsachenbehauptung als Übereinstimmung zwischen Tatsachenbehauptung und Tatsachen (Wirklichkeit bzw. Wirklichkeitsausschnitte) verworfen, weil dieser Zusammenhang zwar einen direkten Zugang zur Wirklichkeit suggeriert, aber verschleiert, dass dieser wiederum sprachlich vermittelt ist und letztlich auf der sprachlichen Reduktion (Konstruktion) von Sinneseindrücken beruht. Diese Sinneseindrücke sind ihrerseits direkt abhängig von den psychischen und biologischen Operationen des Gehirns, das diese überhaupt erst zu einem Gesamtbild zusammenfasst. Letztlich kann man aus konstruktivistischer Perspektive nur von einem unendlichen Regress sprechen; das Original – die Wirklichkeit selbst – wird immer nur sinnlich-psychisch oder sprachlich-kommunikativ *erfahren*, sodass die *Erfahrungswirklichkeit* und nicht eine als ontisch gegeben angenommene Wirklichkeit die eigentlich maßgebliche Instanz für Erkenntnis ist. Ontologisch kann der Konstruktivismus folglich nur neutral bleiben, also auch nicht behaupten, es gäbe die Wirklichkeit nicht oder sie könne nicht erfahren werden, weil man das Jenseits der Erfahrung nicht überprüfen kann; es bleibt eine metaphysische Inferenz – oder kritisch ausgedrückt: eine Illusion (anschaulich bei von Glasersfeld 1987, 411-413).

Konstruktivist*innen benutzen den nicht-ontologischen, pragmatisch abgeschwächten Realitäts- und Wahrheitsbegriff der „Viabilität“, um zu praktisch „gangbaren“, akzeptablen Aussagen zu kommen. Dieser erkenntnistheoretische Rückzug macht es jedoch erforderlich, die Relation zwischen Erkennendem und Erkanntem stets mitzudenken und auszuweisen. Die strikte Beobachterrelativität ist das zentrale Charakteristikum des Konstruktivismus (vgl. ausführlich bei Schmidt 1987).

Im Prinzip sollte diese Position mit wissenschaftlichen Ansätzen, die sich als Standpunktwissenschaften verstehen, vereinbar sein. So nimmt Karl Marx den (Klassen-)Standpunkt des Proletariats ein, aus dessen Per-

spektive heraus Geschichte und die Überwindung des Klassenantagonismus konzeptionell gedacht wird und in der politischen Praxis umgesetzt werden soll. Ähnlich nimmt der Feminismus die Perspektive der Frau ein, um aus dieser Position heraus die bestehenden herrschaftlichen (patriarchalischen) Geschlechterverhältnisse zu kritisieren und diese letztlich zugunsten eines emanzipatorischen Geschlechterverhältnisses zu überwinden. Dies ist bei aller Unterschiedlichkeit zwischen materialistischen Geschlechtertheorien und der sozialkonstruktivistischen Genderforschung ein gemeinsamer Nenner.

Das Problem, das sich meines Erachtens aus der strikten Standpunktbezogenheit ergibt, ist, dass dieser Standpunkt seinerseits kontingent ist. Ein universeller Wahrheitsanspruch lässt sich damit nur schwerlich begründen, will man nicht in einen Klassenimperialismus (analog zum Kulturimperialismus der westlichen Welt) verfallen. Man kann daraus folgern, dass das epistemisch „wahre“ und normativ „richtige“ (universell gemeinte und universell gültige) Bewusstsein nicht nötig ist, weil das Bewusstsein sowieso standpunktabhängig ist, biologisch, psychisch, sozial (gesellschaftlich).

Die üblicherweise hier einsetzende Kritik am (vermeintlichen) Subjektivismus, Voluntarismus und Arbitrarismus des Konstruktivismus² ist meines Erachtens völlig überzogen. Und dies aus zwei Gründen: Zum einen ist die Erkenntnistheorie des Konstruktivismus, also deren Standpunkt, ein kollektiver Standpunkt. Dieser ist also nicht willkürlich, sondern ausgehandelt, weil er auf Vereinbarung beruht, also im besten Sinn deliberativ ist. Zum anderen ist die Reflexion des Standpunktes, also die Einnahme einer Metaperspektive statt einer blinden Ausführung des Standpunktes geradezu notwendig. Wer einen Standpunkt einnimmt und dies weiß bzw. ein Bewusstsein von dieser Standpunkthaftigkeit hat, wird von sich aus bereits zur Reflexion des Standpunktes genötigt. Abgesehen davon wird der Standpunkt aus anderen Standpunkten heraus stets kritisiert oder in Frage gestellt, wodurch ebenfalls ein Reflexions- und Legitimationszwang entsteht.

² Die folgenden Kritikpunkte am (radikalen) Konstruktivismus werden systematisch ausgeführt in Nüse et al. (1995) und in Hanisch (2009). Die Position des (radikalen) Konstruktivismus wird in Loosen und Scholl (2017) und in Pörksen und Scholl (2011) entwickelt.

Ein zweiter Kritikpunkt ist ebenfalls völlig überzogen, nämlich der des Relativismus: Die Einnahme eines Standpunktes impliziere, dass auch die Einnahme anderer Standpunkte genauso gut oder legitim sei, ansonsten dürfe man sich nicht auf die Standpunkthaftigkeit des eigenen Standpunktes berufen, sondern müsse universelle Geltungsansprüche erheben, welche über den eigenen Standpunkt hinausgehen. Der Denkfehler dieser Kritik besteht darin, dass Relativität mit Gleichgültigkeit (Achtung: im doppelten Wortsinn als Resignation oder als Gleichwertigkeit) gleichgesetzt wird. Aus der Unterschiedlichkeit von Standpunkten folgt jedoch keineswegs, dass alle Standpunkte die gleiche Berechtigung haben. Auch wenn es aus konstruktivistischer Perspektive keine übergeordnete, standpunktübergreifende Position gibt, da auch universalistische Geltungsansprüche jeweils an den Beobachter geknüpft sind (Glaserfeld 2009), ist gerade der Streit über die Positionen, Perspektiven und Standpunkte das, was eine vollständige Gleichheit unwahrscheinlich macht. Das bedeutet im Umkehrschluss nicht, dass sich der bessere, legitimere, menschenfreundlichere Standpunkt durchsetzt. Aber es gibt eine Chance, dass bestimmte Standpunkte überzeugender sind als andere. Man muss also nicht kalten Sozialdarwinismus unterstellen, in dem sich der Stärkere durchsetzt, denn der sich durchsetzende Standpunkt kann auch im Sinn Habermas' das bessere Argument gehabt haben.

3 Fake News als Ideologie

Die übliche Kritik am Konstruktivismus lautet in Bezug auf Fake News, dass diese aus konstruktivistischer Perspektive nicht als Fake News erkennbar und kritisierbar seien, weil man im Konstruktivismus nicht zwischen richtigen, wahren Tatsachen und Fake News unterscheiden könne. Dazu ist zuerst eine Begriffsklärung notwendig (vgl. Tabelle 1), die mindestens zwei Dimensionen von falschen Informationen umfasst: die Intentionalität und die Ideologie ihrer Verbreitung. Das Gegenteil von bestätigten, wahren Tatsachen ist demnach nicht (allein) Fake News, weil

falsche Tatsachenaussagen auch einfach Fehler oder Irrtümer sein können, also unabsichtlich falsch sind.³ Unter Fake News wird üblich nur die Gruppe der Falschaussagen eingeordnet, die absichtlich herbeigeführt werden, also Falschaussagen wider besseren Wissen. Sie sind intentional falsch und nicht versehentlich falsch. Das heißt aber immer noch nicht, dass sie ausschließlich dem Zweck dienen, Propaganda für die eigene Ideologie zu machen und über die eigentlichen Kommunikationszwecke zu täuschen. Fake News werden nämlich auch satirisch zu emanzipatorischen Zwecken eingesetzt, nämlich zur Entlarvung von ideologischer Herrschaftskommunikation (Kommunikationsguerilla): Dabei werden Fakes benutzt, um Verwirrung zu stiften und herrschaftliche Kommunikationsweisen bewusst zu machen, sodass diese kritisiert und gegebenenfalls überwunden werden können.

Tab. 1: Klassifizierung von falschen Informationen

falsche Informationen →		intentional	nicht-intentional
↳	ideologisch	Propaganda (1)	Fehlverständnis, Mitläufertum (2)
	nicht-ideologisch	Satire/Aufklärung (3)	Irrtum, Fehler, Versehen (4)

Die gegenwärtige Debatte um Fake News dreht sich stets um die Bedeutung wie in Feld 1⁴, wohingegen Feld 2 weitgehend unbestimmt bleibt:

³ Wie umstritten, also kontingent, die Demarkation von Irrtum und Propaganda sein kann, zeigt die merkwürdige Auffassung von Marc Zuckerberg, geäußert im Kontext der Kontroverse um das Löschen von Facebook-Beiträgen. Demnach wüssten Holocaustleugner nicht immer, dass sie im Irrtum seien, verfolgten deshalb also nicht immer propagandistische Interessen. Es ist zwar kaum nachvollziehbar, wie ausgerechnet in diesem Themenfeld Intentionalität und Propagandaabsicht vermeidbar sein soll. Zudem kann man Zuckerberg wiederum Geschäftsinteresse unterstellen, sodass das Argument ebenfalls strategisch motiviert ist. Jedoch macht das Argument deutlich, dass die Trennlinie zwischen Irrtum und Propaganda begründungsbedürftig ist und einer sorgfältigen Entwicklung von Kriterien bedarf. Quellen: <https://www.recode.net/2018/7/18/17575156/mark-zuckerberg-interview-face-book-recode-kara-swisher> und <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-mark-zuckerberg-will-beitraege-von-holocaust-leugnern-nicht-entfernen-a-1219146.html>.

⁴ Aus einer Synopse von Definitionen der einschlägigen Forschungsliteratur entwickeln Zimmermann und Kohring (2018) eine umfassende und kommunikationstheoretisch begründete Definition von Fake News als aktuelle Desinformation. Zu deren Kritik aus konstruktivistischer Perspektive vgl. Scholl und Völker (2019).

Man kann unabsichtlich Propaganda weiterverbreiten, wenn die Zustimmung zu ihr einem Irrtum im Verständnis und in der Interpretation unterliegt. Nur Feld 4 ist im engeren Sinn keine Fake News, weil die Fehlerhaftigkeit der Information versehentlich und irrtümlich erfolgt.

Kompliziert wird die Debatte, wenn Fake News nicht nur in ihrer Intentionalität und in ihrer Ideologie bestimmt werden müssen, sondern wenn sie metakommunikativ als Vorwurf verwendet wird. Ausgerechnet diejenigen, die die Wahrheit, Objektivität, Transparenz, Überprüfung ihrer Tatsachenbehauptungen oder Interpretationen selbst nicht für relevant und legitimationsbedürftig halten, mithin nicht ernsthaft argumentieren (wie der US-Präsident Trump oder wie Politiker der AfD), sondern bloß propagieren, sind schnell bei der Hand, anderen Kommunikatoren das Verbreiten von Fake News vorzuwerfen („Lügenpresse“, „Lückenpresse“, „Systempresse“ ...). Der Vorwurf, Fake News zu verbreiten, wird allerdings nicht nur von Rechtspopulisten und Verschwörungsideologen benutzt, sondern auch von Regierungen und deren Ausführungsorganen (z. B. von der Polizei gegenüber Protestbewegungen), also von herrschenden Instanzen, um dissidente Positionen zu diskreditieren und zu delegitimieren. Schließlich sind auch die etablierten Medien Urheber von Fake News (etwa die Fotofälschung der BILD-Zeitung und deren Rechtfertigungsversuche, vgl. Kruse 2014).

Spätestens an dieser Stelle wird deutlich, dass der Vorwurf, Fake News zu verbreiten, selbst der Legitimation und Überprüfung mit Hilfe von empirischen Belegen im Rahmen eines praktisch-politischen Diskurses, bedarf, soll er nicht auf bloßer Autoritätsgläubigkeit (institutionalisiertes konsensualisiertes Alltagswissen) oder auf der propagandistischen Absicht der Ablenkung von eigenen argumentativen Schwächen beruhen.

Aber selbst dieser Sachverhalt ist metakommunikativ ein Politikum, weil bereits das Sich-Einlassen auf jeglichen Fake-News-Vorwurf zu einer Legitimationsspirale der Konsensaufkündigung führt. Es stellt sich zum Beispiel die Frage, ob allein die Existenz von Holocaustleugnern es notwendig macht, einen Faktencheck zum Holocaust zu erstellen und zu kommunizieren. So geschehen im schwedischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk SVP. Dies führte nämlich zu einer politischen Metadebatte, dass gerade durch den (neuerlichen) Beweis des Selbstverständlichen und längst Bewiesenen einer Legitimationsherausforderung Entgegenkommen kommuniziert werde, was indirekt und ungewollt genau diese Position zumindest teilweise ihrerseits legitimiere: Wenn man ernsthaft die

Fakten zum Holocaust prüft, signalisiert man, dass man den Zweiflern an diesen bereits hinreichend überprüften Fakten, also den Holocaustleugnern, zumindest insoweit entgegenkommt, als man ihren Zweifel für diskussionswürdig hält, und zwar unabhängig von der eindeutigen propagandistischen Intention. Man tut also so, als gälte es einen Fehler oder Irrtum aufzuklären, und ignoriert dabei, dass dieser vermeintliche Irrtum ausschließlich dazu dient, eine bestimmte Propaganda zu verbreiten, um sich Herrschaft zu sichern (Wolff 2018, 12).⁵ Es wäre zu einfach, würde man den SVP nur für seine Naivität der kostenlosen Legitimationsbeschaffung kritisieren, denn man kann pro SVP argumentieren, dass man die Holocaustleugner selbst zwar nicht mehr argumentativ erreichen kann, aber die eigentliche Zielgruppe des Faktenchecks vielmehr diejenigen sind, die von der Position der Holocaustleugner fasziniert sind oder in irgendeiner Weise damit in Berührung gekommen sind, die aber noch prinzipiell für andere Argumente und Fakten offen sind. Möglicherweise ist die Korrektur oder Nichtkorrektur von propagandistisch verbreiteten Fake News generell und nicht nur in diesem konkreten Fall⁶ eine Dilemmasituation, die der reflexiven Spirale der Metakommunikation geschuldet ist. Solche Metakommunikationen müssen also nicht unbedingt propagandistische Ablenkungsmanöver vom eigentlichen Sachverhalt sein, sondern können gerade diesen durch den Kontext, den sie schaffen, deutlicher zur Geltung bringen, indem sie auf die jeweilige Beobachterinstanz im Diskurs zurückverweisen. Der Konstruktivismus sensibilisiert für die Implikationen dieser Beobachterabhängigkeit:

- Die Richtigkeit von Fakten steht nicht von vornherein fest, sondern ist das Ergebnis eines (gesellschaftlichen) Diskurses. Dementsprechend sind alle Tatsachenbehauptungen kontingent, also nicht eindeutig wahr oder falsch. Holocaustleugner und Revisio-nisten argumentieren historisch scheinbar wissenschaftlich faktenorientiert, allerdings immer einseitig zur Unterstützung ihrer Thesen. Die den eigenen Thesen widersprechenden Fakten werden entweder nicht berücksichtigt oder so uminterpretiert, dass sie zu

⁵ Es kann an dieser Stelle offen bleiben, ob Holocaustleugner neben ihrer Propagandaabsicht tatsächlich an die Nichtexistenz des Holocaust bzw. der Shoah glauben oder ob sie absichtlich lügen, also Falschinformationen wider besseres Wissen verbreiten.

⁶ Wie man mit Fake News kritisch umgeht, darüber wird intensiv debattiert; dabei werden ethische und effektive Aspekte angesprochen (vgl. Wenzel 2019)

den Thesen passen und sie scheinbar bestätigen. Schon aufgrund dieser propagandistischen, ideologischen, sich gegenüber Kritik immunisierenden statt wissenschaftlich prüfenden Argumentationsweise kann man an der Wahrheit der propagierten Fakten und der Wissenschaftlichkeit der Argumentation zweifeln. Die Falschheit der Tatsachenbehauptungen von Holocaustleugnern selbst ergibt sich zudem kommunikativ daraus, dass die den Holocaust beschreibende und beweisende Geschichtswissenschaft die besseren Argumente hat (glaubwürdige Zeugen und Quellen, authentisches Filmmaterial, kritisch-rationales wissenschaftliches Vorgehen usw.).

- Die Richtigkeit von Fakten lässt sich auch insofern nicht eindeutig entscheiden, als Fakten stets in einen Kontext eingebunden und damit interpretationsbedürftig sind. „Harte“ Fakten als wahre Tatsachenaussagen und ihre „weiche“ Interpretation als kontingente Bedeutungszuweisungen (zu diesen Fakten) unterscheiden sich in diesem Verständnis (nur) graduell. Schon wenn der einzelne Fakt in einen Kontext gestellt wird, ist er interpretativ eingebettet: Dazu gehört bereits die Relevanz oder Hervorhebung des Fakts gegenüber anderen Fakten, also dessen Selektion aus einer Vielzahl möglicher Fakten, sowie die unterschiedlichen Möglichkeiten, den Fakt zu verstehen.

Die kategorische Trennung zwischen Fakt und Interpretation ignoriert dagegen die Beobachterabhängigkeit auch der scheinbar härtesten Fakten oder hält sie für irrelevant. Der Konsens über Fakten ist nichts anderes als das Produkt des Konsenses über die Tatsache und ihre Interpretation oder anders: Als Tatsachen akzeptierte Fakten sind zum Konsens gewordene Interpretationen. Kontingenz kann diesen Konsens jederzeit in Frage stellen. Die Legitimation dieser Kontingenz ist wiederum im praktischen Diskurs zu klären (siehe das obige Beispiel zum Faktencheck in Bezug auf den Holocaust). Der interpretatorische Toleranzbereich oder Spielraum ist beim Rekurs auf Fakten sicher enger als bei Meinungskundgaben⁷, jedoch sind auch Fakten durch Perspektivität

⁷ Umgekehrt ist bei Meinungskundgaben zu oder Einschätzungen von Fakten der Spielraum auch nicht beliebig breit. Krüger (2018) weist diesbezüglich zu Recht darauf hin,

gekennzeichnet, die kommunikativ im Diskurs thematisiert und problematisiert werden kann.

- Beobachtung meint im konstruktivistischen Verständnis zweierlei: zum einen Distanz zum Beobachteten und den Beobachtern, zum anderen Involviertheit in den Zusammenhang von Beobachtung und Beobachtungsergebnis. Demnach ist auch die Beobachtung des Beobachters beim Beobachten, also die Beobachtung zweiter Ordnung, eine Beobachtung, also abhängig vom Standpunkt des Beobachters und damit keinesfalls eine privilegierte, höherwertige Form des Beobachtens.⁸ Durch die Reflexivität des Beobachtens tritt aber die Relationalität des Beobachtens zumindest punktuell in Erscheinung. In Bezug auf die Beurteilung von Fake News impliziert dies, dass man nicht vorschnell Fakten für wahr halten kann, die mehrheitlich so gesehen werden oder die der eigenen Einstellung bzw. Überzeugung entsprechen. Der Konstruktivismus macht deutlich, dass das Für-Wahr-Halten von Fakten von zahlreichen Faktoren abhängt, die dieses als Produkt der Wahrheitsattribution bestimmen. Methodisch führt diese Position weg vom Vergleich zwischen Tatsachenbehauptung und Tatsache selbst (Korrespondenz) hin zur Beobachtung von Tatsachenbehauptung (Kohärenz, Konsens).

Dies bedeutet aber nicht, dass Konsens oder Kohärenz als hinreichende Ersatzkriterien für Korrespondenz als Wahrheitskriterien gelten können, denn man kann sich auch kollektiv irren oder kohärent dogmatisch argumentieren. Das konstruktivistische Ersatzkriterium für Wahrheit, Viabilität, bleibt also notwendig vage und latent, weil die Perspektive und der interpretative Spielraum auch von Fakten einbezogen werden. Damit ist aber gerade nicht eine willkürliche Vagheit und beliebige Konstruktion impliziert, sonst

dass auch Deutungen bzw. Interpretationen mehr oder weniger angemessen sein können.

⁸ Gerade diese zweite Eigenschaft von Beobachtung als Verstrickung und Involviertheit wird in der Kritik am Konstruktivismus gerne ignoriert. Die Ausführungen von Maturana und Varela (1992, 255) hierzu sind aber eindeutig, dass der Beobachter stets ein verstrickter Beobachter ist. Daraus hat sich ein eigener Zweig des Konstruktivismus entwickelt, der als „enactivism“ bezeichnet wird (vgl. Varela et al. 1992).

wäre die Faktizität im Diskurs nicht gegenüber Fiktionalität abgrenzbar. Viabilität meint damit nur, dass im Diskurs vorläufig (zeitlich) von vielen Diskursteilnehmer*innen (sozial) bestimmte Fakten (sachlich) als richtig akzeptiert werden. Es ist also eher ein empirisches Kriterium zur Beschreibung eines Diskurses als ein normatives Kriterium zur Regulierung des Diskurses, wengleich es auch normativen Druck entfalten kann, weil ein permanentes Bezweifeln von Fakten im Diskurs eher als strategisches Manöver angesehen wird (wie es typisch ist für das Verhalten von Trollen).

- Bei faktischen Behauptungen wird im Diskurs in der Regel auf die Beobachterreferenz verzichtet, weil und wenn davon ausgegangen wird, dass Fakten (im Unterschied zu Meinungen) unabhängig von spezifischen und partikularen Beobachterpositionen wahr sind, sodass der Verweis auf die Beobachterposition redundant oder sogar schädlich für die Behauptung selbst wäre. Warum müsste man sonst auf die Beobachterabhängigkeit hinweisen, wenn man nicht von der Allgemeingültigkeit der Fakten überzeugt wäre? Hier käme also eine falsche Subjektivierung eines an sich objektiven Sachverhalts ins Spiel. Aus konstruktivistischer Perspektive kann man sich durchaus darauf einlassen, den Beobachterstandpunkt bei Fakten nicht permanent mitzukommunizieren („Ich behaupte, dass X.“ statt „X ist ...“).

Darin besteht der pragmatische (im Sinn von praktische und wirkungsbezogene) Charakter des Konstruktivismus: Der Alltagsrealismus der Beobachtung erster Ordnung wird nicht gezeugnet oder abgelehnt, weil Wirklichkeitskonstruktionen oft Common Sense und unproblematisch sind. Sobald jedoch entweder die Faktizität der faktischen Aussage oder deren Wahrheitsgehalt in Frage gestellt wird, wird die Referenz sichtbar und notwendig. Man muss dann Gründe, die für die Wahrheit der Behauptung sprechen, angeben (können). Wenn in einem Diskurs über Fakten und deren Faktizität der Vorwurf der Fake News eingebracht wird, reden wir nicht mehr über die unterstellte Falschheit allein, sondern zusätzlich über den Ideologieverdacht der absichtlichen Fälschung, Manipulation, Täuschung und Propagandaabsicht dessen, der Fake News produziert und verbreitet.

Der Konstruktivismus ist demnach eine konsequent soziale bzw. sozialwissenschaftliche Erkenntnistheorie, weil er nichts außerhalb des Individuellen und Sozialen benötigt, um Erkenntnis zu begründen. Vielmehr entlarvt er Wahrheitsemphase durch die Position des Wahrheitspragmatismus⁹. Dies ist deshalb aber kein richtiges Bewusstsein. Und umgekehrt ist falsches Bewusstsein, also Ideologie, immer beobachterabhängig, wengleich nicht jede beobachterabhängige Beobachtung als Ideologie kritisiert werden muss und darf. Der Konstruktivismus kann und will folglich nicht selbst darüber urteilen, welches Gedankengut als ideologisch charakterisiert werden kann. Er erlaubt allerdings die Vermutung und den Verdacht von Ideologie, wenn bestimmte argumentative Bedingungen vorliegen, die man als strikte Leugnung der Kontingenz (TINA: There is no alternative) und der Begründungspflicht des eigenen Standpunkts zusammenfassen kann. Dies ist typisch für Propaganda. Das Urteil über den Ideologiegehalt einer Argumentation ist dann dem praktisch-politischen Diskurs vorbehalten.

Das Kritische des Konstruktivismus besteht darin, dass er Beobachtungen als solche (empirisch) registriert, was nicht bedeutet, (normativ) legitimiert. Es wird also nicht von vornherein eine bestimmte Beobachterperspektive selektiert, priorisiert, favorisiert und damit selbst der Kritik entzogen. Umgekehrt ist diese Kritik auch nicht bereits dadurch legitim, dass sie geäußert wird. Insofern kann auch die Kritik der Kritik unterzogen werden, was man als Reflexivierung von Kritik bezeichnen könnte. Der Konstruktivismus gibt keine normativen Maßstäbe vor, wonach diese Kritik vorzugehen habe, wie man Recht im Diskurs bekommen könne usw. Er sensibilisiert nur für die Fallstricke der Beobachterabhängigkeit und der Kontingenz von Beobachtungen. Der Umgang mit Kontingenz bzw. mit Kontingenzerfahrung kann für ein erweitertes Verständnis von Kritik ebenfalls ein Beitrag zur Aufklärung und Emanzipation sein.

⁹ Der Begriff des Pragmatismus sollte nicht mit „Leichtfertigkeit“ oder mit einer Haltung des „Es-nicht-so-genau-Nehmens“ verwechselt werden, sondern in seinem philosophischen Kontext als praktische Wirksamkeit verstanden werden.

4 Konstruktivistische Lehren und Probleme

Das pragmatische Viabilitätskriterium im Radikalen Konstruktivismus schwächt das emphatische Wahrheitskriterium der Korrespondenztheorie in zweierlei Hinsicht ab: Zum einen benötigt es nicht die metaphysische Voraussetzung der direkten Zugänglichkeit einer ontisch vorgegebenen Wirklichkeit; zum anderen lässt es verschiedene, mitunter sogar widersprüchliche Wahrheitswerte zu, sofern diese pragmatisch zum Ziel führen. Man muss Viabilität deshalb aber nicht utilitaristisch deuten, da es sich um ein Diskursprodukt handelt, das kommunikativ zustande kommt und so seine Wirkung entfaltet. Es ist widerspruchssensibel und nicht durchsetzungsorientiert.

Wenn registriert wird, dass es selbst zu hochgradig konsensfähigen Tatsachenbehauptungen noch Widersprüche gibt, heißt das nicht, diese auch zu legitimieren, sondern es ist ein Aufruf zur Prüfung und Legitimierung aller Beobachterstandpunkte, inklusive der begründeten Verweigerung von Legitimierung wie am Beispiel des schwedischen Rundfunks gezeigt werden sollte.

Die Auseinandersetzung mit Fake News als einem Gegenstand im praktischen Diskurs sollte deutlich machen, dass Konstruktivismus durch den konsequenten Einbezug der Beobachtungsinstanz die Reflexion der Beobachtung und deren Kommunikation erzwingt. Tatsachenbehauptungen werden dadurch unter Legitimationsdruck gebracht und bedürfen der Beweisführung (die sich allerdings nicht auf die bloße Behauptung von Evidenzen beschränken kann und darf). Durch den so entstehenden kommunikativen Aufwand wird Zeit „gewonnen“ (für die Reflexion) oder „verbraucht“ (auf Kosten der praktischen Handlung). Daraus entsteht zugleich die Stärke des Konstruktivismus, dass er den rationalen Diskurs befördert, wie eine Schwäche, insofern als dieser Diskurs zum Selbstzweck ausarten kann – diese Ambivalenz teilt der Konstruktivismus mit Habermas' Diskurstheorie. Es stellt sich nämlich ganz praktisch die Frage, inwiefern überhaupt ein Diskurs über bestimmte Positionen geführt werden soll, wenn oder weil diese Positionen unmittelbar als propagandistisch erkennbar sind und in einem Diskurs zur Klärung von Wahrheitsansprüchen theoretisch wie praktisch deplatziert sind. Selbstverständlich sollte ein Diskurs nicht mutwillig oder voreilig abgebrochen werden. Wenn der Verdacht aufkommt, dass es nur um Propaganda statt um Ar-

gumentation geht, sollte vielmehr zunächst und zumindest versucht werden, dies in einem Meta-Diskurs (Diskurs über Diskursregeln, Diskursziele usw.) zu klären.

Der Konstruktivismus ist folglich insofern hilfreich, als er durch die erkenntnistheoretische Fundierung immer wieder für die Konstruktion von Gewohnheiten, Naivitäten, Dogmen usw. sensibilisiert und sie damit kontingent macht. Er liefert jedoch keine externen Kriterien für den Streit um erkenntnistheoretische Fragen, sondern verweist auf die Verantwortlichkeit der Beobachtungsinstanz für ihre Beobachtungen zurück, ist also eine bloße Selbstsensibilisierungstheorie und keine Handlungsentlastungsinstitution. Letztlich hängt es vom praktischen Gebrauch des Konstruktivismus ab, ob man sich in praktischen Diskursen durch die Verwicklung in Pseudoargumentationen instrumentalisieren lässt und damit ungewollt und indirekt affirmativ handelt, was man jedoch erst einmal erkennen muss. Oder ob man den Konstruktivismus als Kritikinstrument benutzt und das Ideologische an einer Argumentation herausarbeitet und damit emanzipatorisch handelt.

Hieran lassen sich beispielhaft herrschaftskritische Anschlussfragen und -probleme theoretisch und empirisch behandeln:

- Wenn Fake News ein generelles gesellschaftliches Klima der epistemischen Unsicherheit erzeugen, welche Machtmechanismen stecken dahinter?
- Wenn durch Fake News eine Spirale der epistemischen Konsensaufkündigung in Gang gesetzt wird, wie lässt sich ein Diskurs etablieren, der die Strategie propagandistischer Herrschaftsausübung zumindest einhegen kann oder ein Gegengewicht zu ihr erzeugen kann?
- Welche epistemische und politische Rolle spielen Einrichtungen, die Faktenchecks betreiben?

Eine kritisch-theoretisch angeleitete kommunikationswissenschaftliche Analyse solcher Problemfelder könnte konstruktivistisch inspiriert und bereichert werden, ohne ihren kritischen Gehalt einzubüßen. Ernst von Glasersfeld (2009) hat seinen (radikalen) Konstruktivismus nicht ohne Grund in die Nähe des erkenntnistheoretischen (und implizit auch des politischen) Anarchismus gerückt.

Literatur

- Fuchs, Christian. 2008. „Sociology, Dynamic Critical Realism, and Radical Constructivism. Open Peer Commentary on Ernst von Glasersfeld: Who Conceives of Society?“ *Constructivist Foundations* 3 (2): 97-99. <https://constructivist.info/3/2/059.glasersfeld>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Glasersfeld, Ernst von. 1987. „Siegener Gespräche über Radikalen Konstruktivismus“. In *Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus*, herausgegeben von Siegfried J. Schmidt, 401-440. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Glasersfeld, Ernst von. 2009. „Relativism, Fascism, and the Question of Ethics in Constructivism“. *Constructivist Foundations* 4 (3): 117-120.
- Hanisch, Detlef Arthur. 2009. *Darstellung und Kritik des Konstruktivismus aus kritisch-rationaler Perspektive. Zur Frage nach der Existenz der Realität und ihrer objektiven Erkennbarkeit*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Herczeg, Petra. 2019. „Wie wirklich sind die Fakten? Von der De-konstruktion zur Fälschung“. In *Radikaler Konstruktivismus. Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Ernst von Glasersfeld (1917-2010)*, herausgegeben von Theo Hug, Josef Mitterer und Michael Schorner, 231-248. Innsbruck: Innsbruck University Press.
- Herman, Edward S., und Noam Chomsky. 2002. *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Holzer, Horst. 1973. *Kommunikationssoziologie*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Horkheimer, Max, und Theodor W. Adorno. 2002 [1944]. *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente* (Erstauflage 1944). Frankfurt am Main: Fischer.
- Hund, Wulf D., und Bärbel Kirchoff-Hund. 1980. *Soziologie der Kommunikation*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Kepplinger, Hans Mathias. 1990. „Realität, Realitätsdarstellung und Medienwirkung“. In *Fortschritte der Publizistikwissenschaft*, herausgegeben von Jürgen Wilke, 39-55. Freiburg, München: Verlag Karl Alber.
- Krüger, Uwe. 2018. „Fake News und Propaganda als Themen für die Kommunikationswissenschaft“. *Aviso* 66, 7-8. https://www.dgpuk.de/sites/default/files/Aviso%2066_01-2018_0.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Kruse, Tobias. 2014. Ein Schlagstock macht Schlagzeilen. Trugbilder, Teil II: Ein bisschen beschneiden, ein paar suggestive Begriffe – und schon hat ein Foto eine neue Wirkung. Die Bild-Zeitung zeigt, wie es geht. *Fluter* vom 21.11.2014, <https://www.fluter.de/ein-schlagstock-macht-schlagzeilen>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Loosen, Wiebke, und Armin Scholl. 2017. „Journalismus und (algorithmische) Wirklichkeitskonstruktion. Epistemologische Beobachtungen“. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 65 (2): 348-366.
- Maturana, Humberto R., und Francisco J. Varela. 1992. *The Tree of Knowledge: The Biological Roots of Human Understanding* (revised edition). Boston (Mass): Shambhala Publications.

- Mitterer, Josef. 2019. „The Fake News Debate. Brief Comments“. In *Radikaler Konstruktivismus. Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Ernst von Glasersfeld (1917-2010)*, herausgegeben von Theo Hug, Josef Mitterer & Michael Schorner, 217-230. Innsbruck: Innsbruck University Press.
- Nüse, Ralf, Norbert Groeben, Burkhard Freitag, und Margrit Schreier. 1995. *Über die Erfindungen des radikalen Konstruktivismus. Kritische Gegenargumente aus psychologischer Sicht*. Weinheim: Deutscher Studien-Verlag.
- Pörksen, Bernhard, und Armin Scholl. 2011. „Entgrenzung des Journalismus: Analysen eines Mikro-Meso-Makro-Problems aus der Perspektive der konstruktivistischen Systemtheorie“. In *Ebenen der Kommunikation. Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Thorsten Quandt und Bertram Scheufele, 25-53. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schmidt, Malte G. 2017. „Back to the Future. (Popmusik-)Journalismus im neuen faktischen Zeitalter (Journalism on pop music in the new factual era)“. *medien & zeit: Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart* 32 (4): 34-47.
- Schmidt, Siegfried J. 1987. „Der Radikale Konstruktivismus: Ein neues Paradigma im interdisziplinären Diskurs“. In *Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus*, herausgegeben von Siegfried J. Schmidt, 11-88. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schmidt, Siegfried J. 1994. „Die Wirklichkeit des Beobachters“. In *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Klaus Merten, Siegfried J. Schmidt und Siegfried Weischenberg, 3-19. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schmidt, Siegfried J. 2017. „Konstruktivismus: ein Pate des Fake_Ismus?“ *medien & zeit: Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart* 32 (4): 33.
- Scholl, Armin, und Julia Völker. 2019. „Fake News, aktuelle Desinformation und das Problem der Systematisierung. Anmerkungen zum Aufsatz von Fabian Zimmermann & Matthias Kohring ‚Fake News‘ als aktuelle Desinformation – systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs.“ *Medien & Kommunikationswissenschaft* 67 (2): 206-214.
- Sokal, Alan, und Jean Bricmont. 2001. *Eleganter Unsinn. Wie die Denker der Postmoderne die Wissenschaften mißbrauchen*. München: dtv.
- Städtler, Michael. 2016. „Materialistische Grundlagen kritischer Gesellschaftstheorie“. In *Aufsätze zur Ideologiekritik*, herausgegeben vom AStA der Uni Münster, 13-27. Münster: AStA-Druckerei.
- Varela, Francisco J., Evan Thompson, und Eleanor Rosch. 1992. *The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience*. Cambridge (Mass), London: MIT Press.
- Wenzel, Andrea. 2019. „To Verify or to Disengage: Coping with ‚Fake News‘ and Ambiguity“. *International Journal of Communication* 13, 1977-1995.
- Wolff, Reinhard. 2018. Gibt es zum Holocaust noch was zu klären? *taz* vom 16. Juli 2018, 12.
- Zimmermann, Fabian, und Matthias Kohring. 2018. „‚Fake News‘ als aktuelle Desinformation. Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs“. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 68 (4): 526-541.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Ideologiekritik als Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen. Zum ideologiekritischen Potenzial der Habermas'schen Theorie

Floris Biskamp

Keywords: Ideologie, kritische Theorie, Jürgen Habermas, systematisch verzerrte Kommunikation

Abstract

Der Begriff der Ideologie, traditionell verstanden als falsches Bewusstsein, hat für die kritische Theorie zentralen Stellenwert. Nur unter Rückgriff auf diese Kategorie kann sie erklären, warum Herrschaft nicht nur fortbesteht, sondern oft sogar die Zustimmung der Beherrschten findet. Jedoch wird Ideologiekritik immer wieder vorgehalten, die Kriterien, nach denen sie bestimmte Bewusstseinsformen als falsch ausweist, nicht benennen zu können. Jürgen Habermas' kommunikationstheoretisch reformulierte kritische Theorie bietet eine Möglichkeit, dieses Problem zu bearbeiten. Ideologiekritik wird dann als Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen interpretiert. Der vorliegende Beitrag erläutert das Potenzial dieser kommunikationstheoretischen Ideologiekritik und illustriert es am Beispiel gegenwärtiger Islamdebatten.

Biskamp, Floris. 2019. „Ideologiekritik als Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen. Zum ideologiekritischen Potenzial der Habermas'schen Theorie“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 66–84. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.4

1 Einführung

Gesellschaftskritik ist ein riskantes Unterfangen, denn sie beinhaltet ein wertendes Urteil über bestehende Verhältnisse, das schlicht falsch oder partikular mit allzu allgemeinen Anmaßungen sein könnte. Weitaus riskanter ist es jedoch, auf Gesellschaftskritik zu verzichten. Schließlich könnte es sein, dass Gesellschaft kritikwürdig ist, weshalb die Frage der Gesellschaftskritik systematisch, das heißt auch wissenschaftlich, bearbeitet werden sollte. Ideologiekritik ist ein besonders riskantes Unterfangen, denn sie beinhaltet ein wertendes Urteil über bestimmte Positionen und Weltbilder, die damit delegitimiert werden – wiederum ein Urteil, das schlicht falsch oder partikular mit allzu allgemeinen Anmaßungen sein könnte, sodass man die entsprechenden Positionen und Weltbilder zu Unrecht delegitimiert hätte. Weitaus riskanter wäre es jedoch, auf Ideologiekritik zu verzichten. Schließlich könnte es sein, dass es kritikwürdige Ideologien wirklich gibt und diese zur Stützung kritikwürdiger Verhältnisse beitragen. Deshalb sollte die Frage der Ideologiekritik ebenfalls systematisch, das heißt auch wissenschaftlich, bearbeitet werden und erweist sich als zentrales Element der Gesellschaftskritik.

Weil Ideologiekritik einerseits ein besonders wichtiges, andererseits aber auch ein besonders riskantes Unterfangen ist, hat die methodologische und theoretische Reflexion darüber, was Ideologie ist und nach welchen Kriterien sie als solche ausgewiesen werden kann, besondere Relevanz. Zu dieser Reflexion trage ich im Folgenden bei, indem ich zuerst darlege, welche Bedeutung dem Ideologiebegriff innerhalb der kritischen Theorie zukommt (Abschnitt 2) und dann zwei verschiedene Ideologiekonzepte innerhalb dieser Tradition skizziere – einerseits das klassische Konzept von Ideologie als falschem Bewusstsein (Abschnitt 3), andererseits das Konzept systematisch verzerrter Kommunikation aus der Habermas'schen Gesellschaftstheorie (Abschnitt 4). Dabei zeigt sich, dass letzteres aufgrund der intersubjektiven Anlage und der klaren Explizierung seiner Rationalitätskriterien deutliche Vorzüge hat. Abschließend skizziere ich seine Anwendung anhand der gegenwärtigen Islamdebatten (Abschnitt 5) und ziehe ein kurzes Fazit (Abschnitt 6).

2 Der Ideologiebegriff in der kritischen Theorie

Seit seiner ersten systematischen Verwendung im Frankreich des frühen 19. Jahrhunderts wurde der Ideologiebegriff auf höchst unterschiedliche Weise interpretiert (Adorno 1997, 457-477; Eagleton 1991). Gemeinsam ist den verschiedenen Verwendungsweisen allenfalls, dass sie auf die eine oder andere Weise auf Phänomene im Reich der Ideen zielen, auf Geisteswelt, auf Kultur. Im vorliegenden Beitrag beschränke ich mich auf die Verwendung des Ideologiebegriffs innerhalb einer spezifischen theoretischen Tradition, nämlich der kritischen Theorie der Gesellschaft. Diese verstehe ich genealogisch als eine Denktradition, die im Anschluss an Kant und Hegel von Marx über die „Frankfurter Schule“ bis hin zu verschiedenen neo-, post-, oder einfach nur marxistischen Autor*innen reicht, zu Habermas und darüber hinaus; im Folgenden orientiere ich mich jedoch zunächst schwerpunktmäßig an der kritischen Theorie in der Formulierung von Horkheimer und Adorno, dann an der von Habermas.

2.1 *Herrschaft, Vernunft und Autonomie*

Das Attribut „kritisch“ ist innerhalb dieser Tradition einerseits mit dem Begriff der Vernunft, andererseits mit dem Begriff der Herrschaft verknüpft. Im Anschluss an die Aufklärungsphilosophie wird Vernunft als kritisch prüfende Instanz verstanden, vor deren Urteil sich sowohl Theorien als auch gesellschaftliche Verhältnisse bewähren müssen. Entsprechend zielt die von der kritischen Theorie geübte Kritik nicht einfach darauf, Beschreibungen der Welt kritisch zu prüfen und dann ggf. durch bessere Beschreibungen zu ersetzen. Sie zielt auch darauf, die Einrichtung der Gesellschaft kritisch zu prüfen und ggf. in der kritischen Praxis durch eine bessere oder weniger schlechte zu ersetzen. Ebenfalls im Anschluss an die Tradition der Aufklärung ist die normative Richtschnur dabei die Selbstbestimmung mündiger Subjekte. Vernunft ist weder ein Privileg von Theoretiker*innen noch eine außerhalb der sozialen Welt stehende Instanz; sie ist in den Subjekten selbst verortet, und zwar in allen Subjekten. Entsprechend ist diesen vernunftbegabten Wesen nicht nur zuzutrauen, dass sie ihr Leben selbstbestimmt gestalten, eine entsprechende Einrichtung der Welt ist auch zu fordern. Herrschaft soll – je nach nach Begriffsverständnis und je Theoretiker*in – entweder abgeschafft oder auf

die für demokratische Selbstregierung unabdingbaren Formen reduziert werden.

2.2 *Die Funktion des Ideologiebegriffs in der kritischen Theorie*

Wenn den Subjekten Vernunft und Autonomie zugesprochen und diese in einen Gegensatz zur Herrschaft von Menschen über Menschen und zur Ausbeutung von Menschen durch Menschen gesetzt werden, wäre zu erwarten, dass Herrschaft und Ausbeutung nach und nach aus der Welt verschwinden oder auf ihre minimalen oder rechtfertigbaren Formen reduziert werden – gegebenenfalls in Abhängigkeit vom Stand der Produktivkräfte. Zumindest wäre zu erwarten, dass die Beherrschten oder Unterdrückten gegen Verhältnisse protestieren, in denen sie Herrschaft und Ausbeutung unterworfen sind. Die darüber hinausgehende Persistenz von Herrschaft und Ausbeutung ist entsprechend erklärungsbedürftig – das gilt umso mehr, wenn sie nicht auf offenem Zwang und Gewalt beruht, sondern von den beherrschten und ausgebeuteten Subjekten emphatisch bejaht wird.

Das Konzept der Ideologie liefert eine Erklärung: Ideologie führt zu einer teilweisen Aussetzung oder systematischen Verzerrung der Vernunftprüfung. Dadurch werden Herrschaft und Ausbeutung nicht als solche erkannt, sie vollziehen sich hinter dem Rücken der Subjekte und sind der Kritik entzogen. Sie werden mithin als Naturgegebenheiten verdinglicht oder explizit gutgeheißen. Damit reduziert sich auch das zu ihrer Aufrechterhaltung notwendige Ausmaß an Zwang und Gewalt. In dieser abstrakten Bestimmung wird zweierlei deutlich: Erstens muss Gesellschaftskritik immer auch Ideologiekritik sein: Wenn Ideologie Herrschaft und Ausbeutung gegen effektive Kritik abschirmt, muss sie selbst zum Gegenstand von Kritik gemacht werden, damit Gesellschaftskritik effektiv sein kann. Dabei muss Ideologiekritik auch reflexiv sein, das heißt, sie muss die Gefahr ernstnehmen, dass sie selbst ideologisch sein könnte. Damit wird auch deutlich, dass Ideologiekritik ein höchst anspruchsvolles Unterfangen ist, schließlich ist ihr Gegenstand nicht einfach nur eine Reihe von sachlich falschen Behauptungen über die Welt, die zu korrigieren wären, sondern eine Form der Suspendierung von Vernunft, die zur Aufrechterhaltung von Herrschaft beiträgt – den Nachweis zu führen, dass Ideologie in diesem Sinne vorliegt, ist keine triviale Aufgabe (Streckler 2012, 107-148; Iser 2011, 74-83; Jaeggi 2009, 64-65).

3 Ideologie als falsches Bewusstsein

Die oben formulierte abstrakte Bestimmung des Ideologieproblems lässt verschiedene Ausgestaltungen zu. In den klassischen kritisch-theoretischen Formulierungen wird Ideologie als eine bestimmte Form von Bewusstsein verstanden. Dieses Bewusstsein wird dabei genauer als „falsches Bewußtsein“ (Adorno 1997, 460) bzw. als „gesellschaftlich notwendiger Schein“ (Adorno 1997, 558) bzw. als „objektiv notwendiges und zugleich falsches Bewußtsein“ (Adorno 1997, 465) bestimmt.

3.1 *Was ist gesellschaftlich notwendiges, falsches Bewusstsein?*

Dabei ist es hilfreich, alle drei Komponenten genauer zu bestimmen: erstens Bewusstsein, zweitens Falschheit, drittens Notwendigkeit.

Der Bewusstseinsbegriff sollte nicht bloß psychologisch verstanden und mit dem Bewusstseinsinhalt in individuellen Gehirnen identifiziert werden. Für die Ideologiekritik relevanter sind kollektiv geteilte Formen von Bewusstsein im Sinne gesellschaftlich etablierter Vorstellungen – als Annäherung könnte man von „Geist“, „Kultur“, „Diskursinhalten“ oder „akzeptiertem Wissen“ sprechen. Diese sind von den Bewusstseinsinhalten der Individuen nicht zu trennen, aber doch mehr als deren bloße Summe.

Das Attribut „falsch“ wiederum meint nicht bloß, dass dieses Bewusstsein sachlich nicht haltbare Darstellungen der beobachtbaren Realität enthält. Dies kann eine Rolle spielen, aber „falsch“ muss zugleich weiter und enger gefasst werden. Enger ist es zu fassen, weil sachlich nicht haltbare Darstellungen der empirischen Realität nicht immer ideologisch sind. Sie sind es nur dann, wenn sie systematisch vorkommen und in einem Zusammenhang mit gesellschaftlichen Herrschaftsverhältnissen sowie ihrer Abschirmung gegen Kritik stehen. Solange sich ein solcher Zusammenhang nicht plausibel aufzeigen lässt, qualifizieren sich diese Fehldarstellungen nicht als Ideologie, sondern nur als Irrtümer oder Missverständnisse (vgl. Scholl in diesem Band) – auch dann, wenn sie kollektiv geteilt werden. Weiter ist der Begriff „falsch“ zu fassen, weil es nicht ausschließlich um Bewusstsein im Sinne von Wahrheitsansprüchen über die Beschaffenheit der empirischen Welt geht, sondern auch um Bewusstsein

im Sinne von Richtigkeitsansprüchen darüber, wie Gesellschaft eingerichtet sein sollte. Gesellschaftliche Normen, denen zufolge beispielsweise „Schulden nun einmal bezahlt werden müssen“ oder eine bestimmte Gruppe von Menschen von einer anderen Gruppe beherrscht wird und „niedere Arbeiten“ verrichten soll, sind keine Aussagen über die äußere Welt, die sich empirisch widerlegen ließen. Nichtsdestoweniger können auch diese Bewusstseinsformen im ideologiekritischen Sinne „falsch“ sein – dies gilt zumindest, wenn man davon ausgeht, dass auch normative Aussagen rationaler Kritik zugänglich sind und die Entscheidung für oder gegen Unterdrückung keine bloß idiosynkratische Geschmackssache ist. Darüber hinaus kann auch ein Bewusstsein, das ausnahmslos aus sachlich wahren Aussagen über die Welt besteht, ideologisch bzw. falsch sein. Dies gilt zum Beispiel dann, wenn es ohne hinreichende Gründe auf einige Aspekte der Realität fokussiert ist, aber zentrale Aspekte von Herrschaft und Ausbeutung systematisch ausblendet und damit der Kritik entzieht – die Nichtthematisierung bestimmter Sachverhalte kann ein Anzeichen von Ideologie sein. Schließlich kann die Falschheit des Bewusstseins auch darin liegen, dass bestimmte empirisch beobachtbare Zusammenhänge in einer falschen, verdinglichenden Form gefasst werden. Dies gilt beispielsweise, wenn Eigenschaften, die zu einem bestimmten Zeitpunkt empirisch in einer sozialen Gruppe stärker verbreitet sind als in anderen, stereotyp als unabänderliche Wesenseigenschaften dargestellt werden.

Das Attribut „gesellschaftlich notwendig“ schließlich ist nicht so zu verstehen, dass das entsprechende Bewusstsein eine zwangsläufige Konsequenz der bestehenden Verhältnisse wäre, sodass die in dieser Gesellschaft sozialisierten Subjekte der Ideologie gar nicht enttrinnen könnten. Zwar ist in der Tat davon auszugehen, dass sich ideologische Bewusstseinsformen aus den realen Erfahrungen ergeben, die Menschen in einer bestimmten Gesellschaft machen – sie deren „objektive[r] Schein“ (Streckler 2012, 118) sind. Wäre die ideologische Verarbeitung dieser Erfahrungen aber unentrinnbar, würde Ideologiekritik zu einem ganz unmöglichen Unterfangen. Wäre der „Verblendungszusammenhang“ (Adorno 1997, 582) völlig undurchschaubar, könnte es gar keine kritische Theorie oder Ideologiekritik geben, die ihn kritisiert. Andersherum besteht eine Notwendigkeit im strikten Sinne aber sehr wohl: Ohne das falsche Bewusstsein könnten die entsprechenden Verhältnisse nicht bestehen, es ist für deren Fortbestehen notwendig. Ohne Ideologie lägen Herrschaft und

Ausbeutung offen zutage und könnten nur durch Zwang und Gewalt aufrechterhalten werden – und damit wohl langfristig gar nicht. Weil soziale Verhältnisse und falsches Bewusstsein somit notwendig aufeinander bezogen sind, sind sie letztlich nicht voneinander zu trennen – wohl aber analytisch zu unterscheiden.

Das so verstandene falsche Bewusstsein ließe sich durch verschiedene Differenzierungen weiter bestimmen. Zu differenzieren wäre etwa zwischen Ideologien, die einen wahren Kern haben und immanent zu kritisieren sind (Adorno will nur in solchen Fällen von Ideologie im strengen Sinne sprechen), und Ideologien, die in Gänze falsch sind; zwischen dem relativ inkonsistenten Alltagsbewusstsein und intellektuell durchgearbeiteten ideologischen Systemen; zwischen Ideologien, die sich eher an die Herrschenden richten, um den nach unten ausgeübten Zwang als legitim erscheinen zu lassen, und Ideologien, die auch die Beherrschten ansprechen und so eine Herrschaft durch Konsens ermöglichen; zwischen Ideologien, die bestehende Herrschaftsverhältnisse explizit legitimieren und Ideologien, die auf eine andere Gesellschaft zielen, dabei aber dennoch einen verzerrten Widerschein des Bestehenden reproduzieren; usw.

3.2 Bedarf Ideologiekritik eines richtigen Bewusstseins?

Die als Kritik des falschen Bewusstseins verstandene Ideologiekritik ist selbst regelmäßig scharfer Kritik ausgesetzt. Wiederholt wurde gegen sie eingewandt, sie müsse immer schon vorab wissen, was das richtige Bewusstsein ist, um andere Bewusstseinsformen als falsch kritisieren zu können. Damit täte Ideologiekritik genau das, was in Alltagsdiskursen gang und gäbe ist: Ideologie ist immer das, was die anderen sagen und man selbst nicht mag; was man selbst äußert, ist dagegen Kritik oder gar richtiges Bewusstsein. Es steht außer Frage, dass Ideologiekritik tatsächlich immer wieder in dieser Kümmerform auftrat und auftritt – dies gilt insbesondere, aber nicht nur für orthodox-marxistische Schematismen. Jedoch ist diese Polemik gegen die Ideologiekritik weniger zwingend, als es auf den ersten Blick scheinen mag. Denn man muss nicht notwendigerweise ein „richtiges“ Bewusstsein kennen, um falsches Bewusstsein erkennen und als solches ausweisen zu können. Es reicht aus, gewisse Rationalitätskriterien zu formulieren und aufzuzeigen, dass diese bei bestimmten Bewusstseinsinformationen systematisch außer Kraft gesetzt oder

verzerrt sind. Weil weiterhin argumentiert werden muss, dass diese Außerkraftsetzung damit einhergeht, dass bestimmte Herrschaftsformationen gegen Kritik isoliert werden, setzt Ideologiekritik auch Wissen über die Beschaffenheit der Gesellschaft voraus. Eine solche Argumentation ist zweifelsohne anspruchsvoll, aber sie setzt weder willkürliche Setzungen voraus, noch bewegt sie sich jenseits von Wissenschaft – denn anspruchsvolle Argumentationen, die die Einhaltung von Rationalitätskriterien prüfen und Wissen über die Beschaffenheit der Gesellschaft voraussetzen, zählen zum sozialwissenschaftlichen Kerngeschäft.

Jedoch ist es dann eben auch nötig, die Rationalitätskriterien explizit zu formulieren und ihre systematische Verzerrung oder Suspendierung im Konkreten nachzuweisen. Dies bleibt in schematischer Ideologiekritik oft aus. In solchen Fällen besteht Ideologiekritik tatsächlich vor allem darin nachzuweisen, dass die kritisierte Darstellung nicht mit derjenigen übereinstimmt, die die Ideologiekritiker*in selbst für die wahre hält.

4 Ideologie als systematische Verzerrung von Kommunikationsbedingungen

Die von Jürgen Habermas vorgelegte kommunikationstheoretische Reformulierung kritischer Theorie bietet einen vielversprechenden Ansatz, um dieses Problem zu bearbeiten.

4.1 *Kommunikative Rationalität und legitime Herrschaft*

Im Zentrum der Habermas'schen Gesellschaftstheorie steht seit der *Theorie des kommunikativen Handelns* der Begriff der kommunikativen Rationalität. Dabei wird Vernunft nicht in einem Bewusstsein oder in den Subjekten, sondern in der Interaktion zwischen Subjekten verortet. Ausgangspunkt dieser intersubjektiven Rationalität sind *Geltungsansprüche*, die mit sprachlichen Äußerungen erhoben werden: erstens propositionale Wahrheitsansprüche, mit denen Behauptungen über den Zustand der äußeren Welt geäußert werden; zweitens normative Richtigkeitsansprüche, mit denen Behauptungen darüber geäußert werden, wie die soziale Welt legitimerweise eingerichtet sein sollte; drittens Wahrhaftigkeitsansprüche, mit denen ein Subjekt Behauptungen über das eigene Innere, das Fühlen

oder Wollen äußert. Insbesondere Wahrheits- und Richtigkeitsansprüche seien intersubjektiv kritisierbar, das heißt, ihre Geltung kann von anderen mit Gründen in Zweifel gezogen werden. Dadurch entstehe die Möglichkeit zu einer diskursiven Klärung von Wahrheits- und Richtigkeitsfragen, in der sich – wenn sich die Beteiligten auf die Kommunikation einlassen und verständigungsorientiert agieren – der „eigentümlich zwanglose [...] Zwang des besseren Arguments“ (Habermas 1995a, 47) durchsetzen könne. Kommunikative Rationalität hat dabei auch das Potenzial, überkommene Weltbilder auf ihre Wahrheit und soziale Institutionen auf ihre Legitimität hin zu befragen. So könnten überkommene Herrschaftsverhältnisse aufgelöst und eine „Rationalisierung der Lebenswelt“ (Habermas 1995b, 221) vollzogen werden (Habermas 1995a, 25-45, 115-151, 369-452, 1995b, 217-228).

4.2 *Die kommunikationstheoretische Formulierung des Ideologieproblems*

Endete die Entwicklung der Gesellschaftstheorie hier, müsste man davon ausgehen, dass gesellschaftliche Entwicklung selbstläufig auf den Fluchtpunkt eines herrschaftsfreien, ganz und gar zwanglos allein durch Kommunikation integrierten Zustandes hinausliefe (Habermas 1995b, 218-219). Anders als es in gängigen Polemiken heißt, argumentiert Habermas jedoch nicht in diesem Sinne idealistisch. Vielmehr haben Mechanismen, die zu einer partiellen Aussetzung kommunikativer Rationalität führen, in seiner Gesellschaftstheorie zentralen Stellenwert. In der Tradition materialistischer Kritik stellt Habermas die partielle Suspendierung kommunikativer Rationalität in Zusammenhang mit den Anforderungen der materiellen Reproduktion und der Aufrechterhaltung von Herrschaftsverhältnissen. Diese würden durch gesellschaftlich spezifische „Verständigungsformen“ gegen effektive Infragestellung abgeschirmt. Das ist das kommunikationstheoretische Analogon zum klassischen Ideologieproblem (Habermas 1995b, 168-181, 217-233, 278-279).

Die Abschirmung der Verhältnisse gegen ihre effektive Infragestellung kann zwei Formen annehmen: Erstens ist es denkbar, dass kommunikatives Handeln in bestimmten gesellschaftlichen Sphären schlichtweg nicht mehr stattfindet, sodass Herrschaft dort nicht kritisiert werden kann (Kommunikationsverdrängung). Zweitens ist es möglich, dass zwar noch kommuniziert wird, die Kommunikation aber in einer Weise beschädigt

ist, die ihr rationalisierendes Potenzial blockiert (Kommunikationsverzerrung) (Iser/Strecker 2016, 108-119; Iser 2011, 129-151).

Die These der Kommunikationsverdrängung nimmt in der *Theorie des kommunikativen Handelns* weitaus mehr Raum ein, denn sie steht im Fokus der Zeitdiagnose von der „Kolonialisierung der Lebenswelt“: Die Logiken der selbstgesteuerten Subsysteme von staatlicher Verwaltung und kapitalistischer Ökonomie griffen auf andere, bis dato kommunikativ integrierte Lebensbereiche über und verdrängten kommunikative Rationalität (Habermas 1995b, 470-547; Iser 2011, 137-151). Verglichen mit dieser prominenten Stellung bleibt das Theorem der Kommunikationsverzerrung in Habermas' Gesellschaftstheorie randständig und unterentwickelt. Den Begriff der „systematisch verzerrten Kommunikation“ erwähnt Habermas in der *Theorie des kommunikativen Handelns* mehrfach (insb. Habermas 1995a, 445-445, 1995b, 223-228, 278-283, 469-471), traktiert ihn in den *Vorstudien und Ergänzungen* ausführlicher (Habermas 1995c, 226-270, 460-462, 540-54) und greift ihn später immer wieder am Rande auf. Eine Ausarbeitung des Konzepts als gesellschaftstheoretische Reflexionskategorie und eine Darlegung ihres Stellenwerts in der Gesamtheorie bleibt er jedoch schuldig.

Diese einseitige Fokussierung auf Kommunikationsverdrängungen bei relativer Vernachlässigung von Kommunikationsverzerrungen ist werkhistorisch nachvollziehbar; theoriesystematisch ist sie aber nicht plausibel: Es erschließt sich nicht, warum es in der gegenwärtigen Gesellschaft zu Verdrängungen, aber nicht zu Verzerrungen von Kommunikation kommen sollte (Bohman 1986). Entsprechend hat eine Reihe von Autor*innen das Konzept der systematisch verzerrten Kommunikation aufgegriffen und seinen Stellenwert für die Gesellschaftstheorie im Anschluss an Habermas ausgearbeitet (Gross 2010; Bohman 1986; 1990; 2000; Strecker 2012). Will man das ideologiekritische Potenzial der Habermas'schen Theorie abschätzen, gilt es, diese Arbeit fortzuführen.

4.3 *Systematisch verzerrte Kommunikation und systematisch verzerrte Kommunikationsbedingungen*

Habermas erwähnt systematische Kommunikationsverzerrungen immer wieder, jedoch zumeist nur am Rande des Textes als eine Art Residualkategorie. Die ausführlichste Thematisierung legt er in den *Überlegungen zur Kommunikationspathologie* (Habermas 1995c, 226-270) in den *Vorstudien*

und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns vor. In diesem Aufsatz diskutiert er das Phänomen in erster Linie auf der Mikroebene innerfamiliärer Kommunikation. Weil Ideologiekritik eher auf Makroprozesse zielt (s. Abschnitt 3.1), können diese Ausführungen jedoch nur ein Ausgangspunkt für weitere Ausarbeitungen sein.

Systematisch verzerrte Kommunikation liegt Habermas zufolge vor, wenn Kommunikation zwar stattfindet, die *Geltungsbasis* der Rede jedoch beschädigt sei. Dies führe dazu, dass das rationalisierende Potenzial der Kommunikation außer Kraft gesetzt sei, ohne dass dies den kommunizierenden Akteur*innen bewusst wird – die Suspendierung von Rationalität findet hinter ihrem Rücken statt. Habermas nennt eine ganze Reihe von möglichen Quellen für solche Verzerrungen. Dies sind: das Rückschlagen der Anforderungen materieller Reproduktion auf die Lebenswelt im Allgemeinen (Habermas 1995b, 223-228, 278-283) sowie das Eindringen der Systemmedien Geld und Macht in kommunikativ integrierte Bereiche im Besonderen (Habermas 1995b, 469-471), innerlebensweltliche Machtasymmetrien (Habermas 1995c, 259-261), der unbewusste Drang zur Verteidigung des Selbstbildes (Habermas 1995c, 254), „jene Art von unbewußter Konfliktbewältigung, die die Psychoanalyse mit Hilfe von Abwehrstrategien erklärt“ (Habermas 1995a, 445), und allgemeiner die Existenz eines „Konfliktpotentials, das nicht vollständig unterdrückt werden kann, aber nicht manifest werden soll“ (Habermas 1995c, 253). In diesen äußeren Bedingungen, die somit sowohl die sozialen Verhältnisse als auch die psychische Verfasstheit der Kommunikationsteilnehmerinnen umfassen, könne es zu „Überlastungen“ kommen, die „an die innere Organisation der Rede abgewälzt werden müssen“ (Habermas 1995c, 244, Hervorh. entfernt). Entsprechend ist Habermas' Text offen für eine ideologiekritische Entfaltung des Konzepts zu einer zentralen gesellschaftskritischen Kategorie.

Den größten konzeptuellen Fortschritt auf diesem Weg bieten David Streckers (2012, 179-241) Überlegungen. Strecker überträgt den von Habermas auf der Mikroebene eingeführten Begriff der systematisch verzerrten Kommunikation auf die Makroebene und entwickelt ihn weiter zum Begriff der *systematisch verzerrten Kommunikationsbedingungen*. Durch diese begriffliche Verschiebung macht Strecker deutlich, dass Ideologiekritik auf die gesellschaftlichen Verhältnisse zielt, unter denen Kommunikation stattfindet und die in Wechselwirkung mit dieser Kommunika-

tion stehen. Weil kommunikative Rationalität gerade in der Infragestellbarkeit aller Geltungsansprüche bestehen soll, definiert Strecker eine systematische Verzerrung der Kommunikationsbedingungen dadurch, dass bestimmte Geltungsansprüche gegen ihre effektive Infragestellung abgeschirmt sind. Von solchen systematisch verzerrten Kommunikationsbedingungen kann dann ganz unabhängig davon gesprochen werden, ob die Abschirmung der Geltungsansprüche auf bewusste Täuschung oder auf unbewusste Verzerrung, auf die Effekte von Systemprozessen oder auf lebensweltliche Machtasymmetrien zurückgehen – in Makroprozessen ist ohnehin zumeist davon auszugehen, dass all diese Verzerrungsquellen miteinander vermischt sind (Strecker 2012, 198-208; Gross 2010, 348-352; Biskamp 2016, 351-353).

Damit ist ein entscheidender Schritt getan, um den für die Plausibilität von Habermas' Theorie-Architektur entscheidenden Begriff auch entsprechend auszuarbeiten und sein ideologiekritisches Potenzial zu entfalten. Jedoch verbleibt Strecker auf der Ebene konzeptueller Überlegungen und nimmt keine Operationalisierung des Begriffes im Sinne einer Symptomatik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen vor.

4.4 *Die Praxis kommunikationstheoretischer Ideologiekritik: Zur Symptomatik systematisch verzerrter Kommunikationsverhältnisse*

Die ideologiekritische Praxis muss nicht nur über eine Theorie systematischer Kommunikationsverzerrungen verfügen, sondern auch über Kriterien, anhand derer das Vorliegen solcher Verzerrungen zu erkennen ist. Diese können ex negativo aus Habermas' Konzept von kommunikativer Rationalität gewonnen werden und auf verschiedene Ebenen zielen.¹

Dies ist erstens die außerdiskursive Ebene der bestehenden sozialen Verhältnisse. Auf dieser Ebene könnte sich eine Persistenz von Herrschaftsverhältnissen aufzeigen lassen, die demokratischen Normen so deutlich widersprechen, dass sie in einer offenen Aushandlung gar nicht bestehen könnten. Wenn solche Verhältnisse vorliegen, aber im gesellschaftlichen Diskurs nicht in Frage gestellt werden, verweist dies darauf, dass diese Verhältnisse effektiv gegen ihre Infragestellung abgeschirmt

¹ Die folgende Darstellung basiert auf einer aktualisierten Version von Überlegungen, die ich in meiner Dissertation ausführlich formuliert und begründet habe (Biskamp 2016, 357-370).

sind – sei es durch Gewalt, durch Kommunikationsverdrängungen oder durch Kommunikationsverzerrungen. Diese Argumentation ist insofern riskant, weil die Habermas' deliberative Demokratietheorie gerade darauf zielt, dass Entscheidungen über die konkrete Ausgestaltung gesellschaftlicher Institutionen in realen Aushandlungen von den beteiligten Subjekten selbst getroffen werden, also nicht in der Theorie vorweggenommen werden können (Habermas 1999, 45-64). Jedoch impliziert dieser Ansatz auch das Argument, dass bestimmte Verhältnisse demokratische Standards so deutlich verletzen, dass sie unmöglich durch einen rationalen Diskurs zu rechtfertigen sein können. Dies gilt insbesondere für Ordnungen, die bestimmte Gruppen von der sozialen Teilhabe und somit auch vom Diskurs selbst ausschließen.

Auf der zweiten Ebene geht es, damit verwandt, um die „Ergebnisse“ der Debatten. Gesellschaftliche Aushandlungen enden zwar selten mit einem Ergebnis im Sinne eines Konsenses oder Kompromisses, dem alle Parteien zustimmen. Manchmal ist aber durchaus festzustellen, dass sich bestimmte Positionen diskursiv durchgesetzt haben. In anderen Fällen lässt sich zumindest eine begrenzte Zahl von Positionen festhalten, die als sozial akzeptabel gelten. Schließlich gibt es bei Debatten, die auf allgemeinverbindlich zu regelnde Fragen zielen, ein Ergebnis im Sinn einer Gesetzgebung, die das im diskursiven „Modus der Belagerung“ (Habermas 1994, 626) durch die Öffentlichkeit agierende Parlament vornimmt. Für die Beurteilung solcher Ergebnisse gilt Ähnliches wie für die bestehenden Verhältnissen unter erstens: In extremen Fällen können diese als mit demokratischen Normen unvereinbar erkannt werden, was darauf verweist, dass die vorangehenden Debatten systematisch verzerrt gewesen sein müssen.

Auf der dritten Ebene geht es um die Frage, wer an den öffentlichen Aushandlungen wie beteiligt ist. In einem rationalen Diskurs müssen alle potenziell betroffenen Parteien die Möglichkeit haben, sich an den gesellschaftlichen Aushandlungen zu beteiligen und mit ihren Positionen gehört zu werden. Lässt sich feststellen, dass bestimmte Gruppen diese Möglichkeit nicht haben, ihre Stimmen nicht auftauchen oder ihre Äußerungen regelmäßig ohne hinreichende Begründung übergangen werden, ist dies ein Hinweis auf eine systematische Verzerrung der Debatte. Ebenso ist zu fragen, welche Akteur*innen jeweils die Möglichkeit haben, effektiv Themen zu setzen.

Auf der vierten Ebene sind Diskursverläufe zu betrachten. Dies ist die Ebene, auf die Habermas' eigene Beispiele zielen. Weil diese sich jedoch auf der Mikroebene innerfamiliärer Debatten beziehen, sind sie nur bedingt auf die Makroebene gesellschaftlicher Aushandlungen zu übertragen. Allenfalls könnte man sie nutzen, um exemplarisch Gesprächsverläufe in politischen Talkshows o.ä. zu analysieren. Einige Anzeichen von Verzerrungen könnte man aber auch im größeren Rahmen aufzeigen. Beispiele hierfür wären etwa Fälle, in denen Geltungsansprüche, die von bestimmten Akteur*innen erhoben werden, ohne Argumente oder Gründe übergangen werden und im Folgenden nicht mehr auftauchen. Dies könnte sich so äußern, dass bestimmte Darstellungen oder Geltungsansprüche immer weiter als gültig vorausgesetzt werden, ohne dass die an ihnen sichtbar geäußerte Kritik dabei berücksichtigt wird.

Fünftens kann es um konkretere Diskursinhalte gehen, also um regelmäßig oder besonders prominent auftauchende oder als weithin anerkannt geltende Darstellungen und Positionen. Dies ist die Ebene gesellschaftlichen Bewusstseins, sodass sich die Kritik falschen Bewusstseins als ein Teilaspekt der Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsverhältnisse erweist. Hier sind neben der unter viertens angesprochenen Persistenz von bereits sichtbar widerlegten Darstellungen auch Fälle zu berücksichtigen, in denen aus der Beobachter*innenperspektive festzuhalten ist, dass Darstellungen persistieren, von denen die Teilnehmer*innen wissen müssten, dass sie falsch sind. Darüber hinaus sind vor allem die Themensetzung und die vorherrschenden Arten der Thematisierung relevant: Welche Fragen werden wie oft und wie angesprochen, welche nicht oder anders? Was wird problematisiert und was nicht?

Die hier angedeuteten Kriterien bzw. Indikatoren für systematische Verzerrungen sind konkreter auszuformulieren und zu operationalisieren. Dies kann nicht abstrakt geschehen, sondern muss je nach Gegenstand spezifisch dargelegt werden. In Diskussionen über außenpolitische Themen äußern sich Verzerrungen anders als in Diskussionen über Finanzkrisen und Wirtschaftspolitik oder in Diskussionen über Minderheitenrechte. Jeweils ist zunächst darzulegen, wie eine kommunikativ rationale öffentliche Aushandlung auszusehen hätte und welche Abweichungen davon denkbar und als feststellbare Kriterien geeignet sind.

5 Das Beispiel deutscher Islamdebatten

5.1 *Das Problem: legitimes und illegitimes Sprechen über den Islam*

In den hitzigen Islamdebatten der letzten Jahre finden sich immer wieder reflexive Metadiskurse, in denen darüber diskutiert wird, welche Arten des Sprechens über den Islam in einer demokratischen Öffentlichkeit legitim sind und welche nicht. Dabei wird beispielsweise die legitime Kritik bestimmter Auslegungen einer Religion der illegitimen Hetze gegen eine religiöse Minderheit entgegengestellt. Die Kriterien, nach denen diese Unterscheidung vollzogen wird, sind alles andere als selbstverständlich. Zwei in der Wissenschaft gängige Ansätze sind die Vorurteilsforschung und die Rassismuskritik. Beide geben wichtige Hinweise, wie eine systematische Verzerrung von Islamdebatten zu erfassen ist. Für sich genommen gelingt es jedoch keinem der beiden Ansätze, eine plausible Unterscheidung zwischen demokratischer Kritik und diskriminierendem Sprechen zu vollziehen (Biskamp 2016, 31-96). Mit dem Konzept von Ideologiekritik als Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen kann man ihre Argumente aufnehmen und zu einer Symptomatik systematisch verzerrter Islamdebatten ausarbeiten.

5.2 *Systematisch verzerrte Islamdebatten*

Zunächst ist dabei ein Ideal zu formulieren, wie Aushandlungen über kulturelle oder religiöse Differenz in demokratischen Öffentlichkeiten aussehen sollten. Der diskursethische Ansatz kennt eine Reihe von konfliktiven Themen rund um kulturelle und religiöse Differenz, deren öffentliche Aushandlung wünschenswert ist. Dies sind unter anderem die Frage, ob die geltende Rechtsordnung eine bestimmte kulturelle oder religiöse Tradition gegenüber anderen unbillig bevorzugt, die Frage, wie genau eine gleichberechtigte Behandlung säkularer oder religiöser Bürger*innen erreicht werden kann, die Frage, ob bestimmten Minderheiten besondere Rechte zugesprochen werden sollten, sowie die Frage, ob bestimmte Praktiken, die in einzelnen Traditionen kulturell legitimiert werden, verboten werden sollten, weil sie die Rechte von Individuen verletzen. Forderungen nach dem Ausschluss gewisser kultureller Traditionen und ihrer Anhänger*innen aus dem Gemeinwesen oder Forderungen nach der Allge-

meinverbindlichkeit der partikularen Normen einer bestimmten Tradition gelten dagegen vor jeder Aushandlung als illegitim. Diese demokratischen Aushandlungen können jedoch nur dann zu einer Demokratisierung der Gesellschaft beitragen, wenn sie „hinreichend diskursiv geführt“ werden, was unter anderem heißt, dass sie nicht systematisch verzerrt sein dürfen (Biskamp 2016, 235-260).²

Die Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen muss aufzeigen, dass in Debatten Rationalitätskriterien in systematischer Weise ausgesetzt sind und dies eine rational nicht zu legitimierende Form von Herrschaft oder Marginalisierung stützt. Im Folgenden nenne ich zehn Indikatoren, die ich in Klammern den fünf in Abschnitt 4.4 unterschiedenen Ebenen zuordne (Biskamp 2016, 357-370):

- 1) Es gibt messbare Diskriminierung und Marginalisierung gegen Muslim*innen (erste Ebene).
- 2) Diskriminierungen und Marginalisierungen gegen Muslim*innen gelten als legitim (zweite Ebene).
- 3) Muslimische Stimmen werden *marginalisiert, auf ihr Muslimischsein reduziert, selektiv wahrgenommen* oder *instrumentalisiert* (dritte Ebene).
- 4) Muslim*innen haben keine gleichen Chancen, Themen der Debatte zu bestimmen (dritte Ebene).
- 5) Wenn Muslim*innen antimuslimischen Rassismus ansprechen, wird dies ignoriert oder die Marginalisierung wird verleugnet (dritte/vierte Ebene).

² Islambezogene Debatten können auf verschiedene Weisen verzerrt sein: Möglichkeiten wären erstens eine kulturrassistisch-diskriminierende Verzerrung, die auf eine Marginalisierung von Muslim*innen hinausläuft, zweitens eine islamistische Verzerrung, die auf eine Dominanz des Islam hinausläuft, sowie drittens eine kulturell relativistisch-kommunitaristische Verzerrung, die die Ansprüche der islamischen Tradition und ihrer Autoritäten so hoch bewertet, dass die individuellen Rechte von einzelnen Angehörigen der muslimischen Minderheit oder von Minderheiten in der religiösen Minderheit gefährdet. Alle drei Formen können in verschiedenen Kontexten eine reale Gefahr sein – in zentraleuropäischen Ländern besteht die zweite Gefahr nicht, aber die erste und die letzte sind real. Ich konzentriere mich im vorliegenden Text auf die erste, ohne die anderen kleinreden zu wollen. Zu den Gefahren einer Blindheit gegenüber Islamismus s. z.B. Biskamp 2018.

- 6) Debatten sind unbegründet auf Islam und Muslim*innen *fokussiert* (vierte/fünfte Ebene).
- 7) Die Thematisierung von Islam und Muslim*innen ist stärker *problematisierend* als bei anderen Gruppen (vierte/fünfte Ebene).
- 8) Die Thematisierung von Islam und Muslim*innen ist stärker *kulturalisierend, essenzialisierend* und *homogenisierend* als bei anderen Gruppen (vierte/fünfte Ebene).
- 9) Missrepräsentationen bleiben verbreitet, auch wenn sie schon widerlegt wurden (vierte/fünfte Ebene).
- 10) Islam und Westen werden als *gegeneinander abgeschlossene* Entitäten imaginiert (fünfte Ebene)

Diese Kriterien sind dabei keine Checklist, die nur abzuarbeiten wäre, um dann *die* Islamdebatten in Deutschland im Allgemeinen zu beurteilen. Vielmehr müssen sie Grundlage für kontextsensible Diskussionen sein, in denen darzulegen ist, in welchem Maße die Debatte im jeweiligen Kontext systematisch verzerrt ist. In einem zweiten Schritt können dann einzelne Äußerungen, Darstellungen oder Artikel analysiert werden. Schließlich ist zu fragen, ob sie in ihrem jeweiligen Kontext im Effekt wahrscheinlich eher dazu beitragen, unterthematisierte Probleme in islamischen Kontexten sichtbar zu machen und zu überwinden, oder eher dazu, eine bestehende antimuslimische Verzerrung zu verstärken. Beide Effekte schließen einander nicht wechselseitig aus. Von demokratischer Kritik wäre aber zu verlangen, dass der erstere Effekt möglichst groß, der letztere möglichst gering ausfällt (Biskamp 2016, 370-374).

6 Fazit

Im vorliegenden Beitrag ging es darum aufzuzeigen, wie man Ideologiekritik mit Habermas als die Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen konzipieren kann, und zu skizzieren, wie die entsprechende ideologiekritische Praxis aussehen könnte. Dabei ging ich zunächst von einem klassischen Konzept von Ideologie als notwendig falsches Bewusstsein aus, um zu zeigen, dass der Ideologiebegriff für die

kritische Theorie zentral ist: Ohne einen Begriff von Ideologie als systematische Suspendierung oder Verzerrung der Vernunftprüfung wäre die positive Bezugnahme auf Vernunft und Autonomie angesichts des beobachtbaren Fortbestehens vernünftig nicht rechtfertigbarer Herrschaftsverhältnisse kaum aufrechtzuerhalten.

Im Folgenden nahm ich dann die Habermas'schen Konzepte von kommunikativer Vernunft und von Ideologie als systematisch verzerrter Kommunikation auf, um darzulegen, wie sich Ideologiekritik kommunikationstheoretisch begründen und vollziehen lässt. Dabei zeigten sich zwei große Vorzüge dieser Konzeption: Erstens ist die so eröffnete Kritik der Verständigungsverhältnisse direkt mit einem positiv formulierten Begriff von Rationalität verbunden, sodass es besser möglich ist, die Kriterien transparent zu machen, nach denen bestimmte Äußerungen als ideologisch ausgewiesen werden. Zweitens überwindet sie den Fokus auf Bewusstsein und kann ideologische Muster auch auf anderen Ebenen, insbesondere in der Form der Kommunikation, aufzeigen. Abschließend skizzierte ich am Beispiel der Islamdebatten, wie die ideologiekritische Praxis in solchem Sinne aussehen und wie sich das Konzept systematisch verzerrter Kommunikationsverhältnisse in operationalisierbare Kriterien übersetzen lässt.

Literatur

- Adorno, Theodor W. 1997. *Soziologische Schriften I*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Biskamp, Floris. 2016. *Orientalismus und demokratische Öffentlichkeit. Antimuslimischer Rassismus aus Sicht postkolonialer und neuerer kritischer Theorie*. Bielefeld: transcript.
- Biskamp, Floris. 2018. „Über den Umgang mit dem Extremismus der Anderen“. *Schule ohne Rassismus – Schule mit Courage – Bausteine* 6: 23-43.
- Bohman, James F. 1986. „Formal Pragmatics and Social Criticism. The Philosophy of Language and the Critique of Ideology in Habermas's Theory of Communicative Action“. *Philosophy and Social Criticism* 11 (4): 331-353.
- Bohman, James F. 1990. „Communication, Ideology, and Democratic Theory“. *American Political Science Review* 84 (1): 93-109.
- Bohman, James F. 2000. „'When Water Chokes'. Ideology, Communication, and Practical Rationality“. *Constellations* 7 (3): 382-392.
- Eagleton, Terry, 1991. *Ideology. An Introduction*. London: Verso.
- Gross, Alan G. 2010. „Systematically Distorted Communication. An Impediment to Social and Political Change“. *Informal Logic* 30 (4): 335-360.

- Habermas, Jürgen, 1994. *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen, 1995a. *Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen. 1995b. *Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2. Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen. 1995c. *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen. 1999. *Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Iser, Mattias. 2011. *Empörung und Fortschritt. Grundlagen einer kritischen Theorie der Gesellschaft. 2., durchgesehene Auflage*. Frankfurt am Main: Campus.
- Iser, Mattias, und David Strecker. 2016: *Jürgen Habermas zur Einführung*. 2. Auflage. Hamburg: Junius.
- Jaeggi, Rahel. 2009. „Rethinking Ideology“. In *New Waves in Political Philosophy*, herausgegeben von Boudewijn de Bruin und Christopher F. Zurn, 63-86. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Strecker, David. 2012. *Logik der Macht. Zum Ort der Kritik zwischen Theorie und Praxis*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Für einen empirischen Ideologiebegriff. Ein wissenssoziologischer Blick auf die Ideologiekritik

Birgit Peuker

Keywords: Wissenschaftstheorie, Ideologiekritik, Soziologie wissenschaftlichen Wissens, Wissenssoziologie

Abstract

In dem Beitrag werden Bezüge zwischen Ideologiekritik und der Wissenschaftstheorie der Sozialwissenschaften hergestellt. Die methodologischen Herausforderungen, die sich insbesondere der Soziologie wissenschaftlichen Wissens stellen, können ebenso für eine Ideologiekritik als sozialwissenschaftliche Praxis gelten. Aporien, die sich verschiedenen Ideologietheorien im Laufe der Entwicklung des Ideologiebegriffs stellen, können so aufgeklärt werden. Darüber hinaus wird in dem Beitrag dafür plädiert, den Begriff der Ideologie auf eine spezifische Wissensform zu beschränken und nicht auf die gesellschaftlichen Bedingungen auszudehnen, die zu ihrer Entstehung führen. Ideologiekritik ist damit nicht in eine Ideologietheorie, sondern in eine Gesellschaftstheorie einzubetten. Ideologien können dann als eine Wissensform in der Nähe von Macht und Herrschaft empirisch untersucht werden, um Wissensformen als mehr oder weniger ideologisch kennzeichnen zu können.

Peuker, Birgit. 2019. „Für einen empirischen Ideologiebegriff. Ein wissenssoziologischer Blick auf die Ideologiekritik“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 86–101. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.5

Birgit Peuker | Freie Universität Berlin | birgit.peuker@fu-berlin.de

1 Einführung

In der Gesellschaft gibt es viele Meinungen, Positionen und Wissensansprüche, die sich widersprechen. Ein Beispiel aus der Umwelt- und Techniksoziologie sind die Technikkonflikte um Atomkraft und Gentechnik. Hier stehen sich bei den verschiedenen Diskurspositionen Bewertungen der Techniken teilweise in Pro-Kontra-Argumentationen gegenüber.¹ Dabei spielt weniger eine Rolle, welche der beiden Seiten recht hat, sondern auch, welche Seite ihre Position gegenüber der anderen durchsetzen kann.

Die Frage ist, inwiefern der Ideologiebegriff dazu geeignet sein kann, über die Macht der jeweiligen Diskursposition aufzuklären. Die Antwort, die der Artikel gibt, ist: Ja, wenn Ideologien als ein Machtmittel unter vielen analysiert werden. Der Ideologiebegriff sollte hierzu auf eine bestimmte Wissensform in der Nähe von Macht und Herrschaft fokussiert und Ideologien im Zusammenhang mit nichtsprachlichen Machtmitteln untersucht werden. Ideologiekritik sollte von der Ideologietheorie getrennt werden.² Dabei wird dafür plädiert, dass sich die Ideologiekritik als eine empirische Sozialwissenschaft versteht.

Zunächst wird jedoch in dem Artikel der These nachgegangen, dass der Ideologiebegriff in der materialistischen und poststrukturalistischen Theoriebildung derart ausgeweitet wurde, dass wissenschaftstheoretische Probleme und die gesellschaftlichen Bedingungen, die für die Entstehung von Ideologien verantwortlich sein sollen, unter den Begriff gefasst wurden. Damit wurde der Begriff überdehnt und dies in zwei Di-

¹ Die Überlegungen in diesem Artikel und die Beschäftigung mit dem Ideologiebegriff habe ich im Nachgang zu meiner Dissertation angestellt (vgl. Peuker 2010). Die dort durchgeführte Diskursanalyse des Technikkonflikts um die Agrar-Gentechnik warf insbesondere in Hinblick auf die Macht und Durchsetzungskraft unterschiedliche Diskurspositionen Fragen auf.

² Rehmann (2008) tritt dafür ein, Ideologiekritik und Ideologietheorie zusammen zu denken. Ohne Kritik würden Ideologietheorien Gefahr laufen, „sich funktionalistisch in einverständige Legitimationstheorie zurückzuverwandeln“ (Rehmann 2008, 14). Demgegenüber spreche ich mich für eine Herauslösung der Ideologiekritik oder der Kritik an Ideologien aus der Ideologietheorie aus. Der – kritisch gebrauchte – Begriff sollte besser in eine umfassendere Gesellschaftstheorie oder in Theorien mittlerer Reichweite, die auf diese hinausweisen, eingebettet werden, um so die vielfältigen Bezüge, die ideologische Wissensformen hervorbringen, empirisch zu untersuchen.

mensionen: einmal hinsichtlich der Epistemologie und einmal hinsichtlich der gesellschaftlichen Bedingungen von Ideologien. Basis für die folgenden Ausführungen bilden Sekundäranalysen zur Entwicklung der Ideologietheorie unter wahlweisem Bezug auf Primärliteratur.³

Im ersten Abschnitt wird dargelegt, dass es grundlegend notwendig ist, zwischen Ideologiekritik als einem sozialwissenschaftlichen Ansatz und ihrem Gegenstand, Ideologien, zu unterscheiden. Hierbei wird deutlich, dass Ideologiekritik als Untersuchung und Bewertung von Ideologien Probleme mit sich bringt, die ebenso in der Wissenschaftstheorie der Sozialwissenschaft diskutiert werden. Diese Probleme sollten nicht als dem Ideologiebegriff inhärent aufgefasst werden.

Im zweiten Abschnitt wird diskutiert, in welchem Verhältnis Ideologien als spezifische Wissensform zu den gesellschaftlichen Bedingungen stehen, die sie hervorbringen. Dabei wird dafür plädiert, die gesellschaftlichen Bedingungen für die Entstehung von Ideologien nicht unter den Begriff Ideologie zu fassen.

2 Zirkularität sozialwissenschaftlicher Erkenntnis und Ideologiekritik

Ideologiekritik kann als eine sozialwissenschaftliche Methode aufgefasst werden, die Ideologien als eine bestimmte Wissensform in der Gesellschaft zum Gegenstand hat. Damit stellen sich der Ideologiekritik methodologische Probleme, die generell die sozialwissenschaftliche Forschung kennzeichnen. Diese Probleme wurden in der Reflexion der Ideologietheorie jedoch teilweise als Aporien des Ideologiebegriffs selbst betrachtet.

Der sozialwissenschaftliche Forschungsprozess ist oft als zirkulär beschrieben worden. Der Forschende ist Teil dessen, was er erforscht: der Gesellschaft (vgl. Dilthey (1974 [1900]), Felt et al. 1995: 165ff.; Böhme und Potyka 1995: 19ff.). Sowohl der Forschungsprozess als auch die Forschungsergebnisse sind gesellschaftlich bedingt und haben Wirkungen

³ Für diese Durchsicht wurden folgende Werke aufgearbeitet: Eagleton 2000; Knoblauch 2010; Rehmann 2008; Ritsert 2002, Herkommer 2004. Dabei wird sich im Folgenden aus Gründen der Übersichtlichkeit vor allem auf Eagleton 2000 bezogen.

auf gesellschaftliche und soziale Prozesse. Insbesondere bei der Untersuchung gesellschaftlicher Wissensformen wird die Zirkularität deutlich, da hier Wissen über Wissen produziert wird. Dabei kann die Forderung aufgestellt werden, dass wissenschaftliche Aussagen über Ursachen und Zusammenhänge, die für die untersuchten Wissensformen gelten sollen, ebenso für den eigenen Ansatz Gültigkeit haben, um Einheitlichkeit und Konsistenz der Theorie zu gewährleisten.

Diese Forderung kann mit David Bloor (1991), einem der Begründer des wissenssoziologischen Ansatzes der Wissenschaftssoziologie, untermauert werden. Bloor stellte an eine Wissenschaft über wissenschaftliches Wissen in seinem „strong programme“ vier Forderungen auf: Erstens sollten kausale Erklärungen für bestimmte Glaubens- und Wissensformen aufgestellt werden (Kausalität). Zweitens sollte sich den Aussagen unabhängig davon, ob sie als wahr oder falsch gelten, unvoreingenommen genähert werden (Unvoreingenommenheit). Das heißt, sowohl wahre als auch falsche Aussagen sollen erklärt werden. Drittens sollten sowohl für wahre als auch für falsche Aussagen dieselben Gründe angeführt werden (Symmetrieprinzip). Viertens sollten die Erklärungsmuster auch auf die Soziologie selbst anwendbar sein (Reflexivität).

Die Ideologiekritik weist viele Parallelen zu dem Versuch auf, wissenschaftliches Wissen zu erklären. So will sie, ganz dem Prinzip der Kausalität bei David Bloor folgend, kausale Erklärungen für bestimmte Aussagen und Wissensformen angeben. Ideologiekritik hat jedoch anders als die wissenssoziologische Wissenschaftssoziologie nicht (nur) wissenschaftliches Wissen als ihren Gegenstand, sondern gesellschaftlich produziertes Wissen im Allgemeinen.

In seiner Abhandlung über die Entwicklung der Ideologietheorie ist Eagleton (2000) mehrfach auf Probleme im Umgang mit der Zirkularität gestoßen. Drei seiner Beispiele sollen hier näher betrachtet werden.

So erläutert Eagleton (2000) in Bezug auf die Ideologiekritik der frühen Aufklärung, dass deren Vertreter das Ziel gehabt hätten, die Sinneserfahrungen des Menschen aus den materiellen Verhältnissen abzuleiten. Damit hätten sie den Verstand in die wissenschaftliche Untersuchung mit einbezogen, woraus sich die folgende Frage ergeben habe: „Wenn es jedoch das Ziel von Ideologie ist, die Ursprünge menschlichen Bewusstseins zu untersuchen, was soll man dann über das Bewusstsein dessen, der diese Untersuchungen durchführt, sagen?“ (Eagleton 2000, 84) Diese Frage verweist auf das Prinzip der Reflexivität bei Bloor (1991). Auch die

sozialen Ursprünge der Ideologiekritik sollten durch diese selbst erklärt werden können.

Ein weiteres Beispiel lässt sich bei Eagleton (2000) in Bezug auf Karl Marx' und Friedrich Engels' „Deutsche Ideologie“ (Marx/Engels 1953 [1857]) finden. In diesem Aufsatz arbeiten die Autoren die gesellschaftlichen Bedingungen eines „falschen Bewusstseins“ heraus. Dem liege die falsche Vorstellung zu Grunde, dass Ideen getrennt von der gesellschaftlichen Tätigkeit seien (Marx/Engels 1953 [1857], 14f. u. 46f.). Dem wird in der „Deutschen Ideologie“ die Grundthese gegenübergestellt, dass Ideen in der Praxis miteinander verflochten seien, aber sich das Bewusstsein durch die Trennung von Hand- und Kopfarbeit von den materiellen Gegebenheiten entfernen könne und damit die Ideensphäre eine relative Autonomie erreiche (Marx/Engels 1953 [1857], 28). Die Dichotomie zwischen Ideen und gesellschaftlicher Wirklichkeit ist damit ein Produkt der gesellschaftlichen Verhältnisse und die relative Autonomie von Ideen real. Ideen bleiben aber dennoch, trotz ihrer Falschheit, gesellschaftlich wirksam (Eagleton 2000: 90). Dies stellt nach Eagleton (2000) ein Paradox dar, da gesellschaftliche Illusionen in ihrem „Falschsein irgendwie strukturell notwendig für eine bestimmte Gesellschaftsordnung [sind]. Man könnte sagen, daß die Falschheit der Ideen ein Teil der ‚Wahrheit‘ der gesamten materiellen Verhältnisse ist“ (Eagleton 2000, 87). Dieses Paradoxon kann durch die Symmetrieforderung bei Bloor (1991) aufgelöst werden. Sowohl wahre als auch falsche Aussagen existieren in der gesellschaftlichen Wirklichkeit und können empirisch untersucht und einer gemeinsamen Erklärung zugeführt werden. Dabei ist die Position, aus der heraus die Analyse von Ideologien erfolgt, selbst ein Produkt der Trennung von Hand- und Kopfarbeit, insofern sie als sozialwissenschaftliche Praxis verortet ist.

Weiterhin wird in der „Deutschen Ideologie“ ebenso deutlich, dass unter dem Ideologiebegriff auch die Bedingungen gefasst werden sollen, die ideologische Wissensformen erst hervorbringen. So stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage: Ist die Trennung von Hand- und Kopfarbeit schon Ideologie oder trägt sie nur zur Entstehung von Ideologien bei? Ist jegliches durch Wissensarbeiter produziertes Wissen Ideologie? Die Bedingungen für die Entstehung von Ideologie sollten durch die Theorie geklärt werden, in die der Ideologiebegriff eingebettet ist. Werden die Bedingungen für ihre Entstehung unter den Ideologiebegriff subsumiert, kann nur ungenügend zwischen mehr oder weniger ideologischem Wissen empirisch unterschieden werden.

Direkt auf die Zirkularität bei der wissenschaftlichen Untersuchung gesellschaftlicher Wissensformen nimmt Eagleton (2000) bei seiner Diskussion von Georg Lukács Bezug. Hier besteht das Problem, wie die besondere Erkenntnisposition des Proletariats im Vergleich zum Bürgertum begründet werden könnte, da doch eigentlich jede Wissensposition durch ihren sozialen Standpunkt verzerrt sein müsste. Eagleton (2000) interpretiert Lukács Position in „Geschichte und Klassenbewusstsein“ so, dass das Proletariat im Unterschied zum bürgerlichen Bewusstsein in der Lage sei, die gesellschaftliche Totalität aus dem Eigeninteresse heraus besser zu erkennen. So hätten marginalisierte Gruppen das Interesse, ihre Position im gesellschaftlichen Gesamtsystem zu finden (Eagleton 2000: 114f.). „Genau in diesem Sinn erweist sich das Schreckgespenst des Relativismus als irrelevant: Denn die Behauptung, daß jede Erkenntnis von einem spezifischen gesellschaftlichen Standpunkt herrührt, impliziert nicht, daß ein gesellschaftlicher Standpunkt für diese Zwecke so gut ist wie ein anderer“ (Eagleton 2000: 115). Dieses Argument, dass es herausgehobene Erkenntnispositionen gebe, wurde auch später von anderen Theoretiker*innen wie zum Beispiel der feministischen Standpunkt-Theorie – hier aber für die Frauen – aufgenommen (Haraway 1995 [1988], Harding 1991 [1986]).

Damit können zwei Umgangsweisen mit dem Zirkularitätsproblem benannt werden, die helfen, den eigenen Wissensanspruch zu begründen. Ein erstes Argument lautet, dass kontextualisiertes Wissen nicht gleichzeitig falsch sein müsse. So lautete die herkömmliche Begründung für den herausgehobenen Wissensanspruch von wissenschaftlichem Wissen, dass dieses objektiv sei und nicht erklärt zu werden brauche, da es logisch-kausal begründet sei. Der soziale Kontext seiner Produktion habe keinen Einfluss auf seinen Inhalt. Damit würde sich jeder Ansatz, der soziale Kontextfaktoren für die Erklärung wissenschaftlichen Wissens einführe, selbst widerlegen, da dann auch die eigenen Wissensansprüche durch den sozialen Kontext verzerrt und mithin falsch sein müssten. Nach Bloor (1991, 17f.) funktioniere dieses Argument aber nur, wenn davon ausgegangen werde, dass Kausalität mit Fehler gleichzusetzen sei. Dies sei aber nicht der Fall.

Auch die beiden Werturteilsstreite in der deutschen Soziologie machten deutlich, dass die wertbezogene Grundlage sozialwissenschaftlichen Wissens nicht die Wissenschaftlichkeit der Analyse beeinträchtige. Vielmehr sei die Wertbasiertheit gerade die Voraussetzung der sozialwissenschaftlichen Theoriebildung (Weber (1988 [1904]), Adorno (1993 [1969])).

Die Wissenschaftskritik kritisierte gleichermaßen an dem herkömmlichen, naturwissenschaftlich geprägten Wissenschaftsmodell den entkörperten „Blick vom Nirgendwo“ (Haraway 1995 [1988]), also die Annahme, dass eine Beobachtung der sozialen Wirklichkeit möglich sei, ohne dass die eigene Erkenntnisposition einen Einfluss darauf habe. Im Umkreis dieser wertbasierten Wissenschaftsauffassung ist nach Eagleton (2000) auch die Ideologiekritik zu verorten, da es eines ihrer Anliegen sei, darauf zu verweisen, dass Ideen und damit Wissensformen in praktischen Verhältnissen gründeten (vgl. Eagleton 2000, 85f.).

Eine zweite Umgangsweise mit dem Problem der Zirkularität besteht in der Annahme, dass es in der Gesellschaft Positionen gebe, die eher dafür prädestiniert seien, die gesellschaftliche Wirklichkeit weniger verzerrt wahrzunehmen. Eine solch herausgehobene Erkenntnisposition schlägt auch die Wissenssoziologie vor. Im Gegensatz zu Lukács und der feministischen Standpunkt-Theorie werden hierfür jedoch die Intellektuellen und nicht die Arbeiterklasse oder die Frauen prädestiniert. In seinem Buch „Ideologie und Utopie“ stellt Karl Mannheim (1985 [1929]) die These von der Seinsverbundenheit des Denkens auf und behauptet die Abhängigkeit des Denkens von seinem sozialen Standort. Damit setzt er jegliches Wissen einem totalen Ideologieverdacht aus. Das heißt, dass, entgegen zum Beispiel bei Karl Marx, der die Ideologieträchtigkeit nur auf die bürgerliche Klasse beschränkte, grundsätzlich allen sozialen Schichten ein privilegierter Zugang zur „Wahrheit“ abgesprochen wird. Die Aufgabe der Wissenssoziologie bestehe nun darin, die in den unterschiedlichen Perspektiven dennoch enthaltenen Wahrheitsmomente zu einer Synthese zusammenzuführen. Für diese Aufgabe prädestiniert sei die „freischwebende Intelligenz“, da diese in der Moderne durch ihre minimalen Bindungen an eine soziale Schicht am wenigsten ideologieanfällig sei (Mannheim 1985 [1929], 11f.). Mannheim verband mit dieser Konzeption auch politische Ziele, nämlich über die Wissenssoziologie ideologisches Denken zu überwinden und den zerstrittenen politischen Parteien der Weimarer Republik zu einem gemeinsamen Verständnis ihrer Situation zu verhelfen (Kettler und Meja 1999). Die Kritik an Mannheims Konzept erfolgte von Seiten der Kritischen Theorie dahingehend, dass die Unterstellung eines „totalen Ideologieverdachts“ nur die Relativität und damit Unverbindlichkeit jedes Wissens darstelle und die sozialen Ungleichheiten nicht zu analysieren vermöge (vgl. Wiggershaus 1997, 65). Auch Eagleton

kritisiert an Mannheims Ideologiebegriff, dass dieser zu flach sei. Ein gehaltvoller Ideologiebegriff verbinde diesen mit Machtkämpfen (Eagleton 2000, 130f.). Ähnlich fordert Rehmann (2008, 33), dass die moderne Ideologietheorie die Machtkämpfe einer herrschenden Klasse untersuchen müsse.

Ideologiekritik kann sich in der Tradition der Logik der Sozialwissenschaften (Ritsert 1996) verorten und auf einen Letztbegründungsanspruch ihrer Aussagen verzichten. Das Entscheidende an der Ideologiekritik ist damit nicht ihre besondere Erkenntnisposition, sondern ihre spezifische Aufgabe, Wissensformen und Legitimierungsstrategien von Macht und Herrschaft empirisch zu untersuchen.

3 Theoretische Begriffe und Bedeutungsfixierung

Ein weiteres Problem der Wissenschaftstheorie, das Bezüge zur Ideologietheorie aufweist und im Folgenden mit dem Begriff der „Verdinglichung“ in Verbindung gebracht wird, ist das Verhältnis von Empirie und Theorie. Bei diesem wissenschaftstheoretischen Problem, das auf einer hierarchischen Wissenschaftsauffassung beruht, stellt sich die Frage, wie empirische Beobachtungen über die Formulierung von Beobachtungssätzen zur Ableitung von theoretischen Aussagen führen oder wie aus einer Theorie abgeleitete theoretische Aussagen empirisch geprüft werden können. Die Möglichkeit, theoretische Aussagen in der Empirie zu begründen, wurde vor allem durch die Theoreme der post-positivistischen Wende in Frage gestellt (Ritsert 1996, 290ff., Felt et al. 1995, 101ff.). Dabei spielen drei Thesen eine Rolle, die im Folgenden mit Rückgriff auf die Ausführungen von Franz von Kutschera (1982) zur Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie skizziert werden sollen: (1) die These von der Theoriegeladenheit der Beobachtung, (2) die These von der Unterbestimmtheit von Theorien und (3) die Duhem-Quine-These.

(1) Die These von der Theoriegeladenheit der Beobachtung problematisiert das Verhältnis von Erfahrung und Beobachtungssätzen. Demnach gibt es keine unvoreingenommene Beobachtung. In die Formulierung von Beobachtungssätzen und die Bewertung eines Faktens (= ob ein empirischer Sachverhalt zutrifft) fließen stets apriorische Komponenten ein, also allgemeine Annahmen und Glaubenssätze über die Beschaffenheit der Welt (Kutschera 1982, 455ff.).

(2) Die These von der Unterbestimmtheit von Theorien problematisiert das Verhältnis von Beobachtungssätzen bzw. empirischen Sätzen zu theoretischen Sätzen. Demnach lassen sich theoretische Aussagen nicht vollständig von Beobachtungsaussagen herleiten. Es können in vielen Fällen mehrere Interpretationen über die Zusammenhänge von Fakten gegeben werden und es lässt sich nicht entscheiden, welche Interpretation die richtige ist. Zudem gibt es mehrere Kriterien, sich für eine Theorie (als die „wahre“) zu entscheiden. Diese Kriterien, wie zum Beispiel Informativität, Einheitlichkeit und Einfachheit, können auch miteinander in Konkurrenz treten (Kutschera 1982, 461ff.).

(3) Die Duhem-Quine-These steht in engem Zusammenhang mit dem Falsifikationsproblem. Falsifikation heißt, eine theoretische Annahme als falsch zu verwerfen. Die Frage ist, wann Beobachtungen, die einer theoretischen Annahme widersprechen, als Anlass dafür genommen werden, diese theoretische Annahme abzulehnen. So könnten auch Randbedingungen oder Kontextfaktoren dafür verantwortlich gemacht werden, dass die empirische Beobachtung der theoretischen Annahme widerspricht. Nach der Duhem-Quine-These lässt sich nun noch nicht einmal entscheiden, was getan werden muss, wenn es widersprechende Beobachtungen gibt: Die These besagt, dass im Prinzip nicht einzelne Aussagen, sondern, wenn auch implizit, immer ganze Theorien getestet werden, da die einzelnen Aussagen im Gesamtzusammenhang der Theorie stehen. Somit kann bei widersprechenden Beobachtungen nicht entschieden werden, ob nur die abgeleitete theoretische Aussage oder die gesamte Theorie falsch ist. Im Endeffekt kann es darum keine Beobachtung bzw. Erfahrung geben, an der Theorien endgültig scheitern (Kutschera 1982, 512ff.).

Diese drei Thesen der post-positivistischen Wende in der Wissenschaftstheorie begründeten aus einer theoretischen Perspektive das – bereits im vorangegangenen Abschnitt in Bezug auf die sozialen Kontextfaktoren und die Zirkularität wissenschaftlicher Erkenntnis diskutierte – Relativismus-Problem. Demnach kann es mehrere miteinander konkurrierende, aber inkommensurable Theorien geben und kein Kriterium, welche Theorie gilt und welche nicht.

Statt einer logischen und empirischen Begründung wurden soziale Faktoren für die Auswahl von wissenschaftlichen Theorien verantwortlich gemacht. Wegweisend waren hier die wissenschaftshistorischen Studien von Thomas S. Kuhn. In seinem Buch „Die Struktur wissenschaftli-

cher Revolutionen“ (Kuhn (1999 [1962])) belegt er anhand von wissenschaftshistorischen Beispielen aus der Physik, dass in den Naturwissenschaften der wissenschaftliche Forschungsprozess nicht durch eine Akkumulation wahrer Aussagen, die sich allein durch ihre empirische Basis begründen, vorangetrieben werde. Kuhn betont den Einfluss von sozialen Überzeugungen innerhalb der Wissenschaftlergemeinschaft (Paradigmata) über die Form legitimer wissenschaftlicher Praxis, die zentralen Problemstellungen sowie Sichtweisen auf die Natur, ob eine Theorie akzeptiert oder abgelehnt wird.

Das wissenschaftstheoretische Problem des Verhältnisses von empirischen zu theoretischen Aussagen kann mit dem Konzept der „Verdinglichung“ aus der Ideologiekritik in Verbindung gebracht werden. Verdinglichung lässt sich als ein Vorgang beschreiben, bei dem komplexe gesellschaftliche Verhältnisse ‚geblackboxt‘ werden. Dies ist dem Vorgehen ähnlich, empirische Begriffe unter einem allgemeinen Begriff zu fassen.⁴ Im Folgenden wird das Konzept der Verdinglichung in der Ideologiekritik kurz skizziert. Dabei wird deutlich, wie sich im Laufe der Entwicklung dieser Gedankenfigur der Schwerpunkt von der gesellschaftlichen Praxis auf die Begriffsbildung verschiebt.

Karl Marx beschrieb Verdinglichung auf der Ebene der gesellschaftlichen Praxis als „Warenfetischismus“. Im Produkt der Ware würden die gesellschaftlichen Verhältnisse, die zu ihrer Produktion führten, nicht deutlich und es schiene, als ob die Menschen über den Austausch von Waren auf dem Markt miteinander in Beziehung treten und nicht über deren Produktion in Arbeitsorganisationen. Dadurch könne der gesamtgesellschaftliche Zusammenhang nur noch bruchstückhaft wahrgenommen werden; er würde naturalisiert und schiene unveränderbar (Marx 1953 [1867]). Laut Rehmann (2008, 67ff.) erweiterte Lukács diese Gedankenfigur bereits hin zu einer „Universalkategorie“, so dass Verdinglichung sich auf jede Tätigkeit des Menschen bezog, die ihm als etwas Fremdes und Unabhängiges gegenübergestellt wird. Dieses problematische Verhältnis des Menschen zu seinen Produkten könne dadurch gelöst werden, das Ganze der gesellschaftlichen Totalität zu erkennen, um sich darin wiederzufinden (vgl. Rehmann 2008; Eagleton 2000, 117ff.).

⁴ Zur Gedankenfigur der „Black Box“ von wissenschaftlichen Ergebnissen vgl. Latour 1987.

Die Figur der Verdinglichung findet sich dann bei Adorno in seiner Kritik des identifizierenden Denkens wieder (vgl. Eagleton 2000, 148ff; Ritsert 2002, 88f.). Adorno zieht eine Parallele zwischen dem Warenaustausch und dem ideologischen Denken. So wie im Warenaustausch Dinge gleichgesetzt werden, die eigentlich inkommensurabel seien, reduziere das identifizierende (= ideologische) Denken Dinge auf ihren Begriff. Durch die Leugnung dessen, was nicht vom Begriff erfasst werde („das Nicht-identische“, vgl. Adorno 1975 [1966]), würden die Dinge universell austauschbar.

Das Problem des identifizierenden Denkens bzw. der Bedeutungsfixierung ist mit dem Problem des unbestimmten Verhältnisses von theoretischen und empirischen Sätzen vergleichbar. Die Kritik an der Bedeutungsfixierung bezieht sich darauf, ein Determinationsverhältnis zwischen Beobachtung und (allgemeinem) Begriff anzunehmen. Gerade dieses Determinationsverhältnis wurde durch die Thesen der post-positivistischen Wende in Frage gestellt. Insbesondere Adorno hat in seiner Negativen Dialektik als Gegenmittel zur Bedeutungsfixierung das beständige Ringen um Wahrheit, ein Offenhalten gegenüber Bedeutungen genannt (Adorno (1975 [1966])).

Auch in der Wissenschaftstheorie gibt es Positionen, welche Theorienpluralismus und Offenheit auch gegenüber unkonventionellen Methoden als positive Werte ansehen. Hier ist vor allem Paul Feyerabend (1976) und sein Buch „Wider dem Methodenzwang – Skizze einer anarchistischen Erkenntnistheorie“ bekannt geworden, in dem er ebenso davon ausgeht, dass jede Theorie ihre Grenzen habe und es keine Theorie gebe, die alle Tatsachen erklären könne (Feyerabend 1976, 33). Der Anschein, eine Theorie würde mit den Tatsachen übereinstimmen, entstehe nur, da alle Alternativen, die widersprechende Tatsachen produzieren könnten, ausgeschaltet und nur die Tatsachen ausgearbeitet würden, welche die Theorie stützen. Eine Theorie werde dann zu einem Mythos und zu Ideologie, die für jeden Fall eine Erklärung bereitstelle (Feyerabend 1976, 49ff.). Objektive Erkenntnis benötige jedoch unterschiedliche Ideen. Feyerabend drängt auf Offenheit in der Erkenntnis und auf Kreativität des Forschenden. Neben die Anwendung von Methoden setzt Feyerabend (1976, 56) einen beständigen Vergleich und Kontrast von Ideen.

Doch zurück zum Begriff der Verdinglichung bei Adorno. Adornos Auffassung von verdinglichendem Denken und von Ideologie kritisiert Eagleton folgendermaßen: „Dieser Auffassung nach wäre das Gegenteil

von Ideologie nicht Wahrheit oder Theorie, sondern Differenz oder Heterogenität“ (Eagleton 2000, 148). Und weiter: „Adorno und die Seinen liefern uns die Ideologie als Pappkameraden im Stil poststrukturalistischer Theoretiker, für die sich Ideologie ausnahmslos um metaphysische Absoluta und transzendente Grundlagen dreht“ (Eagleton 2000, 150). Damit deutet Eagleton an, dass die Strukturierung der Erfahrung durch die Praxis (wie zum Beispiel den Warenaustausch) und die Begriffsbildung zur Erfassung der gesellschaftlichen und nichtgesellschaftlichen Wirklichkeit nicht in eins gesetzt werden dürfen. Die ursprüngliche Bedeutung des „Warenfetischismus“, nämlich dass in der Alltagserfahrung, die nur Ausschnitte erfassen kann, bestimmte soziale Verhältnisse verdinglicht erscheinen, wird in der Kritik an der Bedeutungsfixierung auf eine rein intellektuelle Ebene verschoben.

Damit kann abschließend bemerkt werden: Bedeutungsfixierungen sind zumindest als vorläufige Verallgemeinerungen das Ergebnis wissenschaftlicher Arbeit. Sie werden dann zu einem Problem, wenn sie nicht mehr hinterfragt und alternative Sichtweisen nicht (kritisch) wertgeschätzt werden. Dieses Ringen um Wahrheit scheint es bei Ideologien nicht zu geben.

Bei ideologischem Denken kommt jedoch noch ein weiterer Aspekt hinzu, wie die Paraphrase der Position von Althusser bei Eagleton (2000, 160ff.) verdeutlicht: Jedes Denken entlang von Begriffen enthalte unbewusst eine Problematik, die es untermauere. Nicht jede Problematik sei an sich ideologisch: „Eine ideologische Problematik dreht sich um gewisse *vielsagende Auslassungen und Leerstellen* und ist so konstruiert, daß die Fragen, die gestellt werden können, schon bestimmte Antworten vorgeben“ (Eagleton 2000, 161; Herv. B. P.). Wissenschaftliche Problematiken seien hingegen durch Offenheit gekennzeichnet (ebd.). Ideologien legen damit mögliche Problemlösungen nahe. Darüber hinaus definieren sie die Akteure, die an der Problemlösung beteiligt sind. Sie verteilen und legitimieren Macht. Nach Eagleton (2000, 69) legitimiert sich eine herrschende Klasse jedoch nie allein nur durch ideologische Mittel, sondern vielmehr durch materielle Mittel. Damit sind Ideologien nicht mit Macht gleichzusetzen und sind nicht das alleinige Machtmittel. Es gibt weitere, nicht-sprachliche Machtmittel. Diese alle unter den Ideologiebegriff fassen zu wollen, würde den Begriff überdehnen und sein analytisches Potenzial schwächen.

Die Problemdimension, wie von Wissensarbeiter*innen produzierte Wissensformen in die Alltagserfahrung eindringen, könnte dann empirisch geprüft werden. Die Frage wäre dann, welche Gründe dafür angegeben werden können, dass Handlungs- und Verhaltensweisen der Menschen ihren (unterstellten oder von ihnen selbst artikulierten) Interessen zuwiderlaufen. So könnten neben ideologischen Wissensformen auch materielle Verhältnisse für ein widersprüchliches Verhalten verantwortlich sein, das den Akteuren durchaus bewusst ist.

4 Schlussfolgerung

In dem Beitrag wurden Bezüge von Ideologiekritik und Wissenschaftstheorie sowie zur Soziologie wissenschaftlichen Wissens aufgezeigt. Dabei wurde gezeigt, dass die Aporien im Ideologiebegriff durch die Wissenschaftstheorie der Sozialwissenschaften aufgeklärt werden können. Dies betrifft zum einen die Epistemologie als auch die gesellschaftlichen Bedingungen, die zur Entstehung von Ideologien beitragen.

Aus epistemologischer Sicht stellt die Ideologiekritik einen empirischen sozialwissenschaftlichen Ansatz dar. Die Probleme und Aporien, die in der Diskussion des Ideologiebegriffs auftauchen, sind weniger im Begriff selbst begründet, sondern in den Problemen, die sich jeder sozialwissenschaftlichen Forschung stellen. Wenn die Ideologiekritik sich als eine sozialwissenschaftliche Forschungspraxis begreift, braucht sie nicht in die Diskussion des Ideologiebegriffs Probleme aufzunehmen, die eigentlich der Forschungspraxis zuzuordnen sind. Weiterhin wurde dafür plädiert, den Ideologiebegriff auf eine bestimmte, von anderen abgrenzbare Wissensform zu fokussieren. Ansatzpunkt hierfür liefern die Überlegungen in der Wissenschaftstheorie der Sozialwissenschaften und der Wissenschaftskritik, Ideologiebildungen im Wissenschaftssystem zu vermeiden und damit Wissensformen zu ermöglichen, die weniger ideologisch sind.

Hinsichtlich der Unterscheidung von wissenschaftlichem und ideologischem Wissen lassen sich einige abschließende Bemerkungen machen. Eine Problematisierung ist konstitutiv für wissenschaftliches und ideologisches Wissen. Ein Unterschied besteht in den präferierten Lösungsmustern. Sozialwissenschaftliche Forschung ist eher vorsichtig bei

der Ableitung von Handlungsempfehlungen. Ideologisches Wissen präferiert ein Lösungsmuster und legitimiert seine Auswahl. Pauschalisierungen finden notgedrungen auch bei wissenschaftlichen Wissen statt, denn Wissenschaft will verallgemeinerbares Wissen herstellen. Bei Ideologien ist das Ringen um die Wahrheit weniger gegeben. Es wird eher mit allgemeinen Bildern und Narrationen gearbeitet.

Sowohl Wissenschaft als auch Ideologiekritik haben einen Ort in der Gesellschaft. Sie unterliegen als wissenschaftliche Praktiken bestimmten normativen Anforderungen, da sie „wahres“ Wissen über Wissen hervorbringen wollen. Die mangelnde Positionierung des Wissenssubjekts ist durch die Wissenschaftskritik insbesondere an den Naturwissenschaften als „Blick von Nirgendwo“ kritisiert worden, der bestimmte Wissensansprüche weniger angreifbar macht und selbst als ideologisch bezeichnet werden könnte.

Sowohl für wissenschaftliches als auch für ideologisches Wissen können gesellschaftliche Bedingungen angegeben werden. Neben den tatsächlichen Produzenten, den Intellektuellen, sind dabei die institutionellen Infrastrukturen wie Universitäten, Think Tanks und Stiftungen zu nennen (vgl. Plehwe, Walpen und Neunhöffer 2006).

Eagleton (2000, 59ff.) bezeichnet Ideologien als handlungsorientierte Überzeugungskomplexe. Damit können Ideologien als eine Wissensform angesehen werden, die in der Nähe von Macht und Herrschaft verortet ist. Ideologien präferieren ein bestimmtes Lösungsmuster einer bestimmten Akteursgruppe. Ideologien sind damit eher dem begrifflichen Denken als dem unbewussten „tacit knowledge“ zuzuordnen. Sie legitimieren Machtpositionen in der Gesellschaft, was auf der individuellen Ebene auch bedeuten kann, bestimmte Verhaltenserwartungen zu erfüllen. Dieses von Rehmann (2008) als „freiwillige Unterwerfung“ bezeichnete Problem der durch Ideologien beeinflussten Subjekt- und Identitätskonstruktionen und die Rolle, welche der Alltagserfahrung dabei zukommt, konnte im Rahmen dieses Aufsatzes nicht nachgegangen werden.

Um auf die eingangs gestellte Frage zurückzukommen, inwiefern der Ideologiebegriff dazu geeignet sein kann, über die Macht der jeweiligen Diskursposition aufzuklären: Bei der Analyse von Technik- und Risikokonflikten müssten dann nicht nur allein Diskurse analysiert werden. Vielmehr müssten die Diskurspositionen als ideologische Wissensformen und somit als ein Machtmittel in Zusammenhang mit anderen, nicht wissenschaftsförmigen Machtmitteln analysiert werden, die Macht und Herrschaft

begründen. So könnten Macht und Durchsetzungskraft von Diskurspositionen bestimmt werden.

Der Praxisbezug eines solchen Ansatzes wäre, von einer Trennung von Wissenschaft und Politik auszugehen und nicht in politische Machtkämpfe einzugreifen. Dennoch sollte die wertbezogene Positionierung der Wissenschaftler*in offengelegt werden, gegen welche bestehenden Macht- und Herrschaftsstrukturen sich die Analyse kritisch richtet.

Literatur

- Adorno, Theodor W. 1975 [1966]. *Negative Dialektik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. 1993 [1969]. „Zur Logik der Sozialwissenschaften“. In *Der Positivismusstreit in der deutschen Soziologie*, Theodor W. Adorno et al., 125-143. Frankfurt am Main: Luchterhand.
- Bloor, David. 1991. *Knowledge and Social Imagery*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Böhme, Günther, und Klaus Potyka. 1995. *Erfahrung und Wissenschaft und Alltag. Eine analytische Studie über Begriffe, Gehalt und Bedeutung eines lebensbegleitenden Phänomens*. Idstein: Schulz-Kirchner.
- Eagleton, Terry. 2000. *Ideologie. Eine Einführung*. Stuttgart, Weimar: Metzler.
- Dilthey, Wilhelm. 1974 [1900]. „Die Entstehung der Hermeneutik“. In *Die Geistige Welt. Einleitung in die Philosophie des Lebens*. Wilhelm Dilthey, Gesammelte Schriften Bd. V. Stuttgart, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Felt, Ulrike, Helga Nowotny und Klaus Taschwer. 1995. *Wissenschaftsforschung. Eine Einführung*. Frankfurt am Main, New York: Campus.
- Feyerabend, Paul. 1976. *Wider dem Methodenzwang. Skizze einer anarchistischen Erkenntnistheorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Haraway, Donna. 1995 [1988]. „Situieretes Wissen. Die Wissenschaftsfrage im Feminismus und das Privileg einer partialen Perspektive“. In *Die Neuerfindung der Natur. Primaten, Cyborgs und Frauen*. Donna Haraway herausgegeben von Carmen Hammer und Immanuel Stieß, 73-97. Frankfurt am Main, New York: Campus.
- Harding, Sandra. 1991 [1986]. *Feministische Wissenschaftstheorie. Zum Verhältnis von Wissenschaft und sozialem Geschlecht*. Hamburg: Argument.
- Herkommer, Sebastian. 2004. *Metamorphosen der Ideologie. Zur Analyse des Neoliberalismus durch Pierre Bourdieu und aus marxistischer Perspektive*. Hamburg: VSA.
- Kettler, David und Volker Meja. 1999. „Karl Mannheim“. In *Klassiker der Soziologie. Bd.1. Von Auguste Comte bis Norbert Elias*, herausgegeben von Dirk Kaesler, 296-314. München: C.H. Beck.
- Knoblauch, Hubert. 2010. *Wissenssoziologie*. Konstanz: UVK.

- Kuhn, Thomas S. 1999 [1962]. *Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Kutschera, Franz von. 1982. *Grundfragen der Erkenntnistheorie*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Latour, Bruno. 1987. *Science in action. How to follow scientists and engineers through society*. Cambridge: Cambridge.
- Marx, Karl und Friedrich Engels. 1953 [1857]. „Die deutsche Ideologie. Kritik der neuesten deutschen Philosophie in ihren Repräsentanten Feuerbach, B. Bauer und Stirner, und des deutschen Sozialismus in seinen verschiedenen Propheten“. In *Bücherei des Marxismus-Leninismus, Bd. 29*. Berlin/DDR: Dietz.
- Marx, Karl. 1953 [1867]. *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie. Band I*. Berlin/DDR: Dietz.
- Mannheim, Karl. 1985 [1929]. *Ideologie und Utopie*. Frankfurt am Main: Klostermann.
- Peuker, Birgit. 2010. *Der Streit um die Agrar-Gentechnik. Perspektiven der Akteur-Netzwerk-Theorie*. Bielefeld: transcript.
- Plehwe, Dieter, Bernhard Walpen, und Gisela Neunhöffer. 2006. „Introduction: Reconsidering Neoliberal Hegemony“. In *Neoliberal Hegemony. A Global Critique, herausgegeben von Dieter Plehwe, Bernhard Walpen und Gisela Neunhöffer*, 1-24. London, New York: Routledge.
- Rehmann, Jan. 2008. *Einführung in die Ideologietheorie*. Hamburg: Argument.
- Ritsert, Jürgen. 2002. *Ideologie. Theoreme und Probleme der Wissenssoziologie*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Ritsert, Jürgen. 1996. *Einführung in die Logik der Sozialwissenschaften*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Weber, Max. 1988 [1904]. „Die „Objektivität“ sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis.“ In *Max Weber, Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, herausgegeben von Johannes Winkelmann, 146-214. Tübingen: J. C. B. Mohr.
- Wiggershaus, Rolf. 1997. *Die Frankfurter Schule. Geschichte, Theoretische Entwicklung, Politische Bedeutung*. München, Wien: dtv.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Ideologien der kapitalistischen Medienindustrie

Eine Kritik der Ideologie der „freien Presse“ zur Wendezeit 1989/1990

Mandy Tröger

Keywords: DDR 1989/1990, Freie Presse, Ideologiekritik, Demokratie, Kapitalismuskritik

Abstract

Dieser Beitrag zeigt, inwiefern BRD-Verlagskonzerne und die Bundesregierung in ihrem Wirken zur DDR-Pressetransformation 1989/1990 den demokratischen Grundsatz der freien Presse als politisches Mittel nutzten und inwieweit sie diesem praktisch folgten. Im Namen der „demokratischen freien Presse“ gestalteten sie die DDR-Presselandschaft vor allem entsprechend ihrer politischen und wirtschaftlichen Interessen; die Entmonopolisierung der Presse war zweitrangig. Alternative Visionen, wie sich eine freie demokratische Presse auch hätte gestalten können, blieben chancenlos.

Tröger, Mandy. 2019. „Eine Kritik der Ideologie der ‚freien Presse‘ zur Wendezeit 1989/1990“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 104–123. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.6

Mandy Tröger | LMU München | Mandy.Troeger@ifkw.lmu.de

„Wir wollen für die Bürger der DDR Informationsfreiheit sofort und nicht auf Raten. Die gesellschaftspolitische Verpflichtung der Großunternehmen [...] findet in dem jetzigen Vorgehen ihre reale medienpolitische Ausprägung.“

(Gerd Schulte-Hillen, Vorstandsvorsitzender von Gruner + Jahr, am 19. März 1990)

1 Einführung

Informationsfreiheit ist Teil der Pressefreiheit. Auch wenn in westlichen Demokratien generell Einigkeit darüber herrscht, dass eine unfreie Presse abzulehnen ist, ist die Frage, was die Presse letztlich „frei“ macht, schwerer zu beantworten. Hierfür braucht es einen gesellschaftlich verankerten Konsens, der im Folgenden Ideologie genannt wird. Rahel Jaeggi (2009, 268) definiert Ideologien als „Überzeugungssysteme, die praktische Konsequenzen haben“ und ihrerseits „Effekte einer bestimmten gesellschaftlichen Praxis sind“. So verstanden sind Ideologien also Ideensysteme, die Praktiken und Habitus-Formen hervorbringen. Diese begünstigen dann wiederum die Durchsetzung bestimmter Ideen und Praktiken und führen zu deren „Selbstverständlichmachung“ bzw. „Verselbständlichungen“.

Ideologiekritik ist laut Jaeggi dann der Versuch, genau diese Mechanismen sichtbar zu machen, die es nicht zuletzt dominanten Gruppen erlauben, sie zur Durchsetzung eigener Interessen am Laufen zu halten. So verstanden ist Ideologiekritik also immer auch Herrschaftskritik. Sie nimmt innere Widersprüche im Selbst- und Weltverständnis von individuellen und sozialen Entitäten auf, misst sie an eigenen Maßstäben und holt sie damit aus ihrem angenommenen Stadium der Wertfreiheit und des unhintergebar „natürlich“ Gegebenen (ebd., 269-270).

Wenn im Folgenden also von der Kritik der Ideologie der freien Presse gesprochen wird, geht es erstens um die Sichtbarmachung der als selbstverständlich hingegenommenen Ideensysteme der westlichen „freien Presse“ in der Übernahme der DDR-Presselandschaft und zweitens um die damit verbundenen und praktisch durchgesetzten Interessen. Fokus ist die Rhetorik der Akteure und Widersprüche zwischen dieser und den von den Akteuren geschaffenen Fakten.

Der Zeitrahmen der Untersuchung erstreckt sich vom Fall der Berliner Mauer am 9. November 1989 bis zur deutschen Einheit am 3. Oktober 1990 oder, wie die DDR-Tageszeitung *Junge Welt* es formulierte, der Zeit

zwischen dem Wegfall des „alten Maulkorbs“ politischer Zensur und der Übernahme des Marktes (Schumann 1990). Gezeigt wird, dass diese Übernahme dem rigorosen Wirken westdeutscher politischer und wirtschaftlicher Interessengruppen im Namen der „demokratischen freien Presse“ zum Erreichen eigener Ziele geschuldet war. Alternative Visionen, wie sich eine freie demokratische Presse hätte auch gestalten können, blieben damit chancenlos.

2 Die Ideologie der „freien Presse“

Das Modell der freien Presse in westlichen Demokratien oder, wie der US-amerikanische Journalismushistoriker John Nerone (2013) es nennt, das „hegemonic western model of journalism“, ist ein Beispiel für ein von Jaeggi beschriebenes Ideensystem. Als konstituierende Grundlage für das Funktionieren der demokratischen Ordnung ist es grundsätzlich positiv konnotiert. Es sichert den Informationsfluss für die Teilhabe des mündigen Bürgers am demokratischen Prozess. Die historisch gewachsene Institutionalisierung der „freien Presse“ als privatwirtschaftlich organisierter Pressemarkt wird in der Forschungsliteratur als gegeben hingenommen und selten problematisiert. Nerone und andere haben für den US-amerikanischen Kontext gezeigt, wie beide, demokratische und marktwirtschaftliche Interessen, historisch eng verschränkt sind, wie die „freie Presse“ also als kapitalistisches Unternehmen wuchs und demokratisierend wirkte, indem es die Presse aus dem parteipolitischen Rahmen (partisan press) löste. Der damit einhergehende Objektivitätsanspruch sicherte zum einen politische Unabhängigkeit; zum anderen wurden Nachrichten oder „news“, wie wir sie heute kennen, erst durch diese Standardisierung geschaffen, nicht zuletzt da sie so vielseitig verwertbare Marktgüter (commodities) wurden (vgl. Nerone 1995). Infolge kommunikationstechnologischer Entwicklungen und einer interessenorientierten Institutionalisierung dieses Modells verfestigte sich die Idee, dass die Presse dann „frei“ ist, wenn sie privatwirtschaftlich organisiert, durch Werbeeinnahmen und Vertriebs Erlöse finanziert und damit politisch unabhängig ist. Der Käufer allein entscheidet, wessen Stimme auf dem freien Markt der Informationen und Meinungen Gehör findet (ebd.).

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde dieses Ideensystem von den Alliierten zunächst über den Weg der Lizenzpresse auch in der Bundes-

republik Deutschland eingeführt. Das heißt, die deutsche Presselandschaft wird bis heute durch privatwirtschaftliche Verlagshäuser gestaltet. Die Rahmengesetzgebung, die die Pressefreiheit durch Artikel 5 des Grundgesetz definiert, misst diese vor allem an der Freiheit des Verlegers (Tendenzschutz), und die Journalistenausbildung orientiert sich am Objektivitätsgebot. Mit den „informationellen Revolutionen“, wie die taz-Journalistin Ute Scheub (1990) die Umbrüche in Osteuropa um 1990 nannte, und den damit einhergehenden post-sozialistischen Pressetransformationen erlangte das „western model of journalism“ auch dort normative Gültigkeit.

2.1 *Das Paradox der demokratischen Presse*

Vor dem Hintergrund dieser Pressetransformationen verwies das Europäische Parlament (EP) im April 1992 allerdings auf eine der strukturellen „Paradoxien unserer demokratischen Gesellschaft“: Die freie Presse übernimmt die „Aufgabe einer öffentlichen Einrichtung“, während sie gleichzeitig „den Gesetzen des Marktes unterworfen“ ist (Bericht 1992, 13). Das Parlament schlussfolgerte, da die Presse „den Gesetzen der Marktwirtschaft gehorchte und gehorcht, hängt ihre Rolle im Dienste der Öffentlichkeit von den Zufällen der Privatwirtschaft ab“ (ebd.). Diese Punkte verweisen gleich auf mehrere Widersprüche im Selbstverständnis der westlichen freien Presse als Grundlage demokratischer Gesellschaften. Sie lassen sich durch eine Reihe von Fragen erschließen: Was ist „unsere“ demokratische Gesellschaft? Was sind die „Zufälle der Privatwirtschaft“? Und warum ist die Organisation der Presse und damit implizit der Demokratie selbstverständlich an den Markt gebunden? Diese Fragen bieten einen ideologiekritischen Analyseansatz des „western model of journalism“.

Für den vorliegenden Beitrag wird das vom EP problematisierte Spannungsfeld an der Frage festgemacht, inwiefern BRD-Verlage während der DDR-Pressetransformation 1989/1990 demokratische Grundsätze als politisches Mittel nutzten und inwieweit sie diesen Grundsätzen, also den „Gesetzen des Marktes“, praktisch folgten. Dabei muss nach Jaeggi (1990) dem angenommenen „falschen“ Objekt der Analyse (also dem Paradox der westlichen freien Presse oder der Markterschließung) nicht die „richtige“ Alternative entgegengesetzt werden. Vielmehr liegt in der Analyse selbst die Kritik.

2.2 Die „freie Presse“ zur Wendezeit

Dennoch birgt gerade die Wendezeit eine Reihe alternativer Visionen zu der Frage, wie sich eine „freie Presse“ abseits dessen, was wir als selbstverständlich hinnehmen, auch gestalten kann. Denn wenn Ideologien „unseren Weltbezug und damit den Deutungs-horizont [konstituieren], in dem wir uns und die gesellschaftlichen Verhältnisse verstehen“ (Jaeggi 2009, 269), muss gefragt werden, welche Deutungshorizonte es zur Wendezeit gab. Weder waren Ideensysteme noch deren Institutionalisierung selbstverständlich. Durch den Zusammenbruch des Staatsapparates der DDR und das Wirken verschiedenster Kräfte zu dessen Transformation mussten zu allen gesellschaftspolitischen Fragen neue Deutungshorizonte erst gefunden werden.

Selbst laut der SED-Nachfolgepartei PDS hieß das in Bezug auf die DDR-Presse, dass Diskussionen über eine freie Presse vor dem Hintergrund „der Monopolisierung öffentlicher Meinung über die Medien“ durch den einstigen „Monopolanspruch der SED“ geführt wurden (Medienpolitische Grundlinien 1990, 2). Ziel der Menschen, die 1989 auf den Straßen der DDR demonstrierten, war also der Bruch des SED-Informationsmonopols und die Durchsetzung der Meinungs-, Medien- und Informationsfreiheit in der DDR (vgl. Grundsatzempfehlungen Volkskammerausschuss 1990). Hier war das BRD-Pressesystem allerdings nicht das Maß aller Dinge. Weder war eine privatwirtschaftliche Organisation der Presse selbstverständlich noch deren rechtliche, politische oder journalistische Ausgestaltung. Vielmehr suchten alle im Reformprozess befindlichen Verlage, Zeitungen, Redakteur*innen und Journalist*innen neue Antworten auf gesellschaftspolitische Fragen. Das hieß: Planstrukturen aufbrechen, eine „freie Presse“ neu definieren, und zwar praktisch und nicht als rhetorisches Mittel. Die Suche galt neuen Wegen für eine bessere Presse.

Ausgangspunkt der Analyse dieses Beitrags ist dieser ursprüngliche Demokratisierungsimpuls. Denn für die Reform der DDR-Medien wurden gleich drei Institutionen gegründet: der überparteiliche basisdemokratische Medienkontrollrat (MKR), der auf dem Beschluss zur Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit vom 5. Februar 1990 gründete, das nach der Wahl am 18. März 1990 gebildete Ministerium für Medienpolitik (MfM) sowie der im April 1990 gegründete Ausschuss für Presse und Medien der Volkskammer. Ziel aller war es, wie

Medienminister Gottfried Müller im April 1990 betonte, grundlegende Probleme in der DDR selbst anzugehen. Es sei keine Lösung, „einfach westliche Modelle und Vorstellungen [zu] übernehmen oder [zu] imitieren“ (Wienert 1990). Auch der Vorsitzende des Volkskammer-Ausschusses, Jürgen Schwarz, erklärte noch im Juni 1990, die Wiedervereinigung beider deutscher Staaten bedeute nicht zwangsläufig, dass die DDR das System der Bundesrepublik übernehmen müsse. Vielmehr gebe es „unvorstellbar viele Vorstellungen, was aus den Medien der DDR noch werden kann“ (DS Kultur 1990). Dabei plädierte der MKR für eine eigenständige, wirtschaftlich und politisch unabhängige DDR-Presse. Ziel des Rates war, als „moralisch-appellative Instanz [...] die Meinungsvielfalt und Auswahlfreiheit für den mündigen Bürger vor erneuter Vermachtung ebenso zu schützen wie vor deformierter Vermarktung“ (Ergebnisprotokoll 1990). Hierfür hielt der MKR öffentliche Anhörungen ab und formulierte bis zum 3. Oktober 1990 Medienreform-Empfehlungen für die DDR-Regierung (vgl. Brüning 1990). Das Ziel einer eigenständigen Presse aber fiel, laut Rat, schon bald den „frühkapitalistischen Wild-West-Praktiken“ der BRD-Verlage zum Opfer (Bäcker 1990).

Denn parallel zu den politischen Reforminitiativen in der DDR engagierten sich BRD-Verlage schon ab November 1989 in der DDR, bauten Geschäftsbeziehungen auf, schlossen Kooperationen und schufen nicht selten Fakten ohne rechtliche Grundlage. Mit diesem Engagement kamen eine Reihe neuer Probleme, vor allem aber das Ideensystem einer privatwirtschaftlich organisierten Presse, das aus dem gesellschaftspolitischen Kontext der BRD heraus an klare Politik- und Marktinteressen gekoppelt war, die auf den Osten ausgedehnt wurden. Im April 1990 beschwerte sich MKR-Mitglied Wolfgang Kleinwächter, auf dem Pressemarkt, „machen sich BRD-Verlage breit, als gäbe es gar keinen Medienkontrollrat!“ (vgl. Mit beschränkten Vollmachten 1990). Prinzipien und Beschwerden des MKR würden ignoriert, die Interessen einer sich transformierenden oder neugegründeten DDR-Presse würden bei der Durchsetzung eigener Ziele übergangen. Auch Medienminister Müller betonte in Interviews wiederholt, „daß das zarte Pflänzchen Pressefreiheit nicht an altem und neuem Unkraut, das auf dem Pressemarkt auch wuchert, erstickt“ werden dürfe (Bischoff 1990). Indem BRD-Verlage versuchten, „den DDR-Zeitungsmarkt zu erobern“, trafen sie „die Zeitungen [der DDR] [...] in der verwundbarsten Phase ihrer Geschichte“ (ebd.). Dieser Eroberung hatte ein schwacher, sich transformierender Staat wenig entgegenzu-

setzen. Die Frage, wie diese von den Verlagen selbst legitimiert und praktisch durchgesetzt wurde, leitet die Kritik der „freien Presse“ im Folgenden an.

3 Die „freie Presse“ expandiert

Am 8. Mai 1990, zwei Monate vor der Währungs-, Wirtschafts- und Sozialunion zwischen BRD und DDR, trafen sich Vertreter der vier Großverlage Heinrich Bauer, Axel Springer, Gruner + Jahr (G+J) und Burda im gerade gegründeten Ministerium für Medienpolitik (MfM) und plädierten für eine freie Presse. Sie hofften, rückwirkend die offizielle Genehmigung für den Pressevertrieb zu bekommen, den die Verlage seit Anfang März ohne Genehmigung in der DDR aufgebaut und durch den sie seither große Mengen eigener Titel importiert hatten.

Empfangen wurden die Vertreter von DDR-Medienminister Müller. Als er den Anwesenden vor Gesprächsbeginn eine Verordnung überreichte, nach der ihr verlagsabhängiger Pressevertrieb rechtswidrig war, wurde Empörung laut. Die Vertreter argumentierten, die Verlage hätten bereits beträchtliche Investitionen getätigt und Infrastrukturen für den Pressevertrieb „aus dem Nichts“ aufgebaut (vgl. Springer 1990, 12). Sie hätten so mitgeholfen, eine freie Presse in die DDR zu bringen. Springer-Vertreter Horst Keiser sprach von einem „massiven Eingriff in die Pressefreiheit“ und betonte, der Verlag „könne sich nicht gefallen lassen, in den Verdacht der ungesetzlichen Handlungen zu kommen“ (Bachmann 1990a, 3-4). Bauer-Vertreter Peter Heidenreich wiederum bezweifelte, dass die Verordnung überhaupt demokratisch war. Eine derart weitreichende systemische Entscheidung „dürfe nicht als Verordnung getroffen werden, die sich noch dazu auf den Medienbeschluss [vom Februar 1990] der nicht demokratisch legitimierten Volkskammer“ beziehe (ebd., 3). Hierfür bräuchte es ein Gesetz. Sollte die Verordnung bestehen bleiben, so die Vertreter, würden die Verlage nicht mehr investieren und die DDR sofort verlassen.

Müller, dessen Ministerium einen „kultivierten Übergang in die Medienfreiheit“ gewährleisten sollte, betonte, auch er wolle eine freie Presse (Brüning 1990). Diese bräuchte aber einen verlagsunabhängigen Vertrieb, denn nur dieser stelle Neutralität und gleiche Marktchancen für *alle* Verlage sicher. Die Großverlage seien mit dem Aufbau ihres eigenen,

exklusiven Vertriebssystems „bewußt in eine Grauzone, in rechtsfreie Räume, vorgestoßen“ (Bachmann 1990a, 2). Man habe hier, so Müller während des Treffens, „nach dem Scheitern des real existierenden Sozialismus wohl den real existierenden Kapitalismus demonstrieren wollen“ (ebd.). Eine sich entwickelnde und in vieler Hinsicht benachteiligte freie Presse in der DDR könne durch eine Flut westdeutscher Presse zudem erstickt werden. „Die Verordnung“, so schloss Müller, „richtet sich nicht gegen, sondern schützt die Pressefreiheit“ (ebd., 4).

Diese Episode, Höhepunkt intensiver Verhandlungen und breit gestreuter Informationskampagnen, steht beispielhaft für das frühe Agieren westdeutscher Verlage in der DDR-Presselandschaft (detailliert nachzulesen in Tröger 2019). In ihr manifestieren sich rhetorische Elemente zweier Ideologien einer freien Presse: Die Verlagsvertreter wollten eine im westlich-kapitalistischen Sinn freie Presse in die DDR bringen, das MfM wollte eine freie Presse nach demokratischen Idealen in Abgrenzung zum SED-Informationsmonopol schaffen. Beides war nicht unbedingt miteinander vereinbar: Die von Müller angesprochene „Presseflut“ unter Nutzung der rechtlichen „Grauzone“ durch die BRD-Verlage bedrohte nicht nur die wirtschaftliche Existenz der vielen Zeitungsneugründungen in der DDR. Sie setzte früh den wirtschaftspolitischen Rahmen der DDR-Pressereform selbst. Denn mit den frühen Zeitungsimporten kamen mehr als nur westdeutsche Titel. Durch sie traf eine werbefinanzierte, dem Markt verhaftete, flexibel agierende Presse auf eine staatlich finanzierte, von Planstrukturen abhängige Presse, die sich nun dem plötzlich einsetzenden Wettbewerb stellen musste.

3.1 *Der deutsch-deutsche Presseaustausch*

Der politische Rahmen für diese Entwicklung wurde am 19. Dezember 1989 auf dem ersten Treffen der Regierungschefs Helmut Kohl und Hans Modrow in Dresden gesetzt. Beide wollten den freien Presseaustausch. In einer gemeinsamen Pressemitteilung unterstrichen sie

„die große Bedeutung einer freien und umfassenden Information durch Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Rundfunk und Fernsehen. Sie kamen überein, wechselseitig den Vertrieb und Bezug von Zeitungen und Zeitschriften zu ermöglichen und die Verbreitung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen zu fördern. Die dabei auftretenden technischen und kommerziellen Fragen sollen in einer Gruppe von Experten behandelt werden“ (Gemeinsame Mitteilung der Regierungschefs 1989).

Solche deutsch-deutschen Expertengruppen wurden zu einer Reihe wirtschaftlicher und politischer Fragen gegründet; das erste deutsch-deutsche Mediengespräch fand am 8. Februar 1990 im Bundesministerium des Innern (BMI) in Bonn statt. In diesem Gespräch unterstrich Staatssekretär Hans Neusel das große Interesse der BRD an einer freien und unabhängigen Presse in der DDR und die Aufmerksamkeit, die der Beschluss zur Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit vom 5. Februar erregt hatte. Dieser sei, laut Neusel, zweifellos ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung (z. B. durch den Medienzugang aller Parteien vor der Wahl), er entspreche aber nicht hundertprozentig den Überzeugungen der BRD (Bachmann 1990b).

Zum einen sollte laut Beschluss ein unparteilicher, beratender Medienkontrollrat (MKR) gegründet werden, der die Umsetzung eines noch zu erarbeitenden Mediengesetzes gewährleisten sollte. Letzteres widersprach der BRD-Rahmengesetzgebung durch das Grundgesetz und deren Spezifizierung durch Landespressegesetze. Zum anderen bedurfte „jede Eigentumsbeteiligung an Medien der DDR durch Ausländer“ einer Zustimmung des MKR, womit die „Eigenständigkeit der Medien“ gewährleistet werden sollte (Beschluss der Volkskammer 1990). Das aber widersprach der Praxis der freien Marktwirtschaft. Außerdem hatten die „Mitarbeiter der Medien“ laut Beschluss „das Recht, die Ausarbeitung eines Materials zu verweigern, wenn Themenstellung und Auftrag ihren persönlichen Überzeugungen widersprechen“ (ebd.). Dieser Fokus auf die innere Pressefreiheit (also die Autonomie der Journalist*innen gegenüber ihren Vorgesetzten) unterschied sich vom westdeutschen Modell des Tendenzschutzes (dem Vorrang institutioneller Autorität). Kurz: Der Beschluss entsprach weder den Grundsätzen noch Praktiken der BRD und bedurfte daher Änderungen.

Der DDR-Delegationsvorsitzende Ralf Bachmann vom Presse- und Informationsdienst der DDR betonte, der Beschluss sei vorübergehend; vieles in Sprache und Regelung sei den gegenwärtigen Bedingungen und der bevorstehenden Wahl am 18. März geschuldet. Was jetzt zähle, seien aktuelle Probleme. Eine Reihe von Voraussetzungen müssten erfüllt sein, um einen *wechselseitigen* Austausch, also auch eine Öffnung des BRD-Marktes für DDR-Zeitungen, zu ermöglichen. Neben Papier- und Ressourcenknappheit sei der Bekanntheitsgrad ostdeutscher Titel in der BRD wesentlich geringer als andersherum. Ein Presseaustausch bedürfe daher „unterstützender Werbung“ in der BRD, mehrerer Tonnen Papier und

„solidarische[r] Unterstützung“ mit Druckkapazitäten (Bachmann 1990b, 2). BMI-Staatssekretär Neusel erklärte, alle Vorschläge würden geprüft, fügte aber hinzu, auch BRD-Verlegerverbände könnten helfen. Nach dem Expertengespräch fand daher ein Treffen der DDR-Delegation mit führenden Vertretern des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) statt (ebd., 3).

Zu einem Presseaustausch kam es allerdings nie. Denn das politische Ziel verbarg wirtschaftliche Realitäten, in der eine materiell und technisch überlegene, kommerziell organisierten Presse eines übersättigten BRD-Pressemarktes auf eine medial unterversorgte DDR-Bevölkerung und eine Presselandschaft traf, die weder kommerziell organisiert war noch die nötigen Voraussetzungen für zusätzliche Export-Produktion hatte. Das machte den Export der DDR-Presse in die BRD und damit den *Presseaustausch* illusorisch. Vielmehr bot die Übereinkunft zwischen Kohl und Modrow die politische Grundlage für den einseitigen *Pressetransfer* westdeutscher Presseprodukte in die DDR. Während der Import auf DDR-Seite durchaus gewollt war, spielte er strukturell in die Hände der BRD-Verlage.

3.2 *Das BMI und die Großverlage*

Bereits am 14. Februar 1990 fand im BMI unter Leitung des BMI-Ministerialdirektors Erich Schaible ein Treffen mit Mitgliedern des zweiten großen Verlegerverbandes der BRD, des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) statt. Auf dem Treffen sollte die Frage des systematischen Vertriebs westdeutscher Titel in der DDR geklärt werden. Anwesend war auch Springer-Vertreter Gerd Leilich. Springer hatte seit Mitte Januar 1990 vergeblich versucht, zusammen mit G+J, Bauer und Burda ein Vertriebs-Joint-Venture mit dem Ministerium für Post und Fernmeldewesen (MPF) der DDR zu gründen. Über dieses sollten ursprünglich ca. 100 BRD-Titel (70 Prozent davon aus den vier Großverlagen) in die DDR importiert werden. Nach dem Scheitern dieser Verhandlungen, auch aufgrund starker Proteste kleiner und mittelständischer BRD-Verlage, argumentierte Leilich nun, dass für die „notwendige schnelle Versorgung der DDR-Bevölkerung mit bundesdeutscher Presse“ vor den Wahlen eine schnelle Startphase erforderlich sei (Wagner 1990, 3). „Dies könne nur durch flexible und unkonventionelle Handlungsweise“ geleistet werden (ebd.).

Das BMI war diesen Plänen nicht abgeneigt. Zwar gebe es in Bezug auf den Import westdeutscher Presseprodukte in die DDR „jetzt bereits Regelungsbedarf“ in Bezug auf Zölle und Steuern (die nicht gezahlt wurden) oder Preise (die nicht feststanden), die „Aktivitäten von Verlagen in rechtlichen Grauzonen“ der DDR sollten, so das BMI, aber fortbestehen (ebd., 4). Denn: „Bis zur Wahl erscheinen Eigeninitiativen der Verlage als zur Zeit einziger Lösungsansatz für den Vertrieb bundesdeutscher Presse und werden ausdrücklich gutgeheißen“ (ebd.). Indem das BMI den Informationsfluss für die DDR-Wahl, die stark von parteipolitischen Interessen der Bundesrepublik beeinflusst wurde, durch eine westliche „freie Presse“ sichern wollte, legte es den politischen Grundstein für die Erschließung des DDR-Marktes durch BRD-Verlage.

Dabei stand BMI-Ministerialdirektor Schaible, der auch bei dem Expertengespräch am 8. Februar dabei gewesen war, in engem Kontakt mit den Großverlagen. Er informierte die DDR-Regierung darüber,

„daß in den Direktionsetagen der Großverlage, besonders bei Springer, große Enttäuschung herrschte, daß man trotz des ‚großzügigen Angebots, eine Versorgung der DDR mit westlichen Zeitungen noch vor den Wahlen zu gewährleisten und dafür große Mittel einzusetzen‘, so ins Gerede gekommen sei“ (Bachmann 1990b, 2-3).

Denn die Verhandlungen zwischen den Verlagen und dem DDR-Postministerium waren als „Geheimverhandlungen“ zwischen westlichen Wirtschaftsmonopolen und einem früheren DDR-Staatsmonopol in Verruf geraten (vgl. Deutsche Presse-Agentur 1990a). Nun nutzten die Verlage den VDZ als Sprachrohr, um diese Behauptungen als „unzutreffend qualifiziert“ abzublocken (Pressenotiz 1990). Die Verhandlungen seien weder geheim gelaufen, noch strebten die Verlage einen Exklusivvertrieb ihrer Titel an. Im Gegenteil, sie wollten ein „wettbewerbsneutrales und für jeden verkäuflichen Titel offenes Vertriebssystem“, all ihre Investitionen basierten auf diesem Prinzip (ebd.).

Laut G+J-Vorstandsvorsitzendem Gerd Schulte-Hillen (1990) waren es die Beschwerden über den großen Einfluss ehemaliger SED-Zeitungen, die vor den Wahlen einen verbesserten Zugang der DDR-Wähler zu freien Informationen nötig machten. Es sei notwendig, betonten die Verlage öffentlich, „rasch westliche Presse [...] umfassend und flächendeckend in der DDR zu verbreiten“ (Pressemitteilung 1990). Das mache jede Einflussnahme gegen dieses Vorhaben „verantwortungslos“, denn bei einem Scheitern

„würde die umfassende Versorgung der DDR-Bürger mit dem Presseangebot der Bundesrepublik und der Aufbau eines auf Dauer leistungsfähigen Pressevertriebsystems verzögert und das Recht der DDR-Bürger auf freie Information blockiert“ (ebd.).

Letztlich gehe es also, unterstrichen die Verlage, um den demokratischen Meinungsbildungsprozess in der DDR. Hier zählte laut Schulte-Hillen (1990) schnelles Handeln, nicht „langes Überlegen“ oder „Ausverhandeln“. In Anbetracht der politischen Lage war ein „politisches und rechtliches Absichern des Vertriebs von Presseprodukten“ zweitrangig. „Niemand,“ unterstrich er, wolle „ein Oligopol oder ein Monopol installieren“. Jeder Verlag oder Vertreiber aus der BRD könne in der DDR tätig werden, unabhängig von den Handlungen einzelner Großverlage.

Dass Schulte-Hillen die DDR damit zum Spielball westdeutscher Verlagsinteressen machte, wurde jedenfalls auf bundesdeutscher Seite von keiner Interessengruppe hinterfragt. Auch nicht von mittelständischen Verlagen, die in ihrem Protest gegen den Exklusivvertrieb der Großverlage gleiche Marktchancen forderten, damit aber vor allem die Chancen der BRD-Verlage meinten. Auch die Tatsache, dass alle Konzepte zur umfassenden Versorgung der DDR-Bevölkerung mit westdeutscher Presse in der G+J-Zentrale in Hamburg entworfen worden waren, problematisierten der VDZ, die Großverlage und das BMI nicht. Letztlich informierte BMI-Mann Schaible die DDR-Regierung darüber, dass die Großverlage nach dem Scheitern der Verhandlungen mit der DDR jetzt über einen Direktvertrieb ihrer Titel nachdachten (Bachmann 1990b, 3).

3.3 Der „Presse-Coup“

Der DDR-Direktvertrieb, das heißt der Verlagsvertrieb der Großverlage ohne rechtliche Genehmigung der DDR, startete am 5. März 1990. Die Nachrichtenagentur dpa nannte es den „Presse-Coup der ‚Vier Großen‘“ (Deutsche Presse-Agentur 1990a, 6) und meinte damit das Abstecken regionaler DDR-Vertriebsgebiete durch Springer, Bauer, Burda und G+J. Laut G+J-Vertreter Andreas Ruppert hatten die Verlage alles geklärt: Springer belieferte den Süden, Bauer den Norden, Burda die Region Suhl in Thüringen und G+J den östlichen Teil der DDR, wobei die Verlage sich zum gegenseitigen Vertrieb ihrer Produkte verpflichteten (Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst 1990a). Die Verlagsauslieferung startete an ca. 3.300 Verkaufsstellen mit etwa 70 Titeln (Herkele 1990, 52). Dazu

gehörten auch Produkte mittelständischer BRD-Verlage, vor allem aber die Titel der „Viererbände“ – ein Begriff, von dem Bauer-PR-Chef Roman Köster hoffte, er wäre ein Scherz (NDR-Interview 1990). Der Vertrieb vor allem eigener Titel sei logistischen Gründen geschuldet. Der Marktvorsprung, den die Großverlage dadurch erhielten, blieb unerwähnt. Sie betonten stattdessen, das verlagsabhängige System sei nur eine „Anlaufhilfe für die DDR“ mit dem Ziel, zu gegebener Zeit allen eine Chance auf dem Markt zu geben (Deutsche Presse-Agentur 1990a, 6; vgl. auch Geschäftsführer Hilbertz 1990). Davon würden auch die DDR-Verlage profitieren, denn laut Köster wollten die Großverlage ein System, „das die DDR-Verlage besonders schützt“ (NDR-Interview 1990).

Vom besonderen Schutz merkten die DDR-Zeitungen allerdings wenig. Abhängig vom veralteten Postzeitungsvertrieb (PZV) liefen ihre Proteste ins Leere. Auch der Runde Tisch, der MKR und der Verband der Journalisten der DDR beschwerten sich gegen die „neokolonialistische Aufteilung des DDR-Medienmarktes durch BRD-Großverlage“ (Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst 1990b). Mit „hemdsärmeligen Methoden und unter weitgehender Mißachtung geltender Gesetze“, protestierte der Verband der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger der DDR (VZZD), würden BRD-Verlage in der DDR gerade so agieren, als gäbe es keine Gesetze (vgl. Medienfreiheit in Gefahr 1990).

Da der Direktvertrieb allerdings nur Wochen vor der Wahl begann, konnte die Regierung der DDR schwer gegen ihn vorgehen. Der DDR-Ministerrat unterstrich aber: „Der de facto monopolisierte Vertrieb von Printmedien bestimmter BRD-Verlage führt eindeutig zu einer starken Wettbewerbsverzerrung und wäre nach dem Kartellgesetz der BRD *unzulässig*“ (Arnold 1990, Kursivierung der Autorin). Er empfahl den betroffenen DDR-Verlagen, durch ihre Zeitungen auf diese Missstände aufmerksam zu machen und alsbald die neue Regierung aufzufordern, gegen unlautere Wettbewerbsmethoden vorzugehen.

4 Die „freie Presse“ im Preiskrieg

Dem systematischen Pressetransfer in die DDR folgte nur zwei Wochen später ein beispielloser Preiskrieg finanzstarker BRD-Verlage. Laut *Publizistik und Kunst* war dessen „Initialzündung“, als die Verlage Burda und Gong begannen, ihre neue Programmzeitschrift *Super TV* im

Währungsverhältnis 1:1 (nicht zum offiziellen Währungskurs 1:3) zu verkaufen (vgl. Herkel 1990, 54). Damit fielen die Preise im ganzen Segment der Fernsehzeitschriften. Im Mai 1990 wurden dann alle BRD-Titel zu einem 1:1 Preisverhältnis verkauft (ebd.; Deutsche Presse-Agentur 1990a, 7). Dies sei ein „Wildwuchs in der Preisgestaltung“, protestierte Wolfgang Fürstner, verantwortlich für Ostaktivitäten im VDZ, im März 1990. Denn westdeutsche Presse wurde de facto zu „etwa einem Drittel des westdeutschen Verkaufspreises“ angeboten (Fürstner 1990, 14). Weder konnten so Produktionskosten eingespielt noch, laut MPF, ein Mindestmaß an „Chancengleichheit der DDR-Presse im Konkurrenzkampf mit den westlichen Print-Medien gewährleistet“ werden (Minister MPF 1990, 2).

Im Gegenteil. Ab dem 1. April 1990 wurden die Subventionen für DDR-Zeitungen gestrichen und die Verlage mussten in kürzester Zeit andere Einnahmequellen finden. Die meisten Zeitungen verdoppelten oder verdreifachten zunächst ihre Preise (Herkel 1990, 50). Die Suche nach alternativen Finanzierungsquellen führte schnell zu Werbung und westdeutschem Kapital. Allerdings bedurfte Werbung einer Infrastruktur, wie Verkaufs- und Marketingbüros (die es bis dato nicht gab) oder Leser-Adresslisten, die beim PZV lagen. So wurde auch hier westdeutsche Expertise wichtig, was die Abhängigkeiten ostdeutscher Zeitungen – neben der von Kapitalinvestitionen – weiter verstärkte.

VDZ-Funktionär Fürstner (1990, 14) betonte zudem, DDR-Verlage hätten im Versuch, sich über Vertriebs- und Anzeigenerlöse kostendeckend zu finanzieren, erhebliche Nachteile: Die „Qualitätsstandards der Drucktechnik, die Papierqualität, das Anleihengeschäft und die vorhandenen Vertriebswege“ der DDR-Presse könnten „in keiner Weise dem Wettbewerb mit westdeutschen Produkten standhalten“. Dies, so Fürstner, „führt geradezu zwangsläufig zu einem Verdrängungswettbewerb auf dem Boden der DDR, der die DDR-Verlage in kürzester Frist in den Bankerott [sic] treiben wird“ (ebd.). Fürstner, der sich grundsätzlich für den verlagsabhängigen Vertrieb der Großverlage einsetzte, appellierte an alle BRD-Verlage zur Selbstregulierung und sah damit nicht, dass ebendieser Vertrieb den Preiskrieg bedingte. Seiner Ansicht nach standen BRD-Verlage in der Verantwortung, gerade am Anfang einer marktwirtschaftlichen Orientierung den Bestand der DDR-Verlage zu schützen; sein Appell brachte aber nichts.

„Wir können uns nicht anders als marktgerecht verhalten“, meinte Springer-Sprecher Heiner Bremer, während G+J-Sprecher Christoph

Keese sein Bedauern darüber äußerte, „daß durch diese Entwicklung DDR-Verlage in Gefahr geraten können“ (Deutsche Presse-Agentur 1990b). War es ursprünglich um deren „Schutz“ gegangen, war nach Sicht der *Welt* der jetzt eingetretene „Mißstand [...] sicherlich ungewollt von den Großverlagen“, letztlich gehe es ja auch um die Versorgung der DDR-Bürger mit Informationen (Dose 1990). Außerdem würden, laut Jahreszeiten-Sprecher Stefan Teschke, DDR-Verlage „mit Sicherheit nicht durch Preisabsprachen westdeutscher Verlage gerettet“ (Deutsche Presse-Agentur 1990b). Und damit hatte er teilweise auch recht.

Denn Dumpingpreis-Strategien allein waren nicht der Grund für die massiven Wettbewerbsnachteile der DDR-Verlage, sondern die Kombination der von Fürstner dargelegten Probleme. Für *Publizistik und Kunst* war die „aggressive Preispolitik“ letztlich nur der Hebel für einen sich ausweitenden Konkurrenzkampf westdeutscher Verlage auf dem DDR-Printmarkt“ (Herkel 1990, 54). Die Last trugen die DDR-Zeitungen, denn andere Probleme wurden durch diesen frühen Marktdruck wenn nicht verursacht, doch immerhin verstärkt.

5 Die scheinbar neutrale Bundesregierung

Der Vertrieb der „Großen Vier“ nahm, wie die Beschwerden gegen ihn, bis Ende März 1990 stark zu. Die „[m]assive Kritik in zahlreichen Zeitungen“, schrieb Ralf Bachmann (1990c, 1) vom Presse- und Informationsdienst der DDR in einer offiziellen Beschwerde an das BMI, sowie „Hinweise des Medienkontrollrates, Resolutionen des Journalistenverbandes, von Gewerkschaften und Belegschaften in der DDR und unsere eigene Besorgnis“ blieben ergebnislos. Dabei gefährdeten die Großverlage wesentlich die Existenz der DDR-Zeitungen. Außerdem agierten sie mit ihrer Vertriebs- und Preispolitik gegen die Interessen mittelständischer BRD-Verlage. „Wir ersuchen Sie deshalb“, schrieb Bachmann, „Einfluß darauf zu nehmen, daß die Großverlage ihre Aktionen einstellen und zu einem normalen Geschäftsgebaren zurückkehren“ (ebd., 2). Immerhin habe sich das BMI auf dem Expertentreffen am 8. Februar bereit erklärt, an einer gemeinsamen Lösung zu arbeiten. Jetzt müsse es im Interesse aller beteiligten Parteien handeln.

Adressat dieses Briefes war Dietrich Hübner, der ebenfalls am deutsch-deutschen Mediengespräch teilgenommen hatte. Eine Antwort

ließ nicht lange auf sich warten. Allerdings kam sie nicht in Form eines Briefes, sondern als Pressemitteilung und nicht vom Ministerium, sondern von den Großverlagen. Sie erklärten, der Presse- und Informationsdienst der DDR habe das BMI gebeten, den Pressevertrieb zu stoppen. Das sei ein Eingriff in die Pressefreiheit (Bachmann 1990d, 2).

Bachmann, mehr von der Auslegung seines Schreibens geschockt als von den Kommunikationsflüssen zwischen dem BMI und den Verlagen, erklärte seinerseits, die Regierung der DDR habe ihre volle Bereitschaft bekundet, „alle Voraussetzungen für eine volle Informationsfreiheit zu garantieren“, was allerdings „untrennbar mit der Gewährleistung des Prinzips der Chancengleichheit verbunden“ sei (ebd., 1; auch Bachmann 1990c, 2.). Die Stellungnahme der Großverlage erwecke zudem den Eindruck, „als gäbe es in der DDR überhaupt keinen Zeitungsgroßhandel, obwohl sie noch vor wenigen Wochen mit dem Postzeitungsvertrieb der DDR ein Joint venture [sic] auch zum Vertrieb ihrer Printmedien in der DDR eingehen wollten“ (Bachmann 1990d, 1). Trotz des Scheiterns dieser Verhandlungen müssten Entscheidungen über den DDR-Pressevertrieb doch weiterhin in erster Linie mit *DDR*-Institutionen geführt werden (ebd., 2).

Am 9. April 1990 antwortete dann auch Hübner. Er ließ allerdings wenig Zweifel daran, dass das BMI keine Hilfe anbieten würde. Es habe „keinerlei rechtliche Handhabe“ bezüglich des Pressevertriebs oder der Verkaufspreise westdeutscher Verlage in der DDR (Hübner 1990).

„Inwieweit Verlage aus der Bundesrepublik Deutschland geltende Bestimmungen in der DDR umgehen sollten, fällt nicht in die Beurteilung und Zuständigkeit der Bundesrepublik Deutschland. Ein Verstoß gegenüber der Rechtslage in der Bundesrepublik Deutschland liegt nicht vor“ (ebd.).

Die Bundesregierung, so Hübner, hätte bei den deutsch-deutschen Mediengesprächen erklärt, „daß ihr an dem Ausbau der Pressevielfalt gelegen sei“ (ebd.). Hierzu gehöre natürlich „die Erhaltung einer möglichst großen Zahl eigenständiger und wirtschaftlich leistungsfähiger Presseunternehmen in der DDR“ (ebd.). Leider habe es seither kein weiteres Expertengespräch gegeben, auf der diese Frage hätte diskutiert werden können. Der Bundesinnenminister habe dennoch „im Einvernehmen mit den Bundesressorts, den Ländern und dem Bundeskartellamt“ unentwegt an medienpolitisch akzeptablen Grundsätzen gearbeitet (ebd.). Allerdings, so informierte Hübner Bachmann, hatten die Vertreter von Burda, Bauer, Springer und G+J mittlerweile „ein Beteiligungsmodell vorgestellt, das

aus Sicht des Bundeskartellamtes tolerabel ist“ (ebd.). Es sei jetzt „Sache der DDR zu entscheiden, ob sie dieses Modell akzeptieren will“ (ebd.).

Die DDR-Regierung konnte also auf keine Hilfe hoffen. Sie wurde vor eine Wahl gestellt, die keine war. Der Verweis des BMI auf das neu entwickelte (verlagsabhängige) Modell der Verlage übertrug die Zuständigkeit auf eine Wirtschaftsgruppe. Das BMI entließ sich selbst aus der politischen Verantwortung, indem es eigene fehlende Kompetenzen in der DDR unterstrich. Die Gespräche des BMI mit den BRD-Verlagsgruppen ließ Hübner aus, und das, obwohl sich aus diesen Gesprächen genau jene Konzepte entwickelte hatten, die Grundlage der „Grundsätze“ des BMI zum DDR-Presservertrieb wurden.

6 Fazit

Laut der DDR-Zeitung *Bauern Echo* war die Mai-Verordnung des MfM (siehe Abschnitt 2) zum Presservertrieb der DDR der Versuch, „die erstrittene Pressefreiheit nicht nur zu predigen, sondern sie auch ständig zu praktizieren“ (Krause 1990). Die im Springer-Verlag erscheinende *Welt* titelte dagegen: „DDR schränkt Freiheit der Presse wieder ein“ (Dose 1990). Die Verordnung beschneide den Verkauf westdeutscher Presse im Osten, das ginge zu Lasten der DDR-Bürger – für sie sei es nun wesentlich schwieriger, „westliche Druck-Erzeugnisse zu erwerben“ (ebd.).

Dies zeigt noch einmal deutlich, wie die Rhetorik der (westlich) freien Presse im Namen der Informationsfreiheit der DDR-Bürger von politischen und wirtschaftlichen Gruppen der BRD genutzt wurde, um ihre Interessen im Osten durchzusetzen. Das Argument der „freien Presse“ bezog sich vor allem auf die „freie westdeutsche Presse“ auf dem Gebiet der DDR. Sie legitimierte zum einen die „Vertriebsaufteilung“ der DDR durch die Großverlage, vorbei an Gesetzen, staatlicher Souveränität und den Protesten aller DDR-Institutionen. Zum anderen begründete und legitimierte sie den kurz darauf einsetzenden Preiskrieg, durch den die Verlage ihren Konkurrenzkampf auf die DDR ausdehnten.

Dabei unterstützte das BMI ganz praktisch die Idee, dass eine „freie Presse“ in die DDR kommen und weniger von innen wachsen sollte. Die Interessen des BMI trafen die der Verlage in dem Ziel, Informationen aus Westdeutschland an eine DDR-Leserschaft zu bringen. Das Motiv des BMI war die anstehende Wahl, das der Verlage die Erschließung eines

Marktes. Damit nutzte das BMI, auf mangelnde Zuständigkeit verweisend, den Marktandrang der Verlage, um den politischen Prozess in der DDR zu beeinflussen, und forcierte so frühzeitig einen einheitlichen deutschen Medienmarkt. Proteste der DDR und Regulierungsversuche wurden übergangen.

Im Kampf um die DDR-Pressefreiheit standen sich so zwei scheinbar konträre Ideologien gegenüber: eine „freie Presse“ durch einen „freien Markt“ der Expansion (BRD) oder durch dessen Regulierung für inneres Wachstum (DDR). Der „freie Markt“ gewann, natürlich nicht „dereguliert“. Denn auch die marktgesteuerte Erschließung des ostdeutschen Pressesektors bedurfte ordnungspolitischer Rahmenbedingungen (vgl. Knoche 2013). Die Frage war also nicht, ob reguliert oder dereguliert wurde, sondern wessen Interessen bei der Regulierung berücksichtigt wurden und wessen nicht. Die Interessen der DDR-Zeitungen und Zeitschriften jedenfalls nicht. Sie waren in vieler Hinsicht strukturell benachteiligt, kämpften früh gegen aggressive Wettbewerbsmethoden und wurden letztlich durch ihre BRD-Konkurrenten übernommen oder gingen bankrott.

Literatur

- Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst. 1990a. Medienexperte: DDR-Medienmarkt ist aufgeteilt - Interesse an regionalen Zeitungen, 29. Mai 1990.
- Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst. 1990b. VDJ protestiert gegen Aufteilung des DDR-Medienmarktes. 22. März 1990.
- Arnold. 1990. Fax des Sekretariats des Ministerrates an Leipziger Volkszeitung, o. D. [nach 12. März 1990], BArch DC9/1051.
- Bachmann, Ralf. 1990a. Aktennotiz über ein Gespräch mit BRD-Verlagen, 8. Mai 1990, S. 3-4, Privatarchiv Ralf Bachmann.
- Bachmann, Ralf. 1990b. Kurzinformation über Expertengespräche DDR-BRD zur Zusammenarbeit im Bereich Presse, Funk und Fernsehen, Berlin, 10. Februar 1990, S. 1, BArch DC9/1052.
- Bachmann, Ralf. 1990c. Brief, Presse- und Informationsdienst der DDR an Dietrich Hübner, Bundesministerium des Innern, Berlin, 30. März 1990, S. 1, BArch DC9/1052.
- Bachmann, Ralf. 1990d. Pressemitteilung, Erklärung, Bachmann, o. D. [Anfang April], S. 2, BArch DC9/1052.
- Bächer, Gerhard. o. D. [14. März 1990?]. Notizen. Archiv Grünes Gedächtnis / B.V.3 - Grüne Partei DDR, Box 27-30, Akte 30.

- Bericht des Ausschusses für Kultur, Jugend, Bildung und Medien über Medienkonzentration und Meinungsvielfalt, A3-0153/91, PE 152.265/endg., Europäisches Parlament, 27. April 1992, S. 13, Archiv des Liberalismus, FDP Medienkommission/24548.
- Beschluß der Volkskammer über die Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit, Gesetzgebungskommission Mediengesetz, Entwurf vom 9.1.1990, Runder Tisch, 7. Sitzung, 15. Januar 1990, BArch DA3/7.
- Bischoff, Klaus. 1990. Zarte Pflanze Pressefreiheit. *Berliner Zeitung*, 15. Mai 1990.
- Brüning, Jens. 1990. Anwalt der Länder, die es noch gar nicht gibt. DDR-Medienminister Müller vor dem Kontrollrat. *Süddeutsche Zeitung*, 27. April 1990.
- Ergebnisprotokoll der letzten Medienkontrollratssitzung am 19.9.1990, Berlin, 30. September 1990, Archiv Grünes Gedächtnis / B.V.3 - Grüne Partei DDR, Box 27-30, Akte 30.
- Deutsche Presse-Agentur. 1990a. Hintergrund. Pressemarkt der DDR - Dezember 1989 bis Juli 1990. 10. August 1990, S. 1-17.
- Deutsche Presse-Agentur. 1990b. Bundesdeutsche Verlage liefern sich Preiskrieg in der DDR. o.D. [März 1990].
- Dose, Dieter. 1990. DDR schränkt Freiheit der Presse wieder ein. *Die Welt*, 11. Mai 1990.
- DS Kultur, Rundfunk der DDR, Transkript, Redaktion Monitor, 8.05 Uhr, v. 20.6.90, Medienausschuß der Volkskammer in Bonn (Interview mit Hr. Schwarz), 6. Juni 1990, BArch DC9/1033 (1/2), Hefter 2.
- Fürstner, Wolfgang. 1990. „Die Worte veralten im Mund“. Eine Dokumentation zum Pressevertrieb in der DDR. *textintern*, DDR extra, Nr. 13, 21. März 1990, S. 11-14.
- Gemeinsame Mitteilung der Regierungschefs, *Neues Deutschland*, 20. Dezember 1989.
- Geschäftsführer Hilbertz: Alleingang ist Übergangslösung. Burda beliefert 850 DDR-Händler. *medien aktuell*, Nr. 12, 19. März 1990.
- Grundsatzempfehlungen für die Mediengesetzgebung in den Ländern Berlin, Brandenburg [etc.], Volkskammerausschuß, [o.D.], Anlage zu Brief, Gerhard Bäcker an Landesverbände Grüne Partei, 5. Oktober 1990, Archiv Grünes Gedächtnis / B.V.3 - Grüne Partei DDR, Box 27-30, Akte 30.
- Herkel, Günter. 1990. „Marketing in ausgehungerten Märkten“. *Publizistik und Kunst*, 5/90, S. 50-54.
- Hübner, Dietrich. 1990. Brief des Bundesinnenministeriums an Ralf Bachmann, Presse- und Informationsdienst der Regierung der DDR, Der Bundesminister des Inneren (SM 10-344690-6/1a), 9. April 1990, BArch DC9/1050.
- Jaeggi, Rahel. 2009. „Was ist Ideologiekritik“. In *Was ist Kritik*, herausgegeben von Rahel Jaeggi und Tilo Wesche, 266-295. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Knoche, Manfred. 2013. „Medienkonzentration“. In *Mediensysteme im internationalen Vergleich*, herausgegeben von Barbara Thomaß, 2. Aufl., 135-61. Stuttgart: UTB.
- Krause, Vera. 1990. Endlich Ordnung bei dem Presse-Wildwuchs. *Bauern Echo*, 11. Mai 1990. Medienfreiheit in Gefahr. *Neues Deutschland*, 24. April 1990.
- Medienpolitische Grundlinien der PDS mit Blick auf die Einheit Deutschlands, Entwurf, Vorlage für das Präsidium, Kommission Medienpolitik, Berlin, 14. Juni 1990, S. 2, ADS/PDS-PV-349 (Januar - November 1990, Band II).

- Minister MPF. 1990. Brief des Ministers für Post- und Fernmeldewesen der DDR an Martin Kramer, Vorsitzender des Medienkontrollrates Magdeburg der DDR, 12. April 1990, S. 2, BArch DM3/21121 (1/3).
- Mit beschränkten Vollmachten. Gespräch mit dem Mitglied des Medienkontrollrates Prof. Kleinwächter, *BZ*, 19. April 1990.
- NDR-Interview mit Bauer-PR-Chef Roman Köster. „Niemand wird an die Wand gedrückt“. *medien aktuell*, Nr. 12, 19. März 1990.
- Nerone, John. 2013. „The Historical Roots of the Normative Model of Journalism“. *Journalism* 14 (4): 446–58.
- Nerone, John, Hrsg. 1995. *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- Pressemitteilung, Erklärung der vier Großverlage, 1. Februar 1990.
- Pressenotiz, Verein Deutscher Zeitschriftenverleger e.V., Bonn, 8. Februar 1990. Zu den inneren Interessenkämpfen im VDZ siehe Tröger, 2019.
- Scheub, Ute. 1990. Melancholie. Stimmungsbericht zur Plage der Nation. Ute Scheub (taz vom 24.1.1990). *taz - DDR Journal Nr. 2*, 1990.
- Schulte-Hille, Gerd. 1990. Fünf-Punkte Erklärung des G+J-Vorstandsvorsitzenden Schulte-Hille. „Keine Überschwemmung durch West-Presse“. *medien aktuell*, Nr. 12, 19. März 1990.
- Schumann, Frank. 1990. Pressefreiheit adé. *Junge Welt*, 12. Mai 1990.
- Springer. 1990. Start aus dem Nichts, *Springer Aktuell*, Nr. 1, März 1990, S. 12.
- Tröger, Mandy. 2019, *Pressefrühling und Profit. Wie westdeutsche Verlage 1989/1990 den Osten eroberten*, Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Wagner, Klaus. 1990. Protokoll einer Besprechung im Bundesinnenministerium am 14.2.1990 in Bonn zum Thema Pressevertrieb in der DDR, Bonn, 16. Februar 1990, S. 3, BArch DM3/21121 (1/3).
- Wienert, Klaus. 1990. DDR-Minister will erst „hören und lernen“. *Berliner Morgenpost*, 27. April 1990.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Monster oder Mitmensch? Der vampirische Andere in zwei Versionen von Francis D. Lawrences Film *I Am Legend*

Holger Pötzsch

Keywords: Hollywoodfilm, Propagandamodell, I Am Legend, Francis D. Lawrence, Testvorführungen, Filmproduktion, Ideologie, Profitorientierung

Abstract

Der Beitrag untersucht zwei Versionen des Hollywood-Actionfilms „I Am Legend“ (2007). In einem kritischen Vergleich werden unterschiedliche ideologische Standpunkte der beiden Fassungen herausgearbeitet und die politische Schlagseite der hegemonialen Kinoversion, unter Bezugnahme auf das Propagandamodell, durch Marktzwänge und Profitstrategien erklärt, die eine konservative und systemtreue Ausrichtung privilegieren. Testvorführungen treten als konkrete Vermittlungsinstanz hervor, die Anleitung dazu gibt, wie ästhetische Form an finanzielle Erwägungen angepasst werden kann. Das Resultat, so der Beitrag, stärkt dann eine bestehende Hegemonie weiter. Auf diese Weise wird das von Herman und Chomsky entwickelte Propagandamodell am konkreten Beispiel operationalisiert.

Pötzsch, Holger. 2019. „Monster oder Mitmensch? Der vampirische Andere in zwei Versionen von Francis D. Lawrences Film *I Am Legend*“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 124–139. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.7

1 Einführung

Dieser Text behandelt den US-amerikanischen Actionfilm *I Am Legend* (Lawrence 2007a). Anhand einer kritisch-vergleichenden Analyse der Kinofassung und eines später herausgegebenen Director's Cut (Lawrence 2007b) fragt der Beitrag, wie es geschehen konnte, dass eine kreative und der literarischen Vorlage treue Version kurz vor der Premiere plötzlich Änderungen unterworfen wurde, die nicht nur die narrative Konsistenz der erzählten Geschichte zerstörten, sondern den Film auch von einer beißenden Kritik an der vorherrschenden Ideologie des Krieges gegen den Terror in eine konservativ-reaktionäre Machtphantasie verwandelten.

Die Antwort, so meine Hypothese, liegt im Produktionsmodell Hollywoods, das strengen Profitkalkülen unterworfen ist und daher außerstande scheint, seinem Publikum innovative und fordernde Erzählungen vorzusetzen. Eine Geschichte, in der der männliche Held plötzlich als fehlgeleiteter Mörder und Verbrecher erscheint, während die zuvor niedergemetzelten Monster mehr und mehr ihre Menschlichkeit und sogar ethische Überlegenheit zeigen war offenbar für ein durch Diskurse des Krieges gegen den Terror geprägtes US-amerikanisches Massenpublikum zu viel des Guten.

Mit Hilfe des von Herman und Chomsky (1988) eingeführten und von Alford (2011, 2015) auf Hollywood angewandten Propagandamodells zeige ich hier, dass die politisch signifikanten (und aus meiner Sicht problematischen) Änderungen an der ursprünglichen Version des Films das Resultat von Testvorführungen waren, in denen ein implizit normgebendes Publikumssegment die Originalfassung scharf kritisierte. Die Profitorientierung kommerzieller Filmproduktionen wird dabei zu mehr als einer neutralen Marktausrichtungsstrategie und erscheint als ein politisch relevanter Filter, der vorherrschende Ideologien und Machtpositionen fördert, während er kritische Artikulationen marginalisiert und ausgrenzt.

2 Das Propagandamodell zwischen Nachrichten- und Kulturproduktion

Das von Herman und Chomsky in ihrem Buch *Manufacturing Consent* (2002 [1988]) eingeführte Propagandamodell nimmt eine fundamentale Kritik der Kriegs- und Konfliktberichterstattung US-amerikanischer Nachrichtenmedien zum Anlass, um auf eine eklatante politische Schlagseite kommerzieller Massenmedien hinzuweisen. Den Autoren zufolge muss jeder Artikel und jede Meldung vor Veröffentlichung eine Serie von Filtern passieren, die auf vorherrschende Machtverhältnisse zielende kritische Sichtweisen ausgrenzen und unterdrücken. Das Resultat ist eine Kluft zwischen öffentlicher und veröffentlichter Meinung, die unter anderem von Uwe Krüger (2016, 2019) bei Themen zur Außen- und Sicherheitspolitik auch für deutsche Verhältnisse nachgewiesen wurde.

In ihrer mit reichhaltigen Beispielen illustrierten Studie belegen Herman und Chomsky, dass eine ideologische Unausgewogenheit US-amerikanischer Nachrichtenmedien einer Serie von Ausschlussmechanismen geschuldet ist, die nur bestimmte Konflikte, Akteure und Opfer als relevant und berichtenswert hervorheben. Was die als würdig betrachteten Beiträge gemeinsam haben, ist eine politische Schlagseite, die US-amerikanische Militärmacht als eine globale Kraft des Guten und eine kapitalistische Ordnung und damit verbundene Ungleichheiten und Ungerechtigkeiten als natürlich und zum Nutzen aller erscheinen lässt.

Die fünf für eine kapitalistische Nachrichtenproduktion relevanten Filter sind Herman und Chomsky zufolge:

1. Größe, Konzentration und Profitorientierung;
2. Werbung;
3. Quellen;
4. Flak;
5. Anti*-ismus.

Zusammengenommen bedingen diese Faktoren Inhalt und Form von Nachrichtenproduktion im Sinne von Eliteninteressen. Die Macht von Investoren und Eigentümern (Filter 1), Werbekunden (Filter 2) und zugänglichen Informationsquellen (Filter 3), sowie die Drohung öffentlicher Anprangerung (Filter 4) sowie bestimmte Erwartungen an die

publizierten Inhalte (Filter 5) legen enge Rahmen, die veröffentlichte Nachrichten implizit an einen bestehenden Status Quo angleichen.

Es ist wichtig anzumerken, dass Hermans und Chomskys Modell eine Form von Propaganda beschreibt, die nicht von einer Verschwörung dicht vernetzter Eliten vorgeschrieben und durchgesetzt wird. Im Gegenteil sind Eliten in diesem Netz genauso gefangen wie alle anderen. Die etablierten Strukturen einer kapitalistisch organisierten Nachrichtenproduktion gleichen einem impliziten Muster, das, so man sich daran hält, beruflichen Erfolg und Einfluss sichert, während es Zuwiderhandelnde mit negativem Feedback bis hin zu Ausschluss bestraft. Es sind diese Strukturen, nicht individuelle Akteure, die oft ökonomisch motivierte Handlungsanleitungen vorgeben und so die Berichterstattung politisch im Sinne hegemonialer Interessen ausrichten. Die Erwägungen einzelner Journalisten sind für die Autoren daher weniger interessant als die institutionellen und wirtschaftlichen Rahmen, die diese Erwägungen bedingen. In ihrem Buch belegen Herman und Chomsky (2002 [1988]) diese Zusammenhänge quantitativ in Tabellenform und durch detaillierte qualitative Fallstudien. Die oft vorgebrachte Kritik, das Propagandamodell wäre eine Verschwörungstheorie oder nicht empirisch untermauerbar (siehe z. B. Entman 1990a&b oder Lang und Lang 2004) kann daher als verfehlt angesehen werden (siehe auch die Repliken von Herman 1990, 2000 und Herman und Chomsky 2004).

Trotz anhaltender kritischer Debatte (siehe z. B. Brahm 2006) genießt Hermans und Chomskys Arbeit noch immer großes Ansehen und wird mit Blick auf politische, technologische oder andere Neuerungen ständig geänderten Bedingungen angepasst (siehe u. a. Fuchs 2018, Robinson 2015 und Zollmann 2018). Auch wurde die Reichweite des Modells auf neue Regionen und andere Bereiche der Kulturproduktion ausgedehnt. So haben z. B. Krüger (2019), Mullen (2018), Álvarez-Peralta (2018), Zollmann (2017) und Caballero (2018) das Propagandamodell zur Analyse der Verhältnisse in Deutschland, Großbritannien, Spanien, sowie Mexico und Venezuela angewandt, während vor allem Alford (2011, 2015) für eine Übertragbarkeit auf Film- und Fernsehproduktionen argumentiert hat. Besonders Alfords Arbeit ist für diesen Beitrag von Bedeutung.

Es gibt selbstverständlich alternative Herangehensweisen, um eine ideologisch-politische Schiefelage kommerzieller Nachrichten- und Kulturproduktion aufzuzeigen. Schon in den 1970er Jahren hat z. B. die

Birmingham School of Cultural Analysis unter Stuart Hall die Bedeutung materieller Verhältnisse für die Produktion und Rezeption von Kulturausdrücken hervorgehoben. Im Gegensatz zu Herman und Chomsky richtete man hier auch Augenmerk auf die Fähigkeit von Rezipienten, die angebotenen Bedeutungspotentiale kommerzieller Produkte zu hinterfragen, zu bearbeiten und für eigene Interessen nutzbar zu machen (siehe z. B. Hall 1977). Lee Artz (2015), um ein zweites Beispiel zu nennen, analysiert Kulturproduktion aus einer globalen Perspektive heraus und zeigt auf, dass nationale Rahmen nur noch bedingt Einfluss auf die Arbeit weltweit agierender Medienbetriebe haben. Er weitet damit den Fokus auf eine globale Ebene aus und knüpft an postkoloniale Kritiken einer ideologischen Schiefelage von massenkulturellen Produkten an. Von der Frankfurter Schule bis zu Arbeiten zur politischen Ökonomie digitaler Medien ließen sich hier eine Reihe weiterer, ähnlich ausgerichteter kritischer Ansätze nennen (z. B. Marcuse 1991 [1964] oder Schiller 2000).

Trotz dieses breiten Angebots relevanter Studien (die sich in den letzten Jahren wieder erhöhter Aufmerksamkeit erfreuen) rekurriere ich in diesem Text auf das Modell von Herman und Chomsky, das bereits von Alford (2011, 2015) auf Hollywood-Filmproduktionen angewandt wurde. Um den ideologischen Gehalt scheinbar rein instrumenteller Anpassungen an oft implizit als natürlich angesehene Marktmechanismen herauszustellen, lassen sich im Falle der zwei Versionen des Filmes *I Am Legend* die Filter Eigentumsverhältnisse, Profitorientierung, Flak sowie Anti-*ismus produktiv anwenden und dadurch am konkreten Fallbeispiel operationalisieren. Probevorführungen des eigentlich fertigen Filmes vor dessen Freigabe werden hier als konkrete Scharniere sichtbar, durch die Herman und Chomskys Filter ihren Einfluss ausüben, indem sie die ideologische Ausrichtung von Kulturprodukten an dem Geschmack eines als normgebend angesehenen Musterpublikums orientieren, um den hohen Investitionskosten die erwarteten Erträge zu sichern.

Zunächst muss jedoch dargelegt werden, was überhaupt auf dem Spiel steht. Was für eine Geschichte erzählt Lawrences Film *I Am Legend*? Welchen Änderungen wurde das Werk vor Veröffentlichung unterworfen? Und, nicht zuletzt, welche Rolle spielten Probevorführungen in diesen Prozessen?

3 Von Roman zu Film: Adaptionen von Richard Mathesons *I Am Legend*

Lawrences Actionfilm *I Am Legend* ist die mittlerweile dritte Adaption von Richard Mathesons gleichnamigem Roman, der 1954 in den USA erschien. Filme und Roman erzählen die Geschichte eines Mannes, der als scheinbar einziger Mensch eine Epidemie überlebt hat, die den Rest der Weltbevölkerung entweder getötet oder in blutrünstige Vampire verwandelt hat. Während die Romanvorlage diese Geschichte nutzt, um Wissensregime, die den Anderen als minderwertige Lebensform konstruieren und auf die Rolle einer unmenschlichen tödlichen Bedrohung reduzieren, kritisch zu hinterfragen, heben die sukzessiven Filmfassungen in steigendem Maße den als gerecht und notwendig präsentierten Kampf des männlichen und zunehmend militarisierten Helden gegen Horden dämonisierter Feinde hervor. Dieser Prozess kulminiert in der Kinoversion von Lawrences Verfilmung. Der später zugänglich gemachte Director's Cut kann dahingegen als der Buchvorlage in zentralen Bereichen treue Adaption angesehen werden.

Der Protagonist in Mathesons Roman ist ein ehemaliger Fabrikarbeiter, der verzweifelt versucht, in seiner Einsamkeit zu überleben. Seine Bestrebungen, mit Hilfe aus einer Bibliothek entnommener Bücher eine Erklärung für die Vampirepidemie zu finden und eventuell sogar eine Medizin dagegen zu entwickeln, scheinen über weite Strecken eher als Beschäftigungstherapie denn als wirkliche wissenschaftliche Arbeit. Es ist ein wichtiges Anliegen von Matheson, den klassischen männlichen Helden, der normalerweise sowohl über physische als auch epistemologische Gewaltmittel verfügend zur Errettung der Welt schreitet, zu dekonstruieren und dessen Hohlheit darzustellen. Etablierte Wissensregime werden dabei zum eingebildeten Rettungsanker für das eigentlich hilflose Individuum und nicht zum frei verfügbaren Machtinstrument.

Als der Held Robert Neville am Ende des Romans endlich erkennt, dass ein Teil seiner vermeintlich monströsen Gegner noch immer Menschen sind, die, von ihm unbemerkt, eine neue Gesellschaft aufbauen, ist es für seine eigene Rettung bereits zu spät. Er stirbt mit der Erkenntnis, dass er selbst jetzt eine Legende ist – ein vielbeschworenes blutrünstiges Monster, das unschuldige Männer, Frauen und Kinder im Schlaf aufgesucht und getötet hat. Sein Tod wirkt verdient und seiner Unfähigkeit geschuldet, in dem Anderen mehr zu sehen als eine unmenschliche

Bedrohung. Erstmals zur Zeit der gnadenlosen Kommunistenjagd eines Joseph McCarthy in den USA veröffentlicht, erscheint Mathesons Werk als eine zeitgemäße Warnung vor den Folgen politischer und anderer Diskurse, die jegliche Interaktion mit einem dämonisierten Opponenten ausschließen. In den Worten von Faizi (2015, 40) macht der Roman *I Am Legend* die verheerenden Konsequenzen einer „Dialogzerstörung“ („dialogue annihilation“) sichtbar.

In späteren Verfilmungen wird die tragische Figur Robert Nevilles mehr und mehr zum klassischen militarisierten Helden umgedeutet, dessen Mission in zunehmendem Maße die Rettung von Gemeinschaft und Welt wird. In Ubaldo Ragonas *The Last Man on Earth* (1964) ist der Protagonist Naturwissenschaftler und arbeitet professionell an der Entwicklung eines Impfstoffes. In Boris Sagals *The Omega Man* (1971) ist der Held bereits Armeearzt und verschanzt sich schwer bewaffnet in einer Luxuswohnung, während Lawrences Kinofassung von 2007 Robert Neville in einen Elitesoldaten und Top-Forscher transformiert. Nur Ragonas Film erhält die überraschende Erkenntnis aufrecht, dass die scheinbar irrationalen und tödlichen Feinde doch menschliche Züge tragen. In den beiden späteren Filmen stirbt Robert Neville, um entweder eine Gemeinschaft noch Lebender zu schützen (Sagal) oder sogar eine Kur für die Epidemie zu sichern (Lawrence). In Lawrences Film spielt Will Smith den ersten nicht-weißen Robert Neville.

Vor allem an der neuesten Verfilmung von *I Am Legend* durch Francis D. Lawrence verwundert es, dass eine Version ins Kino kam, die nicht nur mit der Buchvorlage an entscheidender Stelle bricht, sondern dies auch auf Kosten offenerer narrativer Ungereimtheiten tut.¹ So wird in der Kinofassung nicht erklärt, wie die als aggressive Raubtiere präsentierten Vampire plötzlich die Fähigkeit entwickeln konnten, mit Hilfe von Schaufensterpuppen eine komplizierte Falle zu konstruieren, um Neville habhaft zu werden. Den ganzen Film hindurch verbleiben die Vampire auf eine tödliche Bedrohung reduzierte Monster, deren Tötung dem Helden wie dem Publikum legitim und alternativlos erscheint. Vor allem ist in diesem Fall aber bemerkenswert, dass eine Originalfassung von *I Am*

¹ Für einen sorgfältigen Vergleich von Roman und Lawrences Kinoversion siehe z. B. Bowring (2015).

Legend existiert, die nicht in die Kinos kam und die an entscheidender Stelle etablierte Heldenmotive herausfordert.

4 Monster oder Mitmensch? Die Doppelrolle des vampirischen Anderen in Lawrences *I Am Legend*

Die Kinofassung von Lawrences Film endet mit einem Blutbad. Als Neville, durch den Tod seines Hundes endgültig vereinsamt, die Vampire nachts offen konfrontiert, um sein Leben zu beenden, wird er überraschend von einer Frau namens Anna und einem Jungen namens Ethan gerettet, die dieselbe unerklärliche Immunität gegen den Virus haben wie er selbst. Zurück in Nevilles Festung, entwickelt sich ein zaghafter Dialog zwischen den beiden Erwachsenen. Während Neville einen militärisch-wissenschaftlichen Diskurs vertritt und behauptet, seine Forschung werde Resultate zeitigen und er werde die Krankheit heilen können, rekurriert Anna auf einen religiösen Diskurs und behauptet, der Stimme Gottes zu folgen, die sie zu einer Kolonie von Überlebenden führt. Ihre religiöse Position eröffnet auch einen neuen, einfühlsameren Blick auf den dämonisierten Anderen. In Nevilles Labor spricht daher Anna folgerichtig von „ihm“ und „ihr“, während Neville das Pronomen „es“ benutzt, wenn sie über die Vampire und Nevilles Versuchsobjekte sprechen.

Als es zum finalen Showdown zwischen den menschlichen Überlebenden und den Vampiren kommt, werden solche Ambivalenzen allerdings wieder unterdrückt. Neville, Anna und der Junge verschanzen sich gegen den gnadenlosen Ansturm der Vampire in Nevilles Labor. Während das schützende Sicherheitsglas langsam nachzugeben droht, reicht Neville Anna ein Serum, das er gerade aus einem seiner Versuchsobjekte extrahiert hat, und versichert, dass es die Krankheit kuriere. Er versteckt Anna und das Kind in einem sicheren Raum und tötet dann sich selbst und die Vampire mit einem Sprengsatz. Die Frage Annas, was er da tue, beantwortet Neville mit den Worten, er habe angefangen zuzuhören. Hier impliziert die Antwort eine Neupositionierung von Neville im Rahmen von Annas religiösem Diskurs: Er hört jetzt auf die Stimme Gottes, die offenbar durch Anna spricht.

Die Kinofassung endet dann mit einer entsprechenden Szene, in der Anna und der Junge vor einem Stahlportal haltmachen, das langsam aufschwingt und dahinter den Blick auf bewaffnete Männer in Uniform, eine weiße Holzkirche und eine amerikanische Fahne freigibt (Abb. 1). Folgerichtig bezeichnet Hantke (2011, 166-168) Lawrences Kinofassung als einen zentralen Text der letzten Jahre der Bush-Administration, der die nationale Zukunft in das Ideal einer konservativen ländlichen Kleinstadt verlegt, während Moreman (2012, 130) ein reaktionär-christliches Moralisieren im Film anprangert. Für Roberts (2016, 42) vollendet Lawrences Kinofassung die stufenweise Verwandlung des Protagonisten von einer Anomalie in Mathesons Roman zu einem Messias in der letzten Filmfassung. Es ist überraschend, dass keiner dieser und anderer Kritiker (siehe z. B. Zizek 2010 oder Moya und Lopez 2017) die Originalfassung des Filmes berücksichtigt, die über die DVD-Version zugänglich gemacht worden ist und völlig andere Lesarten motiviert.



Abb. 1: Sicherheit und ein neuer Start in der Kinofassung von *I Am Legend*.

Wie genau unterscheidet sich die Originalfassung von der Kinoversion? Der Director's Cut bringt ein Narrativ hervor, das nicht nur den klassischen Hollywoodhelden dekonstruiert, sondern dem Publikum auch gnadenlos vor Augen führt, was eine Dehumanisierung des Anderen bedeuten kann und wie leicht es ist, sich von einem solchen Diskurs verführen zu lassen.

Auch der Director's Cut endet mit der Konfrontation im Labor. Im Gegensatz zur Kinofassung brechen hier die Vampire jedoch nicht durch das Glas und erzwingen so die Auslöschung ihrer selbst und des Helden. Stattdessen wirft sich der Anführer mehrmals gegen die durchsichtige Barriere, schmiert dann mit seinen Händen etwas auf das Glas und zieht sich zurück. Nevilles Gesicht hinter der Barriere wird kreidebleich, als er auf dem Glas des Bildes eines Schmetterlings gewahr wird, der einer Tätowierung auf dem Oberarm seines letzten Versuchsobjektes gleicht. Langsam senkt er die Pistole und fängt an, Kanülen und Leitungen vom Körper der Vampirin in seinem Labor zu lösen. Auf die Frage Annas, was er da mache, antwortet Neville, er fange an zuzuhören. Diesmal bedeutet diese Antwort jedoch nicht, dass Neville jetzt im Rahmen von Annas religiösem Diskurs repositioniert ist und von nun an der Stimme Gottes folgt. Stattdessen bedeuten seine Worte, dass er angefangen hat, auf die zuvor ausgegrenzte Stimme des dämonisierten Anderen zu hören. Dialog statt gegenseitiger Ausrottung erscheint so als möglicher Konfliktlösungsmechanismus.

In dieser Szene beginnt Neville sich direkt an den vampirischen Gegner zu wenden, der nun nicht nur seine kognitiven Fähigkeiten beweist, sondern auch Empathie und rationales Handeln aufzeigt. Langsam öffnet Neville die Tür und schiebt sein Versuchsobjekt und, wie ihm und dem Publikum jetzt schmerzlich klar wird, sein Opfer aus dem Labor. Gegenseitige Liebesbekundungen der beiden wiedervereinten Vampire bezeugen deren gefühlsmäßige Verbundenheit und motivieren so das Mitgefühl des Publikums. Zuletzt faucht der Anführer Neville an und verlässt dann das Labor, ohne ihm Schaden zuzufügen. Dadurch bezeugt er nicht nur seine Menschlichkeit, sondern auch seine ethische und moralische Überlegenheit, die von simpler Rache absieht.

Eine letzte Szene im Labor nach Abzug der Vampire zeigt im Vordergrund Nevilles Kopf und im Hintergrund eine schier endlose Reihe von Fotografien in Schwarz-Weiß, die jede den Kopf eines von Nevilles Versuchsobjekten und identifizierende Zahlenkolonnen zeigen (Abb. 2). Degouveia (2017, 145) deutet an, dass diese ikonografische Anspielung auf die von Nazi-Ärzten in Konzentrationslagern durchgeführten Menschenversuche dazu dient, die extremsten Folgen eines Diskurses deutlich zu machen, der andere als un- oder untermenschlich konstruiert. Dieser Kunstgriff ist jedoch auch eine beißende Kritik an etablierten Erzählschemata Hollywoods, die routinemäßig auf solche

Diskurse rekurren, um die dargestellte Gewalt als gerechtfertigt und damit unterhaltsam präsentieren zu können. Die letzte Sequenz des Director's Cut führt dann auch nicht zu einer religiös-konservativen Gemeinschaft als erlösendem Paradies hinter Mauern und Stahltoren, sondern zeigt die Fahrt der drei Überlebenden über eine Brücke ins Unbekannte. Durch diese offene Reise mit unbestimmtem Ziel bezieht der Director's Cut von *I Am Legend* bezüglich des dominanten Diskurses eines Krieges gegen den Terror, eine ähnlich kritische Position wie Mathesons Roman im Verhältnis zur Kommunistenjagd eines Joseph McCarthy.



Abb. 2: Das Resultat von Dehumanisierung: Fundamentalkritik an Hollywoods Erzählschemata im Director's Cut von *I Am Legend*.

Es stellt sich jetzt die Frage, wieso ein solches wohl durchdachtes und kunstvoll ausgeführtes Narrativ vor dem Einzug in die Kinos durch ein halbseidenes Machwerk ersetzt wurde, das narrativ gesehen wenig Sinn macht und all seine innovativen Aspekte einbüßt. Die Antwort, so wird sich zeigen, liegt im Produktionsmodell Hollywoods und seiner Abhängigkeit vom Geschmack eines zahlungskräftigen und konservativen Massenpublikums.

5 Die zwei Versionen von *I Am Legend*: Das Hollywood-Propagandamodell in praktischer Anwendung

Matthew Alford (2011, 2015) zufolge kann das von Herman und Chomsky (2002 [1988]) für die Analyse amerikanischer Nachrichtenmedien entwickelte Propagandamodell auch für kritische Annäherungen an Produktionskontext und ideologische Ausrichtung kommerzieller Kulturproduktionen wie derer Hollywoods angewendet werden. Am Beispiel der zwei Versionen von Lawrences *I Am Legend* lässt sich aufzeigen, wie die Filter Produktionskosten, Profitorientierung, Flak und Anti-*ismus zusammenwirken.

Die meisten praktischen Einführungen zur Filmproduktion enthalten Anweisungen, wie angehende Regisseure und Produzenten vorgehen sollten, um die wirtschaftliche Tragfähigkeit ihrer Filme zu sichern (siehe z. B. Marich 2013). Publikumsanalysen verschiedenster Art stellen hier ein zentrales Element von Vorstudien dar, mit deren Hilfe man Form und Inhalt eines geplanten Produktes an den Geschmack des anvisierten Publikumssegmentes anpassen kann. Diese Anpassung wird als Grundvoraussetzung für den Willen von Zuschauern angesehen, z. B. für Kinokarten zu bezahlen und damit Einnahmen und Gewinne zu sichern. Alles, was diesem Geschmack zuwiderläuft, erscheint als ökonomisches Risiko, das im Interesse der Investoren umgangen werden sollte.

Aufgrund der hohen Kosten heutiger Filmproduktionen sind Investitionen unabdingbar. Daher muss auf Profit- und andere Interessen von Geldgebern bei Planung und Produktion Rücksicht genommen werden. Marich (2013) und andere Einführungswerke stellen ein solches Vorgehen als unproblematisch und politisch neutral dar. Artz (2015), Alford (2011, 2015) und andere haben hingegen nachgewiesen, dass solche Anpassungen an eine implizite Logik des Marktes alles andere als politisch neutral sind, da die als notwendig erscheinenden Änderungen an fertigen Werken zumeist eine signifikante ideologische Schlagseite mit sich führen. Dies gilt auch und vor allem für Lawrences Film *I Am Legend*.

Normalerweise werden Informationen über Produktionsprozess und Finanzierung von großen Hollywoodfilmen als Betriebsgeheimnisse behandelt und sind daher oft schwer zugänglich. Im Falle von *I Am Legend* gibt es jedoch Aussagen des Regisseurs, die frühere Spekulationen bestätigen (Lambie 2011, Lunte 2015), dass Probevorführungen des fertigen Films zu massiven Änderungen führten, die dem Werk in letzter

Minute eine völlig neue politisch-ideologische Ausrichtung gaben, die dem Geschmack und der Grundhaltung des befragten Publikumssegmentes eher entsprachen als das kritische Hinterfragen von kulturellen, wissenschaftlichen und politischen Dämonisierungsprozessen. Lawrence selbst gibt offen zu, dass die ursprüngliche Version die bessere und bei weitem mehr im Sinne des Regisseurs war. Er sagt im Interview mit Cotter (2018) unter anderem:

I agree it's [the director's cut is] the better ending. I mean, it's the more philosophical version of the end, but in terms of story math we're doing everything you're not supposed to do, right? The hero doesn't find the cure, right? They drive off into the unknown and the creatures you've been saying are the bad ones the whole time you learn actually have humanity and aren't the bad ones—the hero's the bad one. And so you've basically turned everything on its head. We tested it twice and it got wildly rejected, wildly rejected, which is why we came out with the other one."

Dieses Beispiel macht die ideologischen Implikationen scheinbar neutraler Anpassungen an den Geschmack eines Massenpublikums deutlich und funktioniert so als eine gute Illustration für das Zusammenwirken der Faktoren Produktionskosten und Profitorientierung. Zur Vermeidung von Flak wird hier dem Film eine Form gegeben, die den vermeintlichen Erwartungen eines implizit als normgebend angesehenen Teils des Publikums entspricht. So werden finanzielle Einnahmen und damit Investitionen und Profit gesichert.

Gleichzeitig rückt das Werk ideologisch gesehen an in den USA hegemoniale Diskurse des Krieges gegen den Terror heran und bestätigt diese durch generelle Verweise auf moralisch dichotomische Konflikte, die nur durch die totale Auslöschung eines unmenschlichen Gegners beendet werden können. Bowring (2015, 135) kommentiert die Kinofassung in diesem Sinne wie folgt: "It is notable that the post 9/11 adaptation [of Matheson's *I Am Legend*] is the adaptation which refuses the most forcibly to shift perspective in the way Matheson's novel did [...] which indicates much about contemporary perspectives and accounts of selfhood and alterity".

Die Geschichte der Kinoversion fällt in diesem Prozess angeblich neutraler Marktausrichtung also auf ein generisches Erzählschema zurück, das einen bekannten Anti-*ismus bedient, um Gewalt als legitim und daher unterhaltsam und den männlich-militärischen Individualhelden als positives Rollenmuster präsentieren zu können (zu solchen Erzählschemata siehe u. a. Pötzsch 2013 und Artz 2015, 200-213). Eine

virtuos durchgeführte Dekonstruktion eben dieses Helden und seiner diskursiven Position wird als das anvisierte Publikum verstörend abgewiesen. Wie oben aufgezeigt, haben ebendiese angeblich rein ökonomischen Erwägungen signifikante politische Konsequenzen, da die scheinbar neutrale Anpassung an Marktlogik eben auch bedeutsame ideologische Schlagseiten zeitigt.

Das hier angeführte Beispiel macht auch deutlich, dass Probevorführungen zum Testen von Form und Inhalt von Filmen und anderen Kulturprodukten ein Scharnier darstellen, das die Interaktionen und Interferenzen zwischen einzelnen Filtern des Propagandamodells sichtbar und empirisch feststellbar macht. Damit demonstriert der aufgezeigte Fall auch die empirische Anwendbarkeit und konkreten Erkenntnisgewinne eines auf Kulturproduktion angewendeten Propagandamodells.

Literatur

- Alford, Matthew. 2011. „Why not a Propaganda Model for Hollywood?“. In *Screens of Terror: Representations of War and Terrorism in Film and Television Since 9/11*, herausgegeben von Philip Hammond, 71-88. Bury St. Edmunds: Arima Publishing.
- Alford, Matthew. 2015. „How Useful Is a Propaganda Model for Screen Entertainment?“. In *Noam Chomsky*, herausgegeben von Alison Edgley, 141-164. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Álvarez-Peralta, Miguel. 2018. „From #15M to *Podemos*: Updating the Propaganda Model for Explaining Political Change in Spain and the Role of Digital Media“. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 107-124. London: University of Westminster Press.
- Artz, Lee. 2015. *Global Entertainment Media: A Critical Introduction*. Oxford: Wiley Blackwell.
- Bowring, Nicola. 2015. „Richard Matheson’s ‘I Am Legend’: Colonization and Adaptation“. *Adaptation* 8(1): 130-144.
- Brahm, Gabriel N. 2006. „Understanding Noam Chomsky: A Reconsideration“. *Critical Studies in Media Communication* 23(5): 453-461.
- Caballero, Francisco S. 2018. „Imperialism and Hegemonic Information in Latin America: The Media Coup in Venezuela vs. the Criminalisation of Protest in Mexico“. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 237-248. London: University of Westminster Press.

- Cotter, Pdraig. 2018. „‘I Am Legend’ Director Reveals the Movie He Wishes He’d Made”. *Screen Rant: Movie News*, January 22. <https://screenrant.com/i-am-legend-ending-approach/>. Zugegriffen am 15. November 2019.
- Degouveia, Tony. 2017. „I Am Omega Man: Religious Repositioning of the Secular Apocalypse Film in ‘I Am Legend’”. In *Science Fiction, Ethics and the Human Condition*, herausgegeben von Christian Baron, Peter Nicolai Halvorsen und Christine Cornea, 137-154. Cham: Springer International Publishing.
- Entman, Robert. 1990a. „News As Propaganda: Review of Manufacturing Consent”. *Journal of Communication* 40 (1): 124-127.
- Entman, Robert. 1990b. „A Reply”. *Journal of Communication* 40 (1): 190-192.
- Faizi, Hamed. 2015. „Distorted Dialogue in Richard Matheson’s ‘I Am Legend’: A Bakhtinian Perspective”. *Advances in Language and Literary Studies* 6 (4): 36-40.
- Fuchs, Christian. 2018. „Propaganda 2.0: Herman and Chomsky’s Propaganda Model in the Age of the Internet, Big Data and Social Media”. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 71-92. London: University of Westminster Press.
- Hall, Stuart. 1977. „Encoding/Decoding”. In *The Cultural Studies Reader*, herausgegeben von Simon During, 91-103. London: Routledge.
- Hantke, Steffen. 2011. „Historicizing the Bush Years: Politics, Horror Film, and Francis Lawrence’s ‘I Am Legend’”. In *Horror After 9/11: World of Fear, Cinema of Terror*, herausgegeben von Aviva Briefel und Sam J. Miller, 165-185. Austin: University of Texas Press.
- Herman, Edward S. 1990. „Dissent on Manufacturing Consent”. *Journal of Communication* 40 (1): 189-190.
- Herman, Edward S. 2000. „The Propaganda Model: A Retrospective.” *Journalism Studies* 1(1): 101-112.
- Herman, Edward S. und Noam Chomsky. 2002 [1988]. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Herman, Edward S. und Noam Chomsky. 2004. „Reply to Kurt and Gladys Lang”. *Political Communication* 21(1): 103-107.
- Krüger, Uwe. 2016. *Mainstream. Warum wir den Medien nicht mehr trauen*. 2., durchgesehene und aktualisierte Auflage. München: C. H. Beck.
- Krüger, Uwe. 2019 [2013]. *Meinungsmacht: Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha Journalisten – Eine kritische Netzwerkanalyse* (2. überarbeitete und erweiterte Auflage). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Lambie, Ryan. 2011. „Exclusive: Director Francis Lawrence on What Went Wrong with ‘I Am Legend’”, *denofgeek.com*, May 4. Available online: <http://www.denofgeek.com/movies/17405/exclusive-director-francis-lawrence-on-what-went-wrong-with-i-am-legend> [March 15, 2018].
- Lang, Kurt und Gladys Engel Lang. „Noam Chomsky and the Manufacture of Consent for American Foreign Policy”. *Political Communication* 21 (1): 93-101.
- Lawrence, Francis. 2007a. *I Am Legend*. DVD. Burbank: Warner Home Video.

- Lawrence, Francis. 2007b. *I Am Legend. Director's Cut*. Burbank: Warner Home Video.
- Lunte, Kathryn. 2015. „Screening Success: Marketing Research for Movies“, *Film and Digital Media: A Multi-Authored Discussion of the Creative Industries in the Digital Age*, February 28. <https://filmanddigitalmedia.wordpress.com/2015/02/28/assessing-the-marketplace-research-in-film/>. Zugegriffen am 15. November 2019.
- Marcuse, Herbert. 1991 [1964]. *One Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Societies*. New York: Beacon Press.
- Marich, Robert. 2013. *Marketing Moviegoers: A Handbook of Strategies and Tactics*, third edition. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Matheson, Richard. 1954. *I Am Legend*. New York: Fawcett Publications.
- Moreman, Christopher M. 2012. „Let this Hell Be Our Heaven: Richard Matheson's Spirituality and Its Hollywood Distortions“. *Journal of Religion and Popular Culture* 24 (1): 130-147.
- Moya, Ana und Gemma López. 2017. „Looking Back: Versions of the Post-Apocalypse in Contemporary North-American Cinema“. *Film Criticism* 41 (1): 1-17.
- Mullen, Andrew. 2018. „The 2008 Financial Crisis, the Great Recession and Austerity in Britain: Analysing Media Coverage Using the Herman-Chomsky Propaganda Model“. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 193-222. London: University of Westminster Press.
- Pötzsch, Holger. 2013. „Ubiquitously Absent Enemies: Character Engagement in the Contemporary War Film“. *Nordicom Review* 34 (1): 125-144.
- Roberts, Justin J. 2016. „Transforming the Hero of 'I Am Legend'“. *Journal of Popular Film & Television* 44 (1): 42-50.
- Robinson, Piers. 2015. „The Propaganda Model: Still Relevant Today?“. In *Noam Chomsky*, herausgegeben von Alison Edgley, 77-96. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Schiller, Dan. 2000. *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge: MIT Press.
- Žižek, Slavoj. 2010. *Living in the End Times*. London: Verso.
- Zollmann, Florian. 2017. *Media, Propaganda and the Politics of Intervention*. New York: Peter Lang.
- Zollmann, Florian. 2018. „Corporate-Market Power and Ideological Domination: The Propaganda Model after 30 Years—Relevance and Further Application“. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 223-236. London: University of Westminster Press.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Kritik der politischen Ökonomie der Wissenschaftskommunikation als Ideologiekritik: Open Access

Manfred Knoche

Keywords: Wissenschaftskritik, Wissenschaftskommunikation, Open Access, Ideologiekritik, Kapitalismuskritik, Kritische Kommunikationswissenschaft

Abstract

Ausgehend von einer theoretisch-methodischen Fundierung einer wissenschaftlichen Ideologiekritik werden exemplarisch die Produktions-, Distributions- und Verwertungsverhältnisse von Wissenschaftskommunikation analysiert. Im Mittelpunkt steht die Kritik an Verlags-Geschäftsmodellen zu Open Access-Publikationen, die von Wissenschaft und Politik propagiert und implementiert werden. Damit werden wissenschaftliche Publikationen weiterhin als Waren gehandelt. Die bestehenden Herrschafts- und Machtverhältnisse werden reproduziert. Demgegenüber werden die emanzipatorischen Potenziale einer auf Basis der Digitalisierung von Produktion und Distribution möglichen nicht-kommerziellen Wissenschaftskommunikation aufgezeigt.

Knoche, Manfred. 2019. „Kritik der politischen Ökonomie der Wissenschaftskommunikation als Ideologiekritik: Open Access“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevnani, 140–175. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.8

Manfred Knoche | Universität Salzburg | manfred.knoche@sbg.ac.at

„Der entscheidende Punkt ist, dass der Verleger das Recht am Inhalt behält.“
(Saur 2011, 272)

„(...) selbst Professoren, die sich weder vor Gott noch dem Grundgesetz fürchten, vom Volk gar nicht zu reden, zittern vor dem Nein der Verleger“
(Benseler 1969, 509)

1 Wissenschaftlich-gesellschaftspolitischer Problemzusammenhang

Perspektiven Kritischer Kommunikations- und Medientheorien werden in diesem Beitrag auf Basis von Ansätzen der Marx'schen Kritik der Politischen Ökonomie (Marx 1961[1989]; 1962 [1989]) im Zusammenhang mit der Deutschen Ideologie (Marx und Engels 1958) im Rahmen kritischer Gesellschaftstheorie entwickelt. In diesem Kontext steht bei der Erörterung von Ideologietheorie und -kritik der Aspekt der Gesellschaftskritik als Kapitalismuskritik¹ (Iber 2005; Heinrich 2005; Krämer 2015) im Vordergrund. Wegen der theorie- und praxisrelevanten gesellschaftlichen Bedeutung des Zusammenhangs von Herrschaft, Macht, Ideologie und (falschem) Bewusstsein in bürgerlich-kapitalistischen Gesellschaften gehört Ideologiekritik, insbesondere unter dem Gesichtspunkt der intendierten Kapitalismuskritik (Butollo und Nachtwey 2018), zu den bedeutendsten Forschungsfeldern von Wissenschaftsanalyse und -kritik.

Fachspezifische Anknüpfungspunkte für diesen Analyseansatz sind Arbeiten zur Entwicklung einer Kritik der politischen Ökonomie der Medien und Kommunikation (Fuchs 2017a, b; Knoche 2002; Seignani 2016). Auf diese Weise kann die *Enthüllung der Wirklichkeit von Gesetzmäßigkeiten*, d. h. des Wesenskerns des kapitalistischen Reproduktionsprozesses in Form von gesellschaftlichen Produktions-, Eigentums-, Verwertungs-, Verteilungs-, Verkehrs-, Herrschafts- und Machtverhältnissen auch für

¹ Die Relevanz von Kapitalismuskritik im Kontext von Open Access hat unter anderem auch der damalige Managing Director beim Verlag De Gruyter (an)erkannt, wobei er es für bewiesen hält, „dass Open Access ein Geschäftsmodell geworden ist und sein Potenzial als kapitalismuskritischer Gegenentwurf zu Wissenschaftsverlagen weitgehend verloren hat“ (Fund 2011, 157).

den Medien- und Kommunikationsbereich sowie für die darauf bezogenen Wissenschaftsdisziplinen erreicht werden. Dementsprechend steht Ideologiekritik auch im Mittelpunkt einer noch zu entwickelnden Kritik der Politischen Ökonomie der Medien-, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft als grundlegende theoretisch-empirische Wissenschaftskritik. Theoretische Grundlage hierfür ist ein *negativ-kritischer* Ideologiebegriff, der im Gegensatz zu Ideologie als Weltanschauung und zu einem in der Wissenssoziologie angewandten *neutralen* Ideologiebegriff steht.

Wesentliches Ziel von Ideologiekritik ist es folglich, „die Ideologiefähigkeit der verschiedenen Bewußtseinsphänomene, Bedeutungen, Diskurse, Praxen etc. durch ihr Verhältnis zur Aufrechterhaltung und/oder Bekämpfung gesellschaftlicher Herrschaftsverhältnisse zu bestimmen“ (Koivisto und Pietilä 1993, 238). In diesem Sinn werden auch medien- und kulturindustrielle Ideologieproduktion, -distribution und -rezeption kritisch betrachtet und bewertet, insbesondere unter den Gesichtspunkten von demokratiewidriger Stabilisierung, Legitimierung oder Verschleierung von

- ökonomischen, politischen und kulturellen Herrschafts- und Machtverhältnissen sowie von
- sozialer Ungleichheit und Ungerechtigkeit.

Ein Ziel meines Beitrags ist die theoretisch-methodische Fundierung einer wissenschaftlichen Ideologiekritik, die auch als Anleitung für weitere ideologiekritische Analysen im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft genutzt werden kann. Auf Basis dieser Fundierung präsentiere ich *exemplarisch* eine angewandte Ideologiekritik zur fächerübergreifenden inter-/multidisziplinären Problematik der Wissenschaftskommunikation (WK)², im engeren Sinn des sogenannten wissenschaftlichen Publikationswesens. Dies in der Gewissheit, dass Produktion und kommunikative Verarbeitung von Wissen zentrale Tätigkeitsbereiche der beruflichen Arbeit in allen Wissenschaftsdisziplinen sind. Schon deshalb ist

² Bedauerlicherweise wird der Begriff Wissenschaftskommunikation auch in der Medien- und Kommunikationswissenschaft bislang zumeist eingeschränkt für Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR benutzt. Wissenschaftskommunikation ist jedoch umfassender, selbst über *wissenschaftliche Publikationen* und somit auch über die aktuell verengte Diskussion zu Open Access hinausgehend.

eine Ideologiekritik von Organisation und Produkten der WK ein relevanter Teilbereich einer Wissenschaftskritik im Rahmen kritischer Wissenschaftsforschung.

Aufgrund der real hohen Bedeutung von WK sind auch kritische Kommunikationswissenschaftler*innen – in gleicher Weise wie Wissenschaftler*innen aller anderen Wissenschaftsdisziplinen – im aktuellen Veränderungsprozess der strukturellen und inhaltlichen gesellschaftlichen Bedingungen für WK elementar beruflich-existenziell Betroffene. Insofern sind die individuellen, kollektiven und institutionellen (zukünftigen) Entscheidungen und Handlungen von Wissenschaftler*innen stets auch – über den berechtigten individuellen Karriere-Aspekt hinausgehend – wissenschaftspolitische Beiträge zu strukturellen und inhaltlichen Veränderungen der WK.

Dementsprechend wird die folgende wissenschaftliche Analyse und Erklärung bewusst von dem gesellschaftspolitischen Impetus geleitet, in Verbindung mit Ideologiekritik eine radikale (an die Wurzeln gehende) Kritik der bisherigen, gegenwärtigen und auch zukünftig zu befürchtenden Beherrschung der WK von der – wissenschaftspolitisch legitimierten und (auch finanziell) gestützten – traditionell hegemonialen Symbiose profitorientierter Verlage und dominanter Wissenschaft zu leisten. Auf Basis dieser Kritik soll das Befreiungs- bzw. Emanzipationspotential für eine real mögliche Transformation der WK aufgezeigt werden, mit der die bestehenden Herrschafts- und Machtverhältnisse überwunden werden können. Dies gilt vor allem auch unter dem Aspekt der Möglichkeiten kritischer Veränderungen der bislang dominanten marktgerechten *Inhalte der Produkte* von WK.

Ein weiteres Ziel dieses Beitrags ist es deshalb, die empirisch beobachtbaren Veränderungsphänomene und -prozesse der WK in Richtung Open Access³ in der Art zu analysieren und theoretisch zu erklären, dass ein aktives emanzipatorisches Veränderungshandeln der betroffenen Akteur*innen auf Basis nachvollziehbarer Erkenntnisse ermöglicht wird. Hierzu ist der bislang dominante Analyse-Ansatz einer scheinbar wertfreien Wissenschaft nicht zielführend, da WK wie alle gesellschaftlichen Bereiche in hohem Maße politisch, rechtlich und ökonomisch von

³ Ideologiekritik zu Open Access wird in diesem Beitrag auf die bislang dominante Form der an Verlags-Geschäftsmodellen orientierten Theorie und Praxis von Open Access konzentriert.

mächtigen Interessen strukturiert wird und entsprechend auch grundsätzlich umkämpft ist.

Darüber hinaus gehören strukturelle Veränderungen der WK, die gegenwärtig unter der Metapher Open Access (OA) im größeren Rahmen einer angestrebten Open Science (Heise 2018) diskutiert, legitimiert und in der Praxis schrittweise institutionalisiert werden, auch zum fachwissenschaftlichen Untersuchungsgegenstand Medien und Kommunikation. Entgegen ihrer realen sozialen, gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Bedeutung sind jedoch die Medienbereiche wissenschaftliches Buch bzw. wissenschaftliche Zeitschrift im Gegensatz zu Presse, Hörfunk, Fernsehen, Audio, Video, Musik und Social Media bislang nur in geringem Maße Gegenstand medien- und kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung und empirischer Forschung. Dies gilt vor allem auch für Theorien und Untersuchungen zu einem der gegenwärtig zentralen Forschungsbereich, der unter der Metapher *Medienwandel* subsumiert wird.

2 Theoretisch-methodischer Ansatz

Ideologiekritik und Kritik der politischen Ökonomie gehen bei Marx und Engels generell ineinander über: „Kritik der politischen Ökonomie ist daher zugleich eine der Formen – und zwar die zentrale –, in der Marx Ideologiekritik betreibt.“ (Lenk 1972, 148) Innerhalb der Sozialphilosophie und Soziologie gilt teilweise: Die Marx'sche Kapitalismuskritik insgesamt kann als Ideologiekritik behandelt werden (Jaeggi 2009, 273). Die Kritik der politischen Ökonomie „ist Gesellschaftstheorie, und sie kann gelesen werden als eine Kritik der objektiven Gedankenformen, wie sie die bürgerliche Gesellschaftsformation hervorgebracht hat (...) In diesem Sinn ist das *Kapital* Ideologiekritik, obwohl der Begriff Ideologie darin nicht vorkommt.“ (Herkommer 2004, 83).

Gemäß dem hier gewählten theoretisch-methodischem Forschungsansatz sind nicht nur die relativ wenigen expliziten, teilweise uneinheitlichen Aussagen von Marx und Engels zur Ideologieproblematik relevant, sondern im weitesten Sinn die vielfältigen theoretisch-empirischen Analysen, die von Marx (1962, 1989) als umfassende Kritik der politischen

Ökonomie vorgelegt wurden⁴. Damit werden – wie auch von Butollo und Sevnigani (2018) in ihrer am Marx'schen Werk orientierten *historisch-materialistischen Analyse des digitalen Kapitalismus* – grundsätzliche Probleme der Entwicklung der kapitalistischen Produktionsweise mit dem Widerspruch bzw. Wechselverhältnis von Produktivkräften und Produktionsverhältnissen als Eigentums-, Verwertungs- Verteilungs- und Klassenverhältnisse einbezogen.

Erst mittels der theoretisch-empirisch-historischen Analyse der *herrschenden kapitalistischen Produktionsweise* und der ihr zugrundeliegenden *Produktions-, Distributions- und Verwertungsverhältnisse* auf Basis der Entwicklung der *Produktivkräfte* wird eine elementare *Diskrepanz* zu den propagierten, zumeist idealistischen Normen und Werten erkennbar und damit deren Ideologiegehalt. Das Vorhandensein dieser Diskrepanz ist auch für den Sozial- und Gesellschaftsbereich der WK zu eruieren.

Vorrangig ist demnach eine derart konzipierte kritische Analyse der *gesellschaftlichen Wirklichkeit* bzw. *Praxis der angewandten Produktionsweise und -verhältnisse*. (Abbildung 1). Erst auf dieser Grundlage kann der Ideologiegehalt von herrschenden Vorstellungen, Konzepten, Zielen, Normen, Werten, Versprechen etc. zur (Neu-)Organisation der WK per OA enthüllt und kritisiert werden, darüber die wirklichen Herrschafts- und Machtverhältnisse. Propagierungen und praktische Umsetzungen von OA können demnach vor allem als theoretisch-praktische Einsätze für *Verschleierungs-, Ablenkungs- und Rechtfertigungsideologien* charakterisiert werden (Lenk 1981).

⁴ Diese Grundlegungen sind auch zentraler Bezugspunkt ideologiekritischer Soziologie, Psychologie, Politikwissenschaft, Philosophie und Ökonomie.

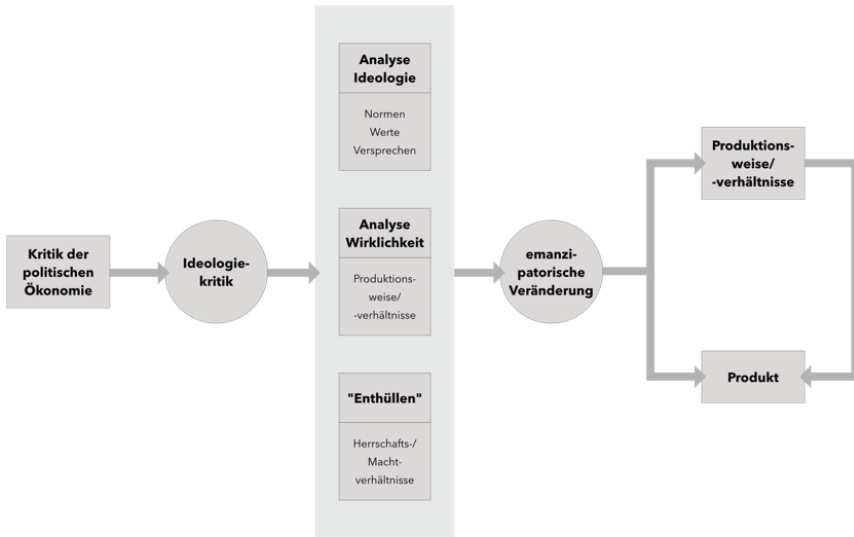


Abb. 1: Theoretisch-methodische Vorgehensweise der Ideologiekritik (Grafik: M. Knoche, M. Küstermann, P. Klapetz)

Ein Denken auf der Grundlage der Marx'schen Kritik der politischen Ökonomie ist grundsätzlich mit einer Vielzahl von konfliktträchtigen Denkrichtungen konfrontiert (Hoff 2016, 170-310), wobei der kritischen Perspektive der Neuen Marx-Lektüre (Hoff 2016, 311-334) ein besonderes Gewicht zukommt. Generell knüpfen meine Überlegungen zur Ideologiekritik auch am Ansatz einer *erweiterten Kulturindustrietheorie und -analyse* (Steinert 2007, 128-141) der sogenannten Frankfurter Schule (Kritische Theorie) mit zweifachem Bezug zu Marx an: „Die Autoren nehmen seine Grundbegriffe auf, indem sie den Warencharakter von Kultur explizieren, und sie entwickeln ihn weiter, indem sie die Kulturproduktion und -rezeption, die dieser wenig berücksichtigt hatte, als Bereiche der ideologischen Herrschaftsstabilisierung analysieren.“ (Martin 2018, 168) In Analogie zur Theorie und Analyse der Kulturindustrie (Horkheimer und Adorno 1947) thematisiere ich die offensichtliche (industrielle) Kapitalisierung von Wissenschaft quasi als Teil der Kulturindustrie. Die herrschenden Formen kapitalistischer Produktion und Distribution von wissenschaftlichen Produkten als Waren haben zur Folge, dass auch

Wissensproduktion und -distribution prinzipiell ebenso wie Medienproduktion und -distribution den Gesetzmäßigkeiten der kapitalistischen Produktionsweise hinsichtlich Verwertbarkeit und Rentabilität unterliegen.

Ideologiekritik wird hierbei weder als konservativ-elitäre Kulturkritik noch als Selbstzweck betrieben, sondern mit dem Ziel einer emanzipatorischen, von Macht- und Herrschaftsverhältnissen befreienden Veränderung der gesellschaftlichen Produktions-, Distributions- und Verkehrsverhältnisse. Dementsprechend beschränke ich Ideologiekritik nicht auf eine kritische Diskursanalyse zur „Aufdeckung“ des Ideologiegehalts geistiger Produkte, d.h. ideologischer Begriffe und Texte. Auch geht es nicht um Anklage, moralische Empörung und/oder Entlarvung, Denunzierung von Personen, die Ideologien bewusst oder unbewusst erzeugen bzw. weiterverbreiten und entsprechend handeln.

Mit dieser theoretisch-methodischen Herangehensweise der Ideologiekritik wird folglich nicht in erster Linie Ideologie als solche kritisiert, „sondern eine Praxis, die mittels Ideologie aufrechterhalten wird bzw. durch diese konstituiert wird. Insofern zielt sie nicht nur auf die Richtigstellung der epistemischen Irrtümer, sondern auf die – ‚emanzipatorische‘ – Veränderung der Situation.“ (Jaeggi 2009, 277)

Ein wesentlicher Ausgangspunkt einer derart angeleiteten ideologiekritischen Analyse ist auch die zentrale Marx'sche Erkenntnis, dass die Vermittlung ideologischer Elemente real eine jeweils historisch gesellschaftliche *Notwendigkeit* für die Stabilisierung und Erweiterung bestehender Herrschafts- und Machtverhältnisse ist. Es geht dabei um gesellschaftlich notwendigen Schein, der mit Ideologien erzeugt wird, in denen Oberflächenphänomene die reale innere Struktur der Gesellschaft, dabei im Wesentlichen die wirklichen Produktions- und Distributionsverhältnisse, verdecken (Schnädelbach 1969, 83f.). „Ideologie ist dann wesentlich eine *täuschende Verallgemeinerung partieller Interessen*“ (Reitz 2014, 86), wobei das Nachdenken über Alternativen blockiert wird. „Die Innovation der Marxschen Ideologietheorie besteht vielmehr gerade darin, eine alternative Herangehensweise vorzustellen, die statt einer *epistemischen* Kritik eine *materialistische* Analyse gesellschaftlicher Ideenformen in den Mittelpunkt rückt. (...) Wir können daher Ideologiekritik als eine *Kritik von Praktiken* verstehen. Diese Bestimmung von Ideologiekritik (...) kann auch die kognitivistische Intuition, dass Ideologien unwahr sind, aufnehmen.“ (Stahl 2013, 229).

3 Ideologiekritik zur Praxis Open-Access-Wissenschaftskommunikation

3.1 Wechselverhältnis: Basis und Überbau

Im Folgenden wird die Ideologiekritik konkret auf die gegenwärtig bestimmende Diskussion zu OA und die dementsprechende praktische Implementierung von OA bezogen. Es geht dabei in erster Linie um wissenschaftliche Erklärungen für die dominante Restrukturierung und Reorganisation der WK. Dazu beziehe ich mich auf den Marx'schen Ansatz einer vorrangig strukturellen Erklärung im Kontext der kapitalistischen Produktionsweise: „Für ihn ist *Politik* abhängig von einer Produktionsweise, in der bestimmte (Klassen-)Interessen zwangsläufig über andere dominieren (...), und ein klares Bewusstsein von diesem Zusammenhang wird durch Ideologie verhindert.“ (Reitz 2014, 83)

Für meinen Versuch einer realitätsbezogenen Ideologiekritik mittels qualitativ-empirischer Analyse zur Theorie und Praxis der beobachtbaren OA-Aktivitäten lege ich die von Marx und Engels inhaltlich bestimmten zentralen kategorialen Begriffe (Herkommer 1985, 53ff.) zugrunde: Produktionsweise, Produktivkräfte, Produktionsverhältnisse (PV)⁵, Verkehrsverhältnisse, Herrschaftsverhältnisse, Basis und Überbau. Diese dienen im Kontext der Ideologiekritik als kategoriales Gerüst und Maßstab der Untersuchung, verbunden mit der Prüfung, inwieweit die Erkenntnisse von Marx und Engels auch für den ausgewählten Untersuchungsgegenstand zutreffend sind. Dies wird auch unter dem Gesichtspunkt der vielfach, zum größten Teil unter politischen Aspekten erbittert geführten Diskussion, ob Marx recht hat(te), betrachtet. Diese Frage hat zum Beispiel Eagleton (2012) profoundly begründet positiv beantwortet.

Die Problematik des Verhältnisses von Basis und Überbau (Tomberg 1974 [1969]; Harman 1986) ist generell hinsichtlich der gesellschaftlichen (revolutionären) Entwicklung innerhalb des Kapitalismus und auch hinsichtlich der Möglichkeiten seiner Transformation zu Sozialismus oder Kommunismus relevant. Aber auch im Rahmen der Ideologiekritik kommt ihr ein hoher Stellenwert zu, folglich auch bei der Ideologiekritik der WK mit dem Schwerpunkt auf OA.

⁵ Im Begriff Produktionsverhältnisse (PV) sind die Distributionsverhältnisse inkludiert.

Als Ergebnis einer strukturell-empirischen Analyse kann der tatsächliche (innere) Zusammenhang von Basis und Überbau in Theorie und Praxis der OA-WK als regelmäßiger permanent wechselseitiger mehrdimensionaler Prozess von Wirkungen und Rückwirkungen (wechselseitiges Bedingungsverhältnis) gekennzeichnet werden. Diese Wechselwirkung ist gekennzeichnet durch ein Zusammenwirken von aufeinander bezogenen *gleichgerichteten* Entwicklungen und Aktivitäten in Basis und Überbau. Entscheidende Grundlage für dieses Zusammenwirken ist die Tatsache, dass regelmäßig die Hauptakteur*innen in Koordination miteinander sowohl im Überbau als auch an der Basis ihre Interessen machtvoll wahrnehmen.

Permanenter *Ausgangspunkt* bzw. *Auslöser* für Veränderungen im Überbau sind die im Interesse optimaler Kapitalverwertung und -akkumulation bewusst und gezielt vorangetriebenen und ständig noch weiter zu entwickelnden Veränderungen an der *Basis* in Form von elementaren, vor allem technologischen Veränderungen der *Produktivkräfte* (Digitalisierung der Produktions-/Arbeitsmittel, damit verbunden Erhöhung der Arbeitsproduktivität sowie Digitalisierung der Kommunikationsmittel, insbesondere Internet). Diese erfordern und ermöglichen eine diesbezügliche elementare Veränderung in der Organisation der Produktions- und Distributionsprozesse. Die als Triebkraft wirkende Veränderung der *Produktivkräfte* gerät zunächst in *Widerspruch* zu den hemmenden bestehenden Produktions-, Distributions- und Verwertungsverhältnissen, so dass deren elementare Restrukturierung und Rekonfiguration bis hin zur Transformation im Interesse optimaler Kapitalverwertung der Verlage *erforderlich* ist.

Dieser neuartigen Konstellation bzw. dem Spannungsverhältnis an der Basis *entsprechen* die theoretischen und praktischen Aktivitäten im Überbau. Anders ausgedrückt: die Veränderungen an der Basis *bedingen* eine diesen Veränderungen *entsprechende* Veränderung im ideellen und materiellen Überbau. Theoretische und praktische Überlegungen zur (zukünftigen) ordnenden Gestaltung von OA-WK fallen also nicht als selbständige (idealistische) Ideen vom „Ideen-Himmel“, sondern sie werden entscheidend von den praktischen Veränderungen an der Basis beeinflusst und entsprechend geprägt.

Für die Durchsetzung dieses speziellen Interesses von profitorientierten Verlagen ist eine grundsätzlich einheitliche Ideologieproduktion als gemeinsames Interesse von Seiten der Wissenschaften (inkl. Bibliotheken

und Förderorganisationen) und der Politik (nicht zuletzt EU) äußerst förderlich, wenn nicht sogar entscheidend notwendig. Gebannt wird auf diese Weise vor allem die Gefahr der prinzipiell wesentlich „offeneren“ Nutzung von Digitalisierung und Internet für alternative OA-WK ohne kommerzielle Verlage und ohne „Qualitätskontrolle“ von Seiten traditionell etablierter Wissenschaft.

Wissenschaftliche und politische Organisationen sowie die weit überwiegende Mehrheit von Wissenschaftler*innen und Politiker*innen erweisen sich dabei bislang real als für die Verlage wertvolle Bündnispartner. Mit der praktischen Umsetzung der vorgegebenen OA-Geschäftsmodelle bieten sie ideologischem Flankenschutz⁶, indem sie bewusst oder unbewusst den falschen Eindruck erwecken, als seien sie ursprünglich und auch weiterhin mit idealistischen Vorstellungen der Motor einer quasi-revolutionären Bewegung für allseitige Offenheit von Wissenschaft im allseitigen gesellschaftlichen Interesse. Zu dieser Verkenning der Realität gehört auch, dass ideologisch mit moralischer Kritik an negativen Auswüchsen der OA-Geschäftspraxis der Verlage (zu hohe Publikationsgebühren) der falsche Eindruck erweckt wird, als würden Wissenschaft und Politik OA gegen die Interessen von Verlagen durchsetzen.

Die Berliner Open Access-Konferenz 2003 wurde u.a. von der Max-Planck-Gesellschaft, dem Bundesforschungsministerium und der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) veranstaltet. Dabei „wurden Rechnungen präsentiert, dass es sehr viel preiswerter wäre, die Dateneingabe (für wissenschaftliche Zeitschriftenbeiträge) zentral zu finanzieren und dann dezentral kostenlos auszugeben, als wenn jeder Abonnent seine Zeitschrift, unabhängig davon, ob in gedruckter oder in Online-Form, separat sehr teuer bezahlt.“ (Saur 2011, 270)

Es ging also vorrangig um Lösungen für das Problem der vielbeschworenen „Zeitschriftenkrise“ bzw. „Bibliothekskrise“, die real bis heute darin besteht, dass aufgrund exorbitant überhöhter Verkaufspreise („Monopolpreise“) für Zeitschriften-Abonnements der kommerziellen

⁶ Ein illustratives Beispiel für eine derartige Ideologieproduktion ist der als Bilanz deklarierte Beitrag von Herb (2017), der realitätswidrig per Beitragstitel „Open Access *zwischen* Revolution und Goldesel“ ansiedelt, obwohl real „Goldesel“ (eine unwissenschaftliche, eher populistische Metapher) *statt* angeblicher „Revolution“ festzustellen ist.

Wissenschaftsverlage die wissenschaftlichen Bibliotheken nicht mehr in der Lage sind, alle bzw. die wichtigsten Zeitschriften zu abonnieren, d. h. ihrer Beschaffungspflicht in ausreichendem Maße nachzukommen. Unter der Metapher Open Access – in Anlehnung (im Grunde unter Missbrauch) der ursprünglich emanzipativen Open Source-Bewegung ideologisch funktionalisiert – wurde zur Problemlösung eine Umverteilung innerhalb der öffentlichen Haushalte initiiert: statt dezentrale Zahlungen an die Verlage aus den Budgets der vielen wissenschaftlichen Bibliotheken zentrale Zahlungen aus den Budgets von Wissenschaftsförderorganisationen und Universitäten. Dies entspricht sowohl den Interessen der Bibliotheken, ihre Beschaffungspflicht besser erfüllen zu können, als auch den Interessen von Großverlagen, die aufgrund der „Bibliothekskrise“ und des Anstiegs kostenloser Informationen im Internet klagen: „Dies führte dazu, dass ich im Jahr 2003 zum ersten Mal in meiner vierzigjährigen Verlagsleiterfunktion einen Umsatzrückgang und einen erheblichen Rückgang der Gewinne erleben musste.“ (Saur 2011, 216)

Art und Richtung der im Überbau entwickelten Modelle und handlungsanleitenden Konzepte werden entscheidend von den Kräfteverhältnissen bestimmt, die an der Basis und in Verbindung damit so auch im Überbau bestehen. Die öffentliche Konfliktaustragung zwischen prinzipiell möglicher emanzipatorischer Transformation und notwendiger Stabilisierung der bestehenden Produktions-, Distributions- und Verwertungsverhältnisse (dabei auch der Rechtsverhältnisse) ist demzufolge äußerst minimal. Dies entspricht den realen Kräfteverhältnissen mit einer starken Dominanz des koordinierten, grundsätzlich einheitlichen Zusammenwirkens von Proponenten einer verlagsgebundenen OA-WK.

Dieses Zusammenwirken beruht auf einer ausgeprägt einheitlichen Interessenallianz an einer Stabilisierung der bestehenden Herrschafts- und Machtverhältnisse in der WK und dafür notwendiger Verhinderung eines Abbaus dieser Verhältnisse. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit der Ideologieproduktion von Vorstellungen und Aussagen, mit der einerseits die bestehenden Produktions-, Distributions- und Verwertungsverhältnisse verteidigt oder verschleiert werden, andererseits die an den Geschäftsmodellen kommerzieller Verlage orientierten OA-Modelle gerechtfertigt und legitimiert werden.

Die partielle Konfliktaustragung wird dabei im Rahmen dieser gemeinsamen Interessengrundlage auf scheinbare interne Konflikte innerhalb der Allianz aufgrund – divergierender Interessen der Konflikt-

partner (!) – unter dem Deckmantel normativer idealistischer Überhöhungen – weitgehend auf die Diskussion verschiedener Geschäftsmodelle von Verlagen beschränkt (Heise 2018, 90ff; Herb 2012, 12ff.). Die Ideologieproduktion divergiert folglich nur teilweise aufgrund nur teilweise divergierender Interessen, je nach sozialer Position als Interessenvertreter von Verlagen, Bibliotheken oder Wissenschaftler*innen und Wissenschafts(förder)organisationen. Je nach Interessenlage werden divergierende Prioritäten hinsichtlich der vorab eingeschränkten Auswahl aus drei OA-Geschäftsmodellen (gold, hybrid, grün) artikuliert. Eine zusätzliche Diskussion über institutionelle nicht-kommerzielle Repositorien ist auf Verlagspublikationen beschränkt, unter anderem mit der Frage, ob Preprints und Postprints (Zweitveröffentlichungen) von den Verlagen als Rechteinhaber (Copyright) erlaubt werden.

Es lässt sich unschwer feststellen, dass die bislang fast ausnahmslos von Seiten der Nationalstaaten und der EU im Zusammenwirken von Universitäten und kommerziellen Verlagen prioritär begangenen Wege sich hauptsächlich als Verlags-Toll-Open-Access-Geschäftsmodelle charakterisieren lassen (Knoche 2014c). Als „Königsweg“ wird dabei seit einiger Zeit weltweit einheitlich der Weg des Gold Open Access mit Zahlungen von Publikationsgebühren an Verlage propagiert und implementiert. Essenziell für den genannten Wechselwirkungsprozess zwischen Basis und Überbau ist die Tatsache, dass die im Überbau entwickelten ideologischen Vorstellungen von OA-WK als konkrete Anleitung für eine Umsetzung an der Basis, also der Praxis der WK wirksam sind.

Die programmatische Einführung eines OA-Paradigmas für die WK und dessen bisherige Realisierung in der Praxis wurde bislang zentral „von oben“ durch kommerzielle Verlage, Universitätsbibliotheken, Regierungen, politische Institutionen und wissenschaftliche Förderorganisationen inhaltlich und organisatorisch bestimmt. Die diesbezüglichen koordinierten Initiativen dienen real von Anfang an vorrangig dem Ziel, die aufgrund einer in Gang gebrachten „technologischen Revolution“ (Digitalisierung und Internet) die unter *marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten notwendigen* Restrukturierungen bzw. Rekonfigurationen der Produktions- und Distributionsverhältnisse voranzutreiben. Dabei handelt es sich im Überbau um konzeptionelle rechtliche und organisatorische Veränderungen, entsprechend den Notwendigkeiten, die sich aus der Basis auf Grund der Veränderungen der Produktivkräfte ergeben. Die im Überbau „vorgedachten“, als notwendig erachteten Anpassungen der PV an die

Entwicklung der Produktivkräfte werden an der Basis praktisch implementiert.

Entscheidend dabei ist, dass die bestehenden Herrschafts- und Machtverhältnisse in Form von herrschenden Eigentums-, Verwertungs- sowie Produktionsverhältnissen nicht grundlegend revolutionär verändert werden. Deshalb ist die Ideologieproduktion auch darauf angelegt, grundsätzlich vor allem technisch mögliche alternative, tatsächlich freie OA-Praktiken zu delegitimieren und zu ver- oder behindern, sie allenfalls als „Nischen-Projekte“ zuzulassen.

Um beides zu erreichen – die auf OA eingeschränkte *Anpassung* der WK im bestehenden Herrschaftszusammenhang der Public-Private-Partnership von Wissenschaft und profitorientierten (Groß-)Verlagen sowie die *Verhinderung* von grundlegenden Alternativen (ohne Verlage und ohne Kontrolle durch Mainstream Peer Review) – ist die Ideologieproduktion zwar in bestimmter Weise notwendig, aber nicht entscheidend. Entscheidend ist die reale praktische organisatorische Umsetzung im Rahmen der bestehenden Strukturen der WK, koordiniert zwischen Universitäten (insbesondere Bibliotheken), wissenschaftlichen Gesellschaften, Förderorganisationen und politischen Institutionen mit profitorientierten Verlagen. Damit verbunden ist die Verstärkung der Warenförmigkeit wissenschaftlicher Produkte und deren Publikationen.

3.2 *Kapitalistische Produktionsweise: Produktions-, Distributions- und Verwertungsprozess*

In Abbildung 2 sind die generellen Produktions- und Distributionsprozesse der verschiedenen Formen von OA-WK, die gleichermaßen Verwertungsprozesse sind, in einer Gegenüberstellung von dominanten Geschäftsmodellen profitorientierter Verlage versus bislang wenig verbreitetem Non-profit Open Access (ohne kommerzielle Verlage) dargestellt. Unabhängig von den aufgezeigten Details ist das *grundsätzlich Gleiche* der Produktionsstufen im Produktionsprozess als wissenschaftlicher Arbeitsprozess für *alle* Formen von OA zu beachten:

- Wissenschaftliche *Forschung* (Theorie und Empirie), die einer Publikation zugrunde liegt,
- *Kreation* und *Komposition* als inhaltliche und formale *Gestaltung* der Produkte als (druck)fertige digitale Download-Vorlagen.

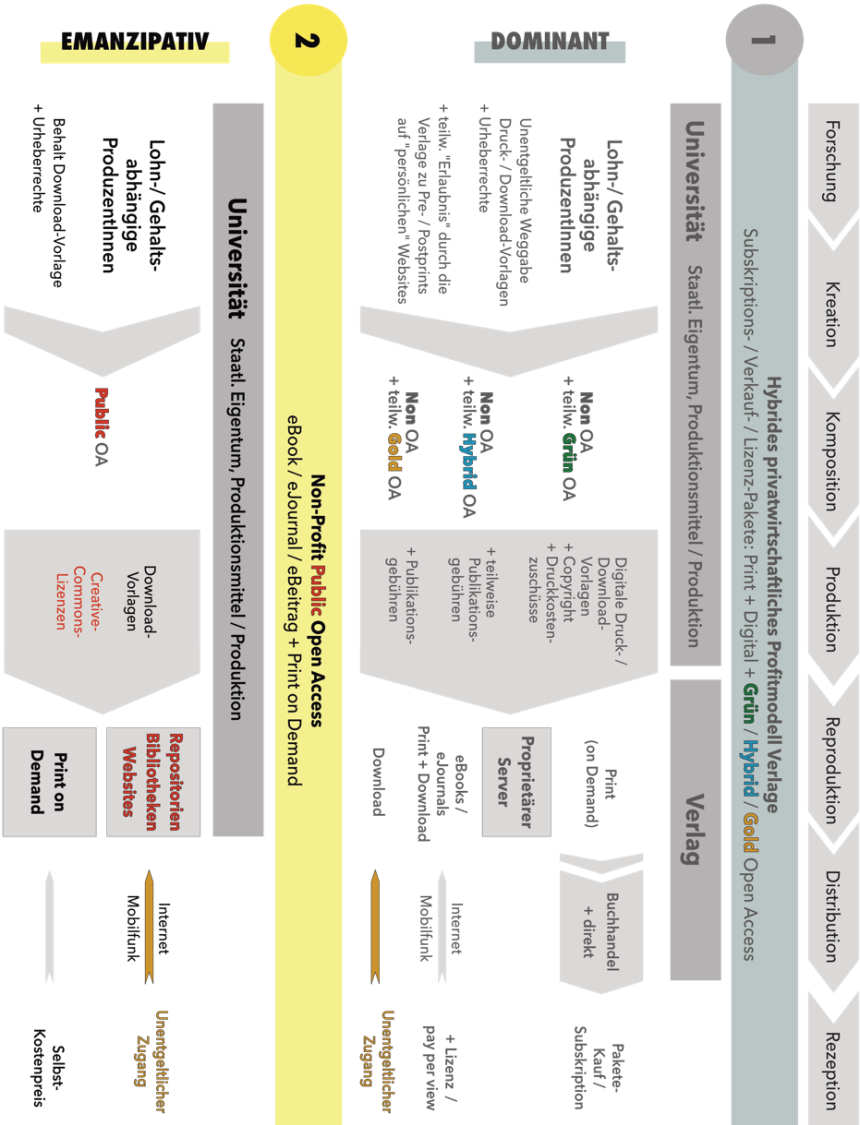


Abb. 2: Produktions-, Distributions- und Verwertungsprozess Verlags-Toll-Open-Access (Non/Gold/Hybrid/Grün) vs. (Universitäts-)Public Open Access (Grafik: M. Knoche, M. Küstermann, P. Klapetz)

Das bedeutet in erster Linie: Die (in der Regel) von staatlichen Universitätsangestellten und -beamten auf Basis einer langjährigen Forschungs(projekt)arbeit geleistete Arbeit der Fertig-Produktion von Publikationen wird regelmäßig während des gesamten Produktionsprozesses aus Steuergeldern finanziert. Im dominanten Fall des Verlags-Open Access werden im Grunde fertige digitale Produkte sowie die damit verbundenen Eigentums- und Verwertungsrechte an Verlage unentgeltlich ab- bzw. ausgeliefert, also verschenkt.

Gemeinsame Grundlage für die theoretische und praktische Realisierung von erkennbar mit der Digitalisierung enorm verbesserten technisch-organisatorischen und finanziellen Realisierungsmöglichkeiten von OA-WK ist also die grundsätzliche Beibehaltung der herkömmlichen Struktur und konkreten Organisation des Prozesses von Wissenschaftsproduktion und -distribution. Dazu gehört auch die grundsätzliche Beibehaltung, jedoch notwendige partielle Restrukturierung der verlagsgebundenen *Reproduktions-* und *Distributionsprozesse* sowie vor allem der *Verwertungsprozesse*. Deshalb ist der entscheidende fundamentale Unterschied zu verlagsunabhängiger OA-WK (in Abbildung 2 unten) insofern im Ansatz „systemsprengend“, als im Verlauf eines vollständigen Umstiegs des gesamten wissenschaftlichen Publikationsprozesses auf OA-WK ohne Verlage die jetzt schon theoretisch für eine OA-WK verzichtbaren, also dafür überflüssigen Verlage auch praktisch überflüssig gemacht würden. Allerdings würden bei dieser vollständigen Umstellung auch die herkömmlichen dezentralen lokalen Universitätsbibliotheken zukünftig weitgehend überflüssig.

Aufgrund dieser gemeinsamen existenziellen Bedrohung sind Verlage und Bibliotheken in gegenseitiger Abhängigkeit quasi natürliche Bündnispartner mit einem gemeinsamen Interesse an der praktischen Entwicklung einer Verlags-OA-WK. Dieses gemeinsame Interesse an OA-WK ist allerdings aus Existenzgründen (Bibliotheken) und Kapitalverwertungsgründen (Verlage) eher nur ein ideologisch-legitimatisches Interesse an einer nur minimalen Realisierung einer entgeltlosen OA-WK im Vergleich zum gleichzeitigen umfangreichen Ausbau von „Paywalls“ für ebooks und ejournals. OA wird von kommerziellen Verlagen allenfalls in drei verschiedenen Formen, alle mit erheblichen Zahlungen an Verlage verbunden, realisiert (Abbildung 2):

- als (ausschließlich digitales) *Gold* OA mit Zahlungen von Publikationsgebühren von Seiten der Autor*innen bzw. Universitäten/Fördereinrichtungen,
- als vorrangig *hybrides* (Print und digitales) OA mit doppelten Zahlungen („double dipping“) von Subskriptions-/Kaufzahlungen für Print-Produkte plus Zahlungen für einzelne Beiträge mit digitalem OA-Zugang in subscribierten Zeitschriften und Büchern,
- als *Green* OA mit Subskriptions-/Kaufzahlungen für Print, kombiniert mit digitalem OA nach zeitlichem Embargo (1 Jahr) bzw. mit digitalem Preprint oder „Zweitveröffentlichung“.

Das beiderseitige Hauptinteresse ist jedoch erkennbar nach wie vor auf die Stabilisierung des traditionellen Subskriptionssystems für Print-Publikationen (Zeitschriften-Abonnement und Bücherverkauf) gerichtet, verbunden mit dem schon seit einiger Zeit hauptsächlichen Interesse am parallelen weiteren Ausbau eines neuartigen, bezahlpflichtigen Lizenzsystems für e-journals und ebooks. Dabei liegt die vollständige Umstellung von Print- auf Digital-Produkte auch in näherer Zukunft nicht in beiderseitigem Interesse von Verlagen und Bibliotheken, da eine Doppelung (Print- plus Digital-Produkte) als für beide Seiten vorteilhaft angesehen wird. Im Übrigen liegt eine baldige vollständige Umstellung auch nicht im - Interesse der überwiegenden Mehrheit der Wissenschaftler*innen, solange diese weiterhin vom auf Print-Produkte konzentrierten Qualitäts- und Reputationsregime anhängig sind.

Die gegenwärtig real dominante verlagsgebundene OA-WK dient damit - letztlich aus existenziellen Gründen der Beteiligten - erkennbar vorrangig dem politisch-ökonomischen Ziel der Festigung bis Verstärkung der bisherigen Macht- und Herrschaftsverhältnisse, für welche insbesondere die Sicherung der Verwertungsbedingungen der Verlage und ein dafür förderliches Zusammenwirken von Politik, Wissenschaft und Verlagen als im gemeinsamen Interesse der Beteiligten positiv funktional angesehen werden.⁷

Dies hat nicht nur schwerwiegende negative ökonomische Folgen für die Universitäten, sondern vor allem auch negative inhaltliche Folgen für

⁷ Vgl. Knoche 2014b und 2014c mit Details zur Gestaltung der Produktdiversifikation der Verlage und der damit verbundenen Diversifizierung der Geschäftsbeziehungen zu Universitätsbibliotheken als Kunden mit festen Abnehmerpflichten.

die Wissenschaftsproduktion als kapitalistische Warenproduktion- und -distribution, des Weiteren für berufliche (Miss)Erfolge von Wissenschaftsproduzent*innen. Über die *Kommodifizierung* wird den als renommiert deklarierten Verlagen als „Marken“ nicht nur das geistige Eigentumsrecht von Wissenschaftler*innen als Urheber*innen zur Verwertung übertragen, sondern auch die Organisation des wissenschaftlichen Qualitätsmanagements mit der selektiven Kontrolle des Zugangs zum Publikationsmarkt (unentgeltlich ausgeführt durch von den Verlagen ausgewählte Wissenschaftler*innen als Herausgeber von Zeitschriften und Sammelbänden sowie als Peer Reviewer).

Anstelle des bislang dominanten Verkaufs *stofflicher* Produkte (Prints) als Besitz zum Gebrauch gewinnt die Lizenzierung von Zugängen zu *nicht*-stofflichen Dienstleistungen (Downloads mit Pay-per-View, nur zum Lesen, Kopierschutz/-sperre, zeitlich befristete Nutzung, automatisches Löschen) zum je kurzfristigen *Verbrauch* unter Verbleib der Eigentumsrechte und der Produkte auf proprietären Servern bei Verlagen an Bedeutung. Gleichbleibend sind Aneignung und Verwertung wissenschaftlicher Arbeit durch Verlage.

Die auf Basis der Entwicklung von Digitalisierung und Internet von OA-Advokaten und vor allem von Verlagen als notwendig erachteten Restrukturierungen, Rekonfigurationen und teilweisen Transformationen werden unter den herrschenden gesellschaftlichen Bedingungen im Bereich der WK (Hanekop und Wittke 2013) in prinzipiell gleicher Weise wie in der gesamten Medienindustrie realisiert. Das bedeutet vor allem: Auf Basis einer grundlegenden Formveränderung der Produkte per Digitalisierung zur universalen Entstofflichung, Entzeitlichung und Enträumlichung, verbunden mit den entsprechenden enormen Möglichkeiten der Rationalisierung von Produktions-, Distributions- und Konsumtionsprozessen werden für die kommerziellen Wissenschaftsverlage weitgehende neue Möglichkeiten der Kapitalakkumulation eröffnet (Knoche 2013, 103-108).

Kontrastierend hierzu konnten die auf Basis der Digitalisierung ebenfalls realen Möglichkeiten einer Befreiung von kapitalistischen OA-Geschäftsmodellen mittels *Entkapitalisierung*⁸ und *Entkommodifizierung*

⁸ Entkapitalisierung heißt nicht Enteignung von profitorientierten Verlagen, sondern ihr durchaus marktkonformes Überflüssigmachen durch aktive Befreiung der Wissenschaftskommunikation von kapitalistischer Produktionsweise mit Kapitalverwer-

der WK (Knoche 2014a, 252 ff.) bislang aufgrund der herrschenden Interessen- und Machtverhältnisse nur marginal genutzt werden.

Eine wesentliche Funktion jedweder Ideologieproduktion wird auch hierbei erkennbar: die Propagierung/Legitimierung/Rechtfertigung von „Innovationen“, verbunden mit einem scheinhaften Versprechen, dass via OA Wissenschaftsfreiheit und wissenschaftlicher Fortschritt sowie Qualität im Interesse der Allgemeinheit gefördert würde. Mit der real dominanten Durchsetzung interessenbezogener OA-Geschäftsmodelle für Verlage (gold, hybrid, grün) werden jedoch in Wirklichkeit Möglichkeiten konkurrierender, zum Teil im Interesse kritischer Wissenschaftler*innen liegender emanzipatorischer Modelle marginalisiert oder verhindert.

Entgegen den unablässig deklarierten idealistischen Versprechungen einer „Öffnung“ der WK für die gesamte Gesellschaft dient die programmatische Einführung eines „OA-Paradigmas“ bislang real vorrangig dem Ziel, eine weitgehend an den Interessen der privatwirtschaftlichen Buch- und Zeitschriftenverlage orientierte Restrukturierung bzw. Rekonfiguration (Hanekop und Wittke 2013) des wissenschaftlichen Produktions- und Distributionssystems zu legitimieren. Somit muss aus der Sicht einer wünschenswerten emanzipatorischen Transformation vorerst negativ resümiert werden:

„Die Implementierung von Open Access (OA) als ‚golden, green and hybrid road‘ profitorientierter Verlage ist ein folgenschwerer Irrweg, gemessen an den immensen Möglichkeiten einer emanzipatorischen Transformation der WK auf Basis von Digitalisierung und Internet. Auf diese Weise wird die Kommodifizierung (Wissenschaft als Ware) und mit ihr die traditionelle ökonomische, rechtliche und inhaltliche Abhängigkeit von der Macht weltweit agierender Verlags-Oligopole verstärkt.“ (Knoche 2014c, 76)

3.3 *Produktions-, Distributions- und Verwertungsverhältnisse als Herrschafts- und Machtverhältnisse*

Ideologisch verschleiert wird die grundsätzliche Beibehaltung des Status quo der PV als Herrschafts- und Machtverhältnisse, verbunden einerseits mit Rechtfertigungen von für die Stabilisierung dieses Status quo

tungsinteressen und Kommodifizierung (Warenförmigkeit) der Wissenschaftsprodukte, konkret: nicht mehr bei kommerziellen (Groß-)Verlagen publizieren.

notwendigen Veränderungen (Innovationen), andererseits mit Delegitimierungen und praktischer Verhinderung alternativer emanzipatorischer Veränderungen. Infolge der Konzentration von OA allein auf Nutzungszugänge für Rezipient*innen werden zudem generell notwendige emanzipatorische Zugangsöffnungen für Wissenschaftler*innen als Produzent*innen weitgehend ausgeblendet.

Diese PV von OA-WK (Abbildung 3) unterscheiden sich vordergründig stark von den üblichen kapitalistischen PV in anderen Wirtschaftsbereichen. Denn sowohl bei der materiellen und geistigen Warenproduktion als auch in den Dienstleistungssektoren ist nach wie vor das privatwirtschaftliche Lohnverhältnis der Erwerbsarbeit mit Formen formeller und reeller Subsumtion der Arbeit unter das Kapital dominant (Mayer-Ahuja et al. 2019; Marx 1969, 45-64; Mendner 1975, 30-36, 117-246, der statt zwischen formeller und reeller Subsumtion zwei Phasen der realen Subsumtion, Mechanisierung und Automatisierung unterscheidet). Subsumtion unter das Kapital ist unmittelbare/direkte Unterordnung/Unterwerfung der Arbeitskräfte als Lohnabhängige und des gesamten Produktionsprozesses unter die Kapitalverwertungsbedingungen. Diese unmittelbare Subsumtion ist ein entscheidendes Charakteristikum der spezifischen kapitalistischen Produktionsweise, wie sie auch als universal-reelle Subsumtion der Arbeit unter das Kapital in den gegenwärtigen Restrukturierungs- und Transformationsprozessen in der Medienindustrie voll zur Geltung kommt (Knoche 2013, 99-102).

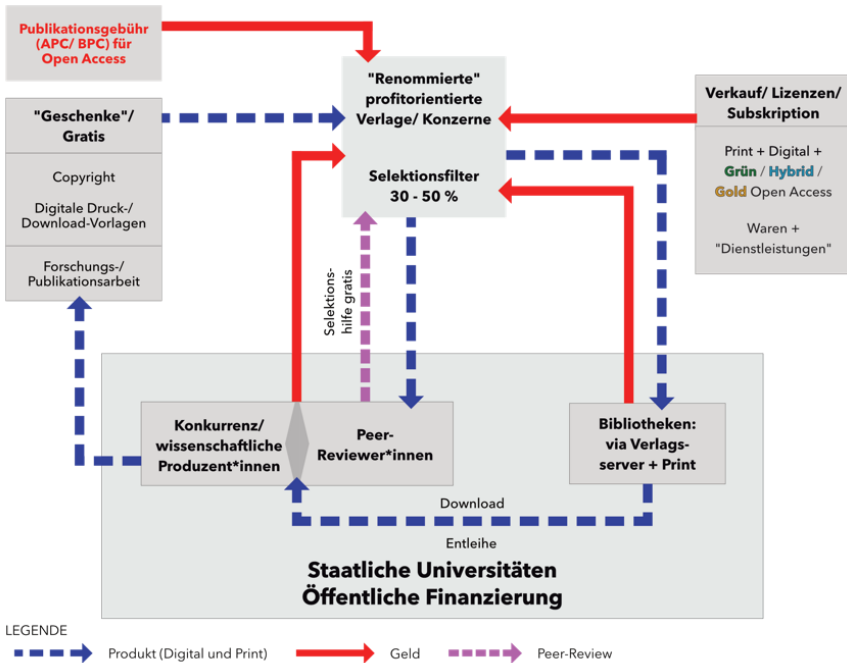


Abb. 3: Produktions-/Distributions-/Verwertungs-/Machtverhältnisse (Grafik: M. Knoche, M. Küstermann, P. Klapetz)

Im Gegensatz dazu gibt es im Bereich der WK einige relevante *Besonderheiten* der *Produktionsweise* und den damit verbundenen *PV*, die auch als besondere Verkehrs-, Verteilungs- und Verwertungsverhältnisse dominant wirksam sind. Zur Darstellung und Erklärung dieser Besonderheiten kann es sinnvoll sein, auf eine tendenzielle *Erweiterung* der von Marx/Engels entwickelten Kapitalismustheorie und -kritik hinzuarbeiten, wie dies auch Sevignani (2019) für das gesellschaftliche Phänomen „digitale Prosumption“ vorschlägt. Dabei geht es wie stets einerseits darum, aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen in die Marx/Engels'sche Theorie einzuordnen, andererseits darüber hinausgehend darum, die von diesen beiden Autoren nicht oder nur marginal erörterten (neuzeitlichen) gesellschaftlichen Probleme theoretisch erweitert zu durchdringen.

Die Marx'sche Theorie und empirische Analyse ist auf die kapitalistische Produktionsweise mit dem Schwerpunkt der *industriellen*

materiellen Warenproduktion auf Basis von *Lohnarbeit* in Form reeller, also direkter und unmittelbarer Subsumtion unter das Kapital in kapitalistischen Betrieben/Unternehmen konzentriert. Für den Bereich der nicht-materiellen Produktion stellt Marx dagegen fest:

„Hier ist kapitalistische Produktion nur in sehr beschränktem Maße anwendbar. (...) Es bleibt hier meistens bei den Übergangsformen zur kapitalistischen Produktion, daß die verschiedenen wissenschaftlichen oder künstlerischen Produzenten, Handwerker oder [Höhergebildete] für ein gemeinschaftliches Käuferkapital, den Buchhändler arbeiten; ein Verhältnis, das mit der eigentlich kapitalistischen Produktionsweise nichts zu tun hat und selbst formell noch nicht unter sie subsumiert ist.“ (Marx 1919, 425)

Als *Übergangsformen* gelten dabei die Arbeits- und Produktionsverhältnisse, bei denen die unmittelbaren Produzent*innen von *aufserhalb* des kapitalistischen Produktionsprozesses in kapitalistischen Unternehmen diesen zum Teil Halbfertigprodukte für die vorwiegend technischen Weiterverarbeitung in den Unternehmen, zum Teil Fertigprodukte für den Warenverkauf durch Handelsunternehmen gegen Bezahlung oder unentgeltlich liefern. Demnach resultiert die nicht-materielle Produktion von universitären Inhaltsproduzentinnen „in Waren, die getrennt vom Produzenten bestehen, [...] Diese Leute [...] arbeiten meist (wenn nicht selbständig) für ein Kaufmannskapital, z.B. Buchhändler.“ (Marx 1969, 73)

Vorbehaltlich einer differenzierteren Erörterung⁹ kann also vorläufig zur Charakterisierung des grundsätzlichen Verhältnisses zwischen wissenschaftlichen Autor*innen und Wissenschaftsverlagen festgehalten werden: Es handelt sich – gemäß der Marx’schen Unterscheidung – nur um eine mittelbare/indirekte Subsumtion unter das Kapital (keine formelle oder reelle Subsumtion) bzw. nur um eine mittelbar/indirekt produktive Arbeit für das Kapital. Dies insofern, als diese Arbeit in ihrer Grundfunktion der seit Jahrhunderten unveränderten Verlagstätigkeit als Warenhandlungskapital, seinem „beständigen Kauf und Verkauf von Waren“ (Marx, *Das Kapital*, Dritter Band, 1989, 285) untergeordnet ist.

⁹ Eine auch auf Wissenschaftskommunikation inkl. Open Access bezogene eventuell erforderliche „Erweiterung“ der Marx’schen Kapitalismustheorie und -kritik müsste zumindest die mit der formellen und reellen Subsumtion verbundenen Erörterungen zur (für das Kapital) produktiven und unproduktiven Waren produzierenden Arbeit sowie zur absoluten und relativen Mehrwertproduktion einbeziehen, ebenso die Unterscheidungen von Profit und Rente (Kaufmannskapital, kommerzieller Profit), was - an dieser Stelle – nur ansatzweise geleistet werden kann.

„Im eigentlichen Handelskapital erscheint die Form $G - W - G'$, kaufen um teuer zu verkaufen, am reinsten.“ (Marx, Erster Band, 1962, 178) Im Unterschied zum industriell produzierenden Kapital fungiert das Verlagskapital als Warenhandlungskapital, damit als Kaufmannskapital mit kommerziellem Profit (Marx, Das Kapital, Dritter Band, 1989, 278-313).

Generell gilt: „Ein Schriftsteller ist ein produktiver Arbeiter, nicht insofern er Ideen produziert, sondern insofern er den Buchhändler bereichert, der den Verlag seiner Schriften betreibt oder sofern er Lohnarbeiter eines Kapitalisten ist.“ (Marx 1919, 260) Für die digitale WK ist in ähnlicher Weise wie für die geistige Tätigkeit von Schriftstellern als Literaturproduzenten (Schwenger 1974, 98-100, 116-125) charakteristisch: die Aneignung, Vermarktung und Inwertsetzung der geistig-materiellen Produkte der kleinen Warenproduzenten durch kommerzielle Verlage. Der profitsteigernde Vorteil des Verlegers gegenüber dem Kaufmann als bloßem Händler bestand historisch gesehen zunächst darin, dass der Verleger die Produktion an kleine selbständige Warenproduzenten mit Kapitalvorschuss in Auftrag gab und diese so niedrig entlohnte, „dass ein Teil der geleisteten Arbeitszeit unbezahlt blieb. Der Verleger wurde so Aneigner von Mehrwert über seinen bisherigen Handelsgewinn hinaus.“ (Marx, Das Kapital, Dritter Band, 1989, 914) Es wurde also Profit über Mehrwert durch Arbeit plus kaufmännischem Mehrwert erzielt (Boltanski und Esquerre 2019, 487-501).

Wissenschaftlich Publizierende sind wie „freie“ Schriftsteller*innen aufgrund von Programmplanung, Marktanalysen, Konkurrenzanalysen und Marketingplänen der Verlage „nicht Subjekt, sondern Objekt eines Buchplans (sind), dessen Konzept in den Lektoraten entstanden ist.“ (Schwenger 1979, 47ff.).

Privatwirtschaftliche Wissenschaftsverlage haben diese extrem profitsteigernde Produktionsweise für sich perfektioniert, indem sie sich die Produkte der unmittelbaren wissenschaftlichen Kleinproduzenten und deren geistige Eigentumsrechte als Verwertungsrechte kostenlos oder unter Zahlung von Mini-Honoraren aneignen. Dies ist allein schon eine Form der Ausbeutung, auch wenn die Produzenten nicht direkt als Lohnabhängige in den Verlagen arbeiten. Der im öffentlichen Dienst geschaffene Gebrauchswert der kreativ-geistigen Produkte dient durch deren Umwandlung in Waren mit Tauschwert der Realisierung von Mehrwert in der Akkumulation von merkantilem/kommerziellem Kapital als Monopolprofite in Form von „Informationsrenten“ (Krämer 2002, 642ff.).

Diese Kapitalakkumulation wäre auf Basis von direkt als Lohnabhängige in den Verlagen arbeitenden Wissenschaftler*innen gar nicht möglich, da eine adäquate Entlohnung langjähriger Forschungsarbeit als Basis von Publikationen für die Verlage eine Gewinnerzielung verunmöglichen würde.

Wissenschaftsverlage fungieren als Teil des dreigliedrigen Buchhandelssystems (herstellender Buchhandel/Verlagsbuchhandel, Buchgroßhandel/Zwischenbuchhandel und Bucheinzelhandel/Sortimentsbuchhandel). Kennzeichen der Restrukturierungen im Buchhandel in den vergangenen Jahrzehnten ist unter anderem – verstärkt durch die Digitalisierung der Produkte – eine entscheidende Neuaufteilung zwischen Produktions- und Reproduktionsarbeitsleistungen von universitären Produzentinnen und entsprechenden Leistungen von im kapitalistischen Produktionsprozess der Verlage abhängig Arbeitenden. Während traditionell in der Print-Ära (ohne Einsatz von Elektronik und Digitalisierung) im Verlag nach der Lieferung von Manuskripten durch Autor*innen noch Produktionsleistungen wie Lektorat sowie Reproduktionsleistungen wie Satzerstellung, Erstellung der Druckvorlage, Druck und Transport erbracht oder an andere Unternehmen in Auftrag gegeben wurden, sind diese Leistungen für digitale Produkte vollständig entbehrlich geworden. In Folge dessen haben die Verlage ihre traditionelle Legitimationsbasis für ihre Notwendigkeit zumindest für die digitalisierte WK weitestgehend verloren. Gleichzeitig haben universitäre Produzent*innen prinzipiell eine vollständige inhaltliche, technische und organisatorische Autonomie erreicht, indem sie alle früher von den Verlagen übernommenen Produktions-, Reproduktions- und Distributionsleistungen mit geringem Kosten- und Organisationsaufwand selbstständig übernehmen können¹⁰. Dies bedeutet eine Unabhängigkeit von verlegerischer kapitalistischer Warenproduktion und -distribution, wie sie gegenwärtig noch auf Basis der nicht notwendigen Übertragung von Eigentumsrechten an die Verlage vorherrscht.

Die fortdauernde Nicht-Nutzung dieser Unabhängigkeit durch die Wissenschaftler*innen führt zur schwer erträglichen Konstellation, dass die Verlage eine Vielzahl der von Autor*innen entgeltlos gelieferten,

¹⁰ Prinzipiell war diese Autonomie/Selbstständigkeit auch schon in der Print-Ära möglich (allerdings wesentlich kostenintensiver) und wurde auch teilweise, z. B. über öffentlich-rechtliche, später privatisierte Universitätsverlage, realisiert.

inhaltlich und technisch perfekt gestalteten pdf-Dateien praktisch nur per Klick auf ihre Server uploaden müssen. Sodann können sie diese Vielzahl ohne hohen Kostenaufwand jeweils an eine Vielzahl von Bibliotheken (garantierter Absatz), Wissenschaftler*innen und viele andere Interessent*innen hochpreisig zum eingeschränkten Downloaden lizenzieren und/oder gestückelt nach einzelnen Buchkapiteln und Zeitschriftenbeiträgen als Downloads verkaufen.

Als generelle Besonderheiten der WK gelten zusammengefasst insbesondere:

- Produktionsarbeiten werden per Steuern finanziert und im staatlich-öffentlichen Bereich von Hochschulen und Forschungseinrichtungen unter Einsatz von öffentlichem Eigentum an Produktionsmitteln geleistet, also im öffentlichen Dienst *außerhalb* privatwirtschaftlicher Unternehmen.
- Produzent*innen haben als Angestellte bzw. Beamte im öffentlichen Dienst das traditionell bürgerliche, außergewöhnliche Privileg, per Urheberrecht *individuelle Eigentumsrechte* an ihren Produkten inne zu haben und entsprechend geltend machen zu können. Sie können folglich als Individuen unter ihrem eigenen Namen Produkte ihrer aus öffentlichen Mitteln entlohnten und mittels öffentlich finanzierter Produktionsmittel durchgeführten wissenschaftlichen Arbeit selbstständig verbreiten und verwerten. Schier unvorstellbar und unmöglich ist zum Beispiel, dass abhängig arbeitende Journalist*innen in privatwirtschaftlichen oder öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen (-organisationen) ihre im laufenden Betrieb hergestellten Produkte selbstständig individuell statt im „eigenen“ in fremden Unternehmen verbreiten und verwerten.
- Paradoxerweise treten jedoch diese privilegierten Produzent*innen ihre Rechte scheinbar freiwillig – in Wirklichkeit zumeist unter dem Zwang des herrschenden wissenschaftlichen Qualifikations- und Reputationsregimes – an kommerzielle Wissenschaftsverlage als deren Copyright ab.
- Sie geben gleichzeitig ihre Wissenschaftsprodukte als Originale, konkret als fertige Druck- bzw. Downloadvorlagen an diese Verlage ab, Produkte, die sie in zumeist kollektiven langwierigen

Arbeitsprozessen als Ergebnis langjähriger Forschungsarbeit hergestellt haben.

- In der Regel ist dies sogar kostenlos für die Verlage, also eine Art von Geschenk, obwohl die Produkte unter Nutzung von Produktionsmitteln in staatlichem Eigentum von vom Staat bezahlten Lohn- bzw. Gehaltsabhängigen hergestellt werden.
- Die privatwirtschaftlichen kommerziellen Verlage können sich somit Produkte und Eigentumsrechte *aneignen* und auf dieser Basis Verwertungsrechte für sich wahrnehmen, verbunden mit der Verfügung über Verbreitungs-, Zugangs- und Nutzungsrechte.
- Zusätzlich nehmen die Verlage die unentgeltlichen Dienste von wissenschaftlichen Peer Reviewern sowie Herausgebern von Zeitschriften, Sammelbänden und Buchreihen in Anspruch.
- Schließlich verkaufen die Verlage per Subskription oder Lizenzierung die von Wissenschaftler*innen ihnen unentgeltlich zur Verfügung gestellten Produkte hochpreisig weltweit an Universitätsbibliotheken und eine Vielzahl von Einzelabnehmern.
- Grundlage ihrer überhöhten Preise und im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen außergewöhnlich hohen Gewinne ist eine nahezu einmalige Marktkonstellation: gesicherte unentgeltliche Lieferungen von fertigen Druck-/Downloadvorlagen aufgrund des Publikationsdrucks für Wissenschaftler*innen („publish or perish“) in Verbindung mit gesichertem Absatz an Bibliotheken mit ausgeprägter Beschaffungspflicht zu der Aufgabenerfüllung einer optimalen Bereitstellung von wissenschaftlicher Literatur für den Wissenschaftsbetrieb.

Insgesamt wird die bisher übliche paradoxe Umkehrung der „eigentlichen“ Machtverhältnisse, die in der Print-Ära wegen der notwendigen Kapitalmacht der Verlage kaum zu vermeiden war, unnötigerweise für die digitale Ära mit für die Verlage nahezu kostenlosen ebooks und e-journals als Waren verfestigt. Allerdings liegt diese Umkehrung auch im Interesse einer traditionellen Symbiose von Verlagen und -Wissenschaftler*innen, die Verlage als Basis für ihre Qualifikation, Reputation, Hegemonie und/oder als Selektionsinstanz nutzen. Wissenschaftliches Publizieren wird damit sogar noch stärker als bislang zum closed shop für Ausgewählte.

Vor allem wird das grundsätzliche Problem der realen Warenförmigkeit (Kommodifizierung) der WK noch verschärft. Denn „Universitäten und Hochschulen sind in der neoliberalen Wirtschaft und Gesellschaft Wissenschaftsbetriebe, die mit größtmöglicher Effizienz Wissen und Wissende als Produkte produzieren, deren Wert sich auf dem entsprechenden Markt durch Verkauf realisieren lässt. Entscheidend ist also nicht der Gebrauchswert, sondern der Tauschwert der Produkte.“ (Stapelfeldt 2007, 32).

4 Elemente emanzipatorischer Transformation von Open-Access-Wissenschaftskommunikation

Die generelle Dialektik bzw. Widersprüchlichkeit der PV der WK besteht darin, dass gerade auf Basis der genannten Besonderheiten in Verbindung mit der Digitalisierung der WK außergewöhnliche, durchaus reale Möglichkeiten der Befreiung von diesen Machtverhältnissen bestehen. Abschließend werden deshalb als Alternative zur herrschenden OA-WK einige prinzipiell mögliche und teilweise schon verwirklichte Elemente einer emanzipatorischen Transformation der WK aufgezeigt (Fuchs und Sandoval 2013; Knoche 2014c)

Diese sind zunächst hauptsächlich auf das grundlegende Ziel einer Entkapitalisierung/Dekommodifizierung der WK und darüber einer grundlegenden Veränderung der Produktions-, Distributions-, Verwertung- und Machtverhältnisse gerichtet. Die strukturellen und bewusstmäßigen Voraussetzungen für die Zielerreichung einer derartigen emanzipativen Veränderung der WK (nicht allein bezüglich verlagsunabhängigem OA) sind wesentlich günstiger als die von mir ansatzweise aufgezeigten Veränderungspotenziale für Medienindustrie und Journalismus (Knoche 2014a), die als „Dialektik von universal-reeller Subsumtion unter das Kapitel und ‚Befreiungspotenzial‘“ (Knoche 2013, 120) gekennzeichnet werden können.

Hauptsächliche Kennzeichen dieser außergewöhnlich günstigen Voraussetzungen sind:

- Autonomie von Universitäten, Hochschulen, Fachhochschulen,

- inhaltliche und technische Erstellung der digitalen Wissensprodukte auf Basis öffentlichen Eigentums der Produktionsmittel (ausgebaute Infrastruktur auf höchstem Niveau),
- Bezahlung der Produktionsarbeit und der bislang in Verlagen geleisteten Arbeit aus öffentlichen Mitteln,
- eigenständige digitale Distribution per Internet zu geringfügigen Kosten,
- immense Kostenersparnis für wissenschaftliche Bibliotheken und damit enorme Entlastungen der Budgets von Universitäten, Hochschulen und Fachhochschulen, wenn Subskriptions- und Lizenzzahlungen an Verlage wegfallen.

Schon 1996 wurde in einer vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels zusammen mit Bibliotheksverbänden herausgegebene Publikation besorgt festgestellt, dass auf Basis verfügbarer digitaler Netze, Server, Lichtsatz- und Grafiksoftware, Laserdrucker u. ä. „praktisch jeder selbst drucken oder auch die Verteilung von Artikeln, Büchern, Software etc. zu geringen Kosten und über große Entfernungen hinweg offerieren kann - ‚blitzschnell‘ und effizient“ (Grötschel und Lügger 1996, 42). Hingewiesen wurde auch auf die Ablösung des traditionellen Produktionsprozesses (Wissenschaftler*innen liefern nur Manuskripte an Verlage zur Weiterverarbeitung) durch die kostenlose Lieferung von druckfertigen Vorlagen in Lichtsatzqualität. Hinzu kommt, dass im Falle digitaler Produkte sogar eine materielle Weiterverarbeitung durch die Verlage entfällt.

Mit einem prinzipiell möglichen vollkommenen Umstieg auf OA ohne Verlage würden auch elementare Missstände und Ungerechtigkeiten beseitigt:

- unentgeltliche Lieferung der mit Bezahlung aus Steuergeldern hergestellten Wissensprodukte als Geschenke an die Verlage zur kommerziellen Verwertung,
- unentgeltliche Abgabe der Eigentumsrechte der Autor*innen als Copyrights für die Verlage zur kommerziellen Verwertung, damit Blockierung bzw. Einschränkung der eigenständigen Distribution und Verwertung der Autor*innen,
- die folgenreiche, nicht zu verantwortende Umwandlung öffentlicher Güter in Waren durch die Verlage, für die allein der Tauschwert anstelle des Gebrauchswerts der Waren entscheidend für die

Gewinnerzielung ist, was in der inhaltlichen Gestaltung des jeweiligen Verlagsprogramms zum Ausdruck kommt, mittels dessen wiederum bestimmte Wissenschaftsrichtungen mehr oder weniger an die Öffentlichkeit gelangen,

- der Irrwitz, dass Autor*innen und Bibliotheken die aus öffentlichen Steuergeldern bezahlten, an die Verlage inklusive Eigentumsrechte unentgeltlich abgegebenen Produkte von den Verlagen zu Höchstpreisen „zurückkaufen“ (müssen),
- und die damit verbundene ungeheure, prinzipiell nicht gerechtfertigte Verschwendung von Steuergeldern, die an Missbrauch grenzt.

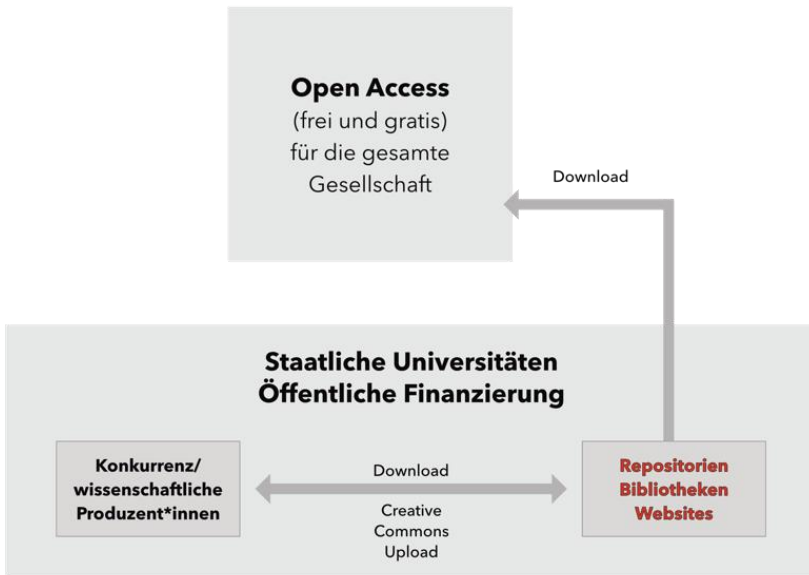


Abb. 4: Open Access ohne profitorientierte Verlage und ohne Peer Review – institutionelle Repositorien und Creative Commons (Grafik: M. Knoche, M. Küstermann, P. Klapetz)

In Abbildung 4 ist die im Vergleich zu den in Abbildung 3 skizzierten Konstellationen fundamentale Veränderung der Produktions-,

Distributions-, Konsumtions- und Verwertungsverhältnissen im Falle eines verlagsunabhängigen OA sichtbar gemacht.

Elemente einer zukünftigen emanzipatorischen Transformation der Wissenschaftskommunikation sind zum Beispiel (Knoche 2014c, 78):

- Reorganisation des wissenschaftlichen Qualitätsregimes
obsolet: Qualitätssicherung organisiert von Verlagen
- Bibliotheken als Repositorien und Verlage inkl. print on demand
obsolet: Verlage mit proprietären Verlagsservern
- Finanzierung durch öffentliche Mittel innerhalb Universitäten
obsolet: Subskription/Lizenzgebühren und Publikationsgebühren an Verlage
- nur Non-Profit Open Access-Modell /Entkapitalisierung
obsolet: gold, hybrid, grün OA-Geschäftsmodelle von Verlagen
- nur eine Publikationsform Beiträge (mehr oder weniger lang)
obsolet: Formate Zeitschrift/Buch
- kollaborative interaktive Wissenschaftskommunikation, auch über nicht-kommerzielle Social Media (Websites, Blogs, Wikis)
obsolet: privatwirtschaftliches Google Books, Facebook, Twitter, ResearchGate, Academia.edu etc.)

Mit einer Realisierung und Nutzung nicht-kommerzieller OA-Projekte ohne kommerzielle Verlage ist jedoch das Grundsatzproblem der real herrschenden WK als „Auslesemacht“ für die inhaltliche Ausrichtung der WK und darauf bezogene Berufschancen noch nicht gelöst. Denn auch im wahrscheinlichen Fall der zukünftigen Zunahme von universitären nicht-kommerziellen OA-Publikationen bleibt das Problem des herrschenden Qualifikations- und Qualitätsregimes mit der Folge, dass in der Regel einerseits auch in diese Publikationen radikal Kritisches keinen offenen Zugang findet und dass andererseits alternative OA-Publikationen nicht als berufsqualifizierend anerkannt werden.

Zu beachten ist dabei, dass eine Veränderung der Produktions- und Machtverhältnisse nicht durch oder über bloße individuelle Bewusstseinsveränderungen auf Basis von Ideologiekritik erreicht werden kann. Dies gilt insbesondere für universitäre kritische Kommunikationswissenschaftler*innen, die aufgrund ihrer prekären Beschäftigungsverhältnisse

quasi gezwungen sind, sich auch „wider besseres Wissen“ dem herrschenden Qualifizierungsregime zu unterwerfen, um einer existenziellen Auslese aus der Universität zu entgehen. Denn es wäre „selbstmörderisch“ naiv, nicht zu berücksichtigen, dass im Verlauf der im bestehenden Wissenschaftssystem unausweichlichen Konkurrenzkämpfe die Erfolgchancen aufgrund der herrschenden Kräfteverhältnisse für Radikal-Kritisches gegenwärtig und wohl auch in naher Zukunft minimal sind.

Diese Dilemma-Konstellation für abhängig beschäftigte Wissenschaftler*innen besteht wie für andere abhängig Arbeitende in anderen Sektoren darin, dass sie (oftmals entgegen ihrem Wünschen, Wollen und ihrem kritischen Bewusstsein, ihren kritischen Erkenntnissen) existenziell gezwungen sind, „mit der Reproduktion der materiellen Verhältnisse auch die Überbaustrukturen (zu) reproduzieren und somit sowohl die Hervorbringenden wie die Geschöpfe der Ideologien, ideologischen Apparate, Praxen und Rituale sind“ (Herkommer 1985, 140f.).

Insofern bedarf es vor allem solidarischer aktiver gesamtgesellschaftlich-politischer, speziell wissenschaftspolitischer Anstrengungen - von Akteur*innen einer kritischen Kommunikationswissenschaft mit dem Ziel, diese bestehenden Verhältnisse grundlegend zu ändern. Welche konkreten (widerständigen, subversiven) Aktivitäten hierzu - vor allem unter dem Gesichtspunkt der auch in der Wirklichkeit der Medien- und Kommunikationswissenschaft (manifest und latent, direkt und indirekt) äußerst wirksamen realen gesellschaftlichen Herrschafts- und Machtverhältnisse - strategisch-taktisch real möglich sind, muss in einem vermutlich schwierigen Diskussionsprozess geklärt werden.

Voraussetzung dafür ist allerdings zumindest ein tatsächlicher gesellschaftskritisch und politisch motivierter Veränderungswille auf Basis eines Zusammenwirkens individueller und kollektiver gesellschaftlicher *Interessen* und *Bedürfnisse* an einer grundlegenden Veränderung der herrschenden Strukturen und Inhalte der WK, über OA hinausgehend. Dazu ist meines Erachtens der ideologiekritische und darüber hinaus „der kapitalismuskritische Blick unverzichtbar.“ (Draheim und Reitz 2010, 100)

Literatur

- Benseler, Frank. 1969. „Vor-Sätze zur Produktion von Literatur“. *Kürbiskern. Literatur und Kritik*. 3/69: 509-515.
- Boltanski, Luc, und Arnaud Esquerre. 2019. *Bereicherung. Eine Kritik der Ware*. Aus dem Französischen von Christine Pries. Berlin: Suhrkamp.
- Butollo, Florian, und Oliver Nachtwey, Hrsg. 2018. *Kritik des Kapitalismus. Schriften zu Philosophie, Ökonomie, Politik und Soziologie*. Berlin: Suhrkamp.
- Butollo, Florian, und Sebastian Sevignani. 2018. „Cyber-Marx? Ansatzpunkte einer historisch-materialistischen Analyse des digitalen Kapitalismus“. In *Marxismus und Soziologie. Klassenherrschaft, Ideologie und kapitalistische Krisendynamik*, herausgegeben von Tine Haubner und Tilman Reitz, 251-275. Weinheim Basel: Beltz Juventa.
- Draheim, Susanne, und Tilman Reitz. 2010. „Dagegen sein im System der Neutralisierungen. Der Kapitalismus gegen seine Befürworter verteidigt“. In *Grenzverschiebungen des Kapitalismus. Umkämpfte Räume und Orte des Widerstands*, herausgegeben von Karina Becker, Lars Gertenbach, Henning Laux und Tilman Reitz, 75-102. Frankfurt am Main: Campus.
- Eagleton, Terry. 2012. *Warum Marx recht hat*. Aus dem Englischen von Hainer Kober. 2. Aufl. Berlin: Ullstein.
- Engels, Friedrich. 1890 [1967]. Brief an Joseph Bloch. 21. September 1890. In Marx-Engels-Werke (MEW), Bd. 37, 463. Berlin/DDR: Dietz. http://www.mlwerke.de/me/me37/me37_462.htm Zugegriffen: 15. November 2019.
- Engels, Friedrich. 1894 [1968]. Brief an Walter Borgius, 25. Januar 1894. In Marx-Engels-Werke (MEW), Bd. 39, 206. Berlin/DDR: Dietz. http://www.mlwerke.de/me/me39/me39_205.htm Zugegriffen: 15. November 2019.
- Fuchs, Christian. 2017a. *Marx lesen im Informationszeitalter. Eine medien- und kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf ‚Das Kapital. Band 1‘*. Münster: Unrast.
- Fuchs, Christian. 2017b. „Die Kritik der Politischen Ökonomie der Medien/Kommunikation: ein hochaktueller Ansatz“. *Publizistik* 62: 255–272, [DOI 10.1007/s11616-017-0341-9](https://doi.org/10.1007/s11616-017-0341-9)
- Fuchs, Christian, und Marisol Sandoval. 2013. „The Diamond Model of Open Access Publishing: Why Policy Makers, Scholars, Universities, Libraries, Labour Unions and the Publishing World Need to Take Non-Commercial, Non-Profit Open Access Serious“. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique* 13 (2): 428-443. <https://doi.org/10.31269/triplec.v11i2.502>
- Fund, Sven. 2011. De Gruyter Open Library – Das Open Access-Modell eines Universalwissenschaftsverlags für Bücher und Zeitschriften. In *BIBLIOTHEK Forschung und Praxis* 35: 157-160. Berlin: De Gruyter. [DOI10.1515/bfup.2011.021](https://doi.org/10.1515/bfup.2011.021) <https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/bfup.2011.35.issue-2/bfup.2011.021/bfup.2011.021.pdf>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Grötschel, Martin, und Joachim Lügger. 1996. „Neue Produkte für die digitale Bibliothek: die Rolle der Wissenschaften“. In *Die unendliche Bibliothek. Digitale Information in Wissenschaft, Verlag und Bibliothek*, herausgegeben von Börsenverein des deutschen

- Buchhandels e.V., Die Deutsche Bibliothek, und Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheksverbände, 38-67. Wiesbaden: Harrassowitz.
- Hanekop, Heidemarie, und Volker Wittke. 2013. „Der Wandel des wissenschaftlichen Publikationssystems durch das Internet. Sektorale Transformation im Kontext institutioneller Rekonfiguration“. In *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien. Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration*, herausgegeben von Ulrich Dolota, und Jan-Felix Schrape, 147-172. Berlin: sigma.
- Harman, Chris. 1986. Basis und Überbau. (Base and Superstructure). *International Socialism* 2: 36, 3-44. Aus dem Englischen von Rosemarie Nünning. London. <https://www.marxists.org/deutsch/archiv/harman/1986/xx/basueber.htm>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Heinrich, Michael. 2005. *Kritik der politischen Ökonomie. Eine Einführung*. 3. Aufl. Stuttgart: Schmetterling.
- Heise, Christian. 2018. *Von Open Access zu Open Science: Zum Wandel digitaler Kulturen der wissenschaftlichen Kommunikation*. Lüneburg: meson press.
- Herb, Ulrich, Hrsg. 2012. *Open Initiatives: Offenheit in der digitalen Welt und Wissenschaft*. Saarbrücken: universaar.
- Herb, Ulrich. 2017. „Open Access zwischen Revolution und Goldesel. Eine Bilanz fünfzehn Jahre nach der Erklärung der Budapest Open Access Initiative“. *Information, Wissenschaft & Praxis*, 68 (1): 1-10.
- Herkommer, Sebastian. 1985. *Einführung Ideologie*. Hamburg: VSA.
- Herkommer, Sebastian. 2004. *Metamorphosen der Ideologie. Zur Analyse des Neoliberalismus durch Pierre Bourdieu und aus marxistischer Perspektive*. Hamburg: VSA.
- Hoff, Jan. 2016. *Befreiung heute. Emanzipationstheoretisches Denken und historische Hintergründe*. Hamburg: VSA.
- Horkheimer, Max, und Theodor W. Adorno. 1947. Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug. In *Dialektik der Aufklärung*, 128-176. Amsterdam: Raubdruck.
- Iber, Christian. 2005. *Grundzüge der Marx'schen Kapitalismustheorie*. Berlin: Parerga.
- Jaeggi, Rahel. 2009. „Was ist Ideologiekritik?“ In *Was ist Kritik?*, herausgegeben von Rahel Jaeggi, und Thilo Wesche, 266-295. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Knoche, Manfred. 2002. „Kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien“. In *Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft. Bedeutung, Grundfragen und Entwicklungsperspektiven*, herausgegeben von Gabriele Siegert, 101-109. Münster - Hamburg - London: LIT.
- Knoche, Manfred. 2013. „Krisenhafte kapitalistische Produktionsweise als Triebkraft für Restrukturierungen und Transformationen (in) der Medienindustrie. Erklärende Theorieelemente einer Kritik der politischen Ökonomie der Medien“. In *Langfristiger Wandel von Medienstrukturen. Theorie, Methoden, Befunde*, herausgegeben von Wolfgang Seufert, und Felix Sattelberger, 87-111. Baden-Baden: Nomos. https://www.uni-salzburg.at/fileadmin/multimedia/Kommunikationswissenschaft/documents/Aktuelles/MedPolitik/Knoche_SeufertSattelberger_Nomos2013.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.

- Knoche, Manfred. 2014a. „Befreiung von kapitalistischen Geschäftsmodellen. Entkapitalisierung von Journalismus und Kommunikationswissenschaft aus der Sicht einer Kritik der politischen Ökonomie der Medien“. In *Journalismus ist kein Geschäftsmodell. Aktuelle Studien zur Ökonomie und Nicht-Ökonomie des Journalismus*, herausgegeben von Frank Lobigs und Gerret von Nordheim, 241-266. Baden-Baden: Nomos. https://www.uni-salzburg.at/fileadmin/multimedia/Kommunikationswissenschaft/documents/Aktuelles/MedPolitik/Knoche_final.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Knoche, Manfred. 2014b. *OPEN ACCESS Alb+Wunsch-Traum of an advocate of a truly free non-profit scholarly communication*, als (Print-)Flugschrift verbreitet während der 59. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) in Passau 28. bis 30. Mai 2014. https://www.uni-salzburg.at/fileadmin/multimedia/Kommunikationswissenschaft/documents/Aktuelles/MedPolitik/DGPK2014_Passau_Knoche.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Knoche, Manfred. 2014c. „Emanzipatorische Transformation der Wissenschaftskommunikation statt Irrweg Verlags-TOLL OPEN ACCESS“. *Medien Journal*, 38 (4): 76-78.
- Koivisto, Juha, und Veikko Pietilä. 1993. „Nachwort. Der umstrittene Ideologiebegriff. W.F. Haugs Theorie des Ideologischen im Vergleich“. In Wolfgang Fritz Haug: *Elemente einer Theorie des Ideologischen*. Argument-Sonderband AS 203: 233-246. Hamburg: Argument.
- Krämer, Ralf. 2002. „Informationsrente – Zur politischen Ökonomie des Informationskapitalismus“. In: *Das Imperium des High-Tech-Kapitalismus, Das Argument. Zeitschrift für Philosophie und Sozialwissenschaften* 248, 44 (5/6): 637-651.
- Krämer, Ralf. 2015. *Kapitalismus verstehen. Einführung in die politische Ökonomie der Gegenwart*. Hamburg: VSA.
- Lenk, Kurt. 1972. *Marx in der Wissenssoziologie. Studien zur Rezeption der Marxschen Ideologiekritik*. Neuwied und Berlin: Luchterhand.
- Lenk, Kurt. 1981: „Zum Strukturwandel politischer Ideologien im 19. und 20. Jahrhundert – Begriff und Phänomen des ideologischen Bewußtseins“. In *Ideologie im Bezugsfeld von Geschichte und Gesellschaft*, herausgegeben von Anton Pelinka, 97-107. Innsbruck: Inn.
- Martin, Susanne. 2018. „Kulturindustrie und Herrschaft“. In *Marxismus und Soziologie. Klassenherrschaft, Ideologie und kapitalistische Krisendynamik*, herausgegeben von Tine Haubner und Tilman Reitz, 168-182. Weinheim Basel: Beltz Juventa.
- Marx, Karl. 1919. *Theorien über den Mehrwert. Aus dem nachgelassenen Manuskript „Zur Kritik der politischen Ökonomie“*, herausgegeben von Karl Kautsky. *Erster Band. Die Anfänge der Theorie vom Mehrwert bis Adam Smith*. 3. Unveränderte Aufl. Stuttgart: Dietz Nachf.
- Marx, Karl. 1859 [1961]. *Zur Kritik der politischen Ökonomie. Erstes Heft (Vorwort)*. Marx-Engels-Werke (MEW), Bd. 13, 7-11. (Berlin: Dunker). Berlin/DDR: Dietz. http://www.mlwerke.de/me/me_mew.htm. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Marx, Karl. 1890 [1962] u. 1894 [1989]. *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*. Marx-Engels-Werke (MEW). Bd. 23 und 25. Berlin/DDR und Berlin: Dietz. http://www.mlwerke.de/me/me_mew.htm. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Marx, Karl. 1890/1962, 1894/1989. *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*. Marx-Engels-Werke (MEW). Bd. 23 und 25. Berlin/DDR und Berlin: Dietz. http://www.mlwerke.de/me/me_mew.htm. Zugegriffen: 15. November 2019.

- Marx, Karl. 1969. *Resultate des unmittelbaren Produktionsprozesses. Das Kapital. I. Buch. Der Produktionsprozess des Kapitals. VI. Kapitel.* Frankfurt: Neue Kritik.
- Marx, Karl, und Friedrich Engels. 1845/46 [1958]. *Die deutsche Ideologie.* Marx-Engels-Werke (MEW), Bd. 3. Berlin/DDR: Dietz. http://www.mlwerke.de/me/me_mew.htm. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Mayer-Ahuja, Heinz Bierbaum, Frank Deppe, Klaus Dörre, und Hans-Jürgen Urban. 2019. *Karl Marx – Ratgeber der Gewerkschaften? Fünf Antworten.* Hamburg: VSA
- Mendner, Jürgen H. 1975. *Technologische Entwicklung und Arbeitsprozess. Zur realen Substitution der Arbeit unter das Kapital.* Frankfurt am Main: Fischer.
- Reitz, Tilman. 2014. „Politik und Ideologie der bürgerlichen Gesellschaft“. In *Marx für SozialwissenschaftlerInnen. Eine Einführung. Mit einem Beitrag von Florian Butollo*, herausgegeben von Ingrid Artus, Alexandra Krause, Oliver Nachtwey, Gisela Notz, Tilman Reitz, Claudius Vellay und Jan Weyand, 83-107. Wiesbaden: Springer.
- Saur, Klaus G. 2011. *Traumverf Verleger.* Hamburg: Hoffmann und Campe.
- Schnädelbach, Herbert. 1969. „Was ist Ideologie? Versuch einer Begriffsklärung“. *Das Argument* 50: 71-92.
- Schwenger, Hannes. 1974. *Schriftsteller und Gewerkschaft. Ideologie, Überbau, Organisation.* Darmstadt und Neuwied: Luchterhand.
- Schwenger, Hannes. 1979. *Literaturproduktion. Zwischen Selbstverwirklichung und Vergesellschaftung.* Darmstadt und Neuwied: Luchterhand.
- Sevignani, Sebastian. 2016. „Kritische Politische Ökonomie“. In *Handbuch Medienökonomie*, herausgegeben von Jan Krone and Tassilo Pellegrini, 1-28. New York: Springer. DOI: [10.1007/978-3-658-09632-8_3-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_3-1) https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-09632-8_3-1.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Sevignani, Sebastian. 2019. „Digitale Arbeit und Prosumption im Kapitalismus“. In *Marx und die Roboter. Vernetzte Produktion, Künstliche Intelligenz und lebendige Arbeit*, herausgegeben von Florian Butollo und Sabine Nuss, 293-310. Berlin: Dietz.
- Stahl, Titus. 2013. „Ideologiekritik als Kritik sozialer Praktiken. Eine expressivistische Rekonstruktion der Kritik falschen Bewusstseins“. In *Nach Marx. Philosophie, Kritik, Praxis*, herausgegeben von Rahel Jaeggi und Daniel Loick, 228-254. Berlin: Suhrkamp.
- Stapelfeldt, Gerhard. 2007. *Der Aufbruch des konformistischen Geistes. Thesen zur Kritik der neoliberalen Universität.* Hamburg: Dr. Kovac.
- Steinert, Heinz. 2007. *Das Verhängnis der Gesellschaft und das Glück der Erkenntnis: Dialektik der Aufklärung als Forschungsprogramm.* Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Tomberg, Friedrich. 1974 [1969]. *Basis und Überbau. Sozialphilosophische Studien.* Neuausgabe. Darmstadt und Neuwied: Luchterhand.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Die Ideologie der Sharing Economy

Sebastian Jürss & Nils S. Borchers

Keywords: Ideologie, Sharing Economy, Solutionismus, digitaler Kapitalismus

Abstract

Der Beitrag untersucht die ideologische Grundlage des digitalen Kapitalismus, die als Solutionismus verstanden wird. Am Beispiel der Sharing Economy als einer im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung entstandenen Ökonomie vollziehen wir diese ideologische Grundlage exemplarisch nach. Hierzu arbeiten wir mittels einer narrativen Diskursanalyse die Ideologiearchitektur aus den Manifesten sowie Anti-Manifesten der Sharing Economy heraus.

Jürss, Sebastian, und Nils S. Borchers. 2019. „Die Ideologie der Sharing Economy“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Seignani, 176–199. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.9

Sebastian Jürss | Universität Bremen | s.juerss@uni-bremen.de

Nils S. Borchers | Universität Leipzig | nils.borchers@uni-leipzig.de

1 Einleitung

Die Sharing Economy wird in der Forschung wie auch außerhalb des akademischen Diskurses häufig als eine Folge der globalen Finanzkrise in den Jahren 2007/08 gesehen (Nachtwey und Seidl 2017, 3). Ungeachtet der enormen Breite des Phänomens und diversen Akzentuierungen (wie *platform economy*, *gig economy*) zeichnet sich ab, dass im öffentlichen Diskurs mit der Sharing Economy vor allem die Sharing-Plattformen als Repräsentation der Sharing Economy gesehen werden. Damit geht eine gewisse Verschiebung weg von dem eigentlichen Zweck des Teilens (wie Mitfahrgelegenheiten, Essen teilen o. ä.) hin zur Plattformlogik als tragendem Prinzip einher. Ein erheblicher Teil des regelrechten Hypes um die Sharing Economy dürfte den großen Plattformen wie etwa Airbnb und Uber zuzurechnen sein. Diese repräsentieren aber nur einen Teil des gesamten Spektrums. Trotzdem bzw. gerade auf Grund ihrer Erfolgsgeschichten hat sich ein öffentlicher Diskurs entwickelt, der sich in der Anfangsphase zunächst an dem Potenzial der Sharing Economy und ihrer Plattformen abgearbeitet hat, im Laufe der Zeit aber auch durch kritischere Stimmen, vor allem angesichts sich verfestigender Konsequenzen wie der Transformation von Innenstadtquartieren durch Airbnb, erweitert hat.

Ziel unseres Beitrags ist es, die Sharing Economy als Teil der neu entstandenen digitalisierten Ökonomien (etwa Nachtwey und Seidl 2017) und damit emblematisch für deren Ideologie zu verstehen. Diese Ideologie wollen wir anschließend einer (ideologie-)kritischen Diskussion unterziehen. Eine solche Diskussion ist erstens notwendig, um die (Nicht-)Transformation der gegenwärtigen kapitalistischen Gesellschaft und die Rolle der Digitalisierung zu verstehen (als neuer Geist des Kapitalismus, sensu Boltanski und Chiapello 2003). Zweitens ist sie notwendig, um die zwangsläufig leerlaufenden Versprechen einer Venture-Capital-geförderten Sharing Economy zu identifizieren und nicht, wie Befürworter*innen der Sharing Economy gerne behaupten (etwa Botsman und Rogers 2011), als eine gesellschaftliche Entwicklung hin zu einer „sharing society“ aufzusitzen. Unser Ziel ist es explizit nicht, eine ausführliche Exegese der bestehenden Literatur zu Ideologie und Ideologiekritik zu betreiben, sondern mit Hilfe einer empirischen Studie die Ideologie zu rekonstruieren.

In unserem Beitrag widmen wir uns zunächst dem Zusammenhang von Digitalisierung, Kapitalismus und Ideologie und stellen den Solutionismus als die Ideologie der digitalisierten Gesellschaft vor (2). Anschließend diskutieren wir das Phänomen der Sharing Economy (3). Wir stellen dann das methodische Vorgehen vor, um die Ideologie der Sharing Economy aus ihren Manifesten herauszuarbeiten (4). Im anschließenden Ergebnisteil rekonstruieren wir die Ideologiearchitektur (5), bevor wir schließlich das Fazit und einen Ausblick hinsichtlich der Ideologiekritik geben (6).

2 Digitaler Kapitalismus, Ideologie, Solutionismus

Die Digitalisierung nahezu aller Lebensbereiche greift immer weiter um sich und verändert unsere Lebenswelt nachhaltig. So hat sie beispielsweise neue Formen der Ökonomie angestoßen wie Microwork, Gigwork (Altenried 2017; Srnicek 2017) oder die Sharing Economy (Nachtwey und Seidl 2017). Auf der Digitalisierung liegen seit der Finanz- bzw. Vielfachkrise in den Jahren 2007/08 große Hoffnungen, auch weiterhin wirtschaftliches Wachstum zu stimulieren und bestimmte Krisenerscheinungen abzumildern. Ungebrochen scheint hier das Fortschrittsnarrativ eines nunmehr „digitalen Kapitalismus“ (Staab und Nachtwey 2016). Die Grundlagen des digitalen Kapitalismus und seine zugrundeliegende Ideologie sollen an dieser Stelle kurz beleuchtet werden.

Ideologie verstehen wir hier mit Mannheim (1985) als ein Denkmolell, das die eigene Weltsicht als objektiv, frei von Partikularinteressen und damit als generell gültig darstellt. Dabei werden bestimmte Grundannahmen nicht nur nicht reflektiert, sondern verschwinden aus dem Blickfeld: Aus dem Anspruch der Ideologie auf generelle Gültigkeit resultiert eine Verabsolutierung der eigenen Position und eine Immunisierung gegen Kritik. Ideologien vernichten somit Kontingenz. Wir bezeichnen diese Kontingenzvernichtung als „Invisibilisierung“. Invisibilisierungen führen dazu, dass Annahmen nicht weiter begründungspflichtig sind. Daraus folgt aber gleichzeitig, dass die Identifikation von Invisibilisierungen und das damit einhergehende Infragestellen der Gültigkeit ideologischer Grundannahmen einen wichtigen Ansatzpunkt für die Ideologiekritik darstellt.

Kernstück des digitalen Kapitalismus ist die „innovative Disruption“ (Nachtwey und Staab 2017, 79; Staab 2016, 42 f.) als Wachstumsprinzip.

Innovative Disruption hebt darauf ab, neue Märkte und Geschäftsmodelle zu „erfinden“ bzw., wenn nötig, analoge Modelle zu digitalisieren. Die Digitalisierung erlaubt hierbei eine weiterführende Rationalisierung von Distribution und Konsum (Staab 2016). Die Schaffung von neuen, digitalen Märkten wäre ohne die Plattformen als Infrastruktur sowie ihre systematischen Netzwerkeffekte¹ kaum denkbar. Konsequenzen hat die Bewegung hin zu digitalen Winner-takes-it-all-Märkten und in Richtung von „natürlichen Monopolen“ vor allem für die Arbeiter*innen in Gestalt einer immer stärker zerklüfteten Arbeitsorganisation (bspw. als Gigwork, auch auf mehreren Plattformen) ohne organisationale Anbindung (als Solo-Selbstständige/Freelancer). Die Arbeiter*innen begegnen sich als freie Marktakteur*innen, die miteinander um Aufträge konkurrieren müssen – und dies ohne soziale Absicherung.

Ideologische Grundlage des digitalen Kapitalismus bildet jene Kombination aus liberalem Individualismus, in Gestalt des individualisierten Unternehmers auf einem möglichst freien Markt, und technischem Determinismus, die sich als ein Geist des Solutionismus beschreiben lässt: „die Idee (...), zahlreiche Probleme der Menschheit in Form ertragreicher Geschäftsmodelle einer technologischen Lösung zuführen zu können“ (Staab 2016, 39). Bridle (2018, 4) spitzt den so benannten Geist weiter zu und ergänzt ihn um die Vorstellung des computational thinking als „the belief that any given problem can be solved by application of computation. Whatever the practical or social problem we face, there is an app for it.“ Computational thinking meint hierbei eine Fortführung bzw. Radikalisierung des solutionistischen Geistes in der Form, dass ein Denken außerhalb des rechengestützten Denkens beinahe unmöglich erscheint.

Grundlegend für diesen Geist ist die namensgebende Solution, also die Lösung von bestimmten (Menschheits-)Problemen. Ihren Ursprung hat diese Lösung in der digitalen Welt, die als Denkschablone für die Problemlösungen dient (Nachtwey & Seidl 2017, 21). Das Internet als der Ausdruck des Digitalen schlechthin ist hierbei sowohl Katalysator im Sinne von Lösungsansätzen und damit Geschäftsmodellen wie auch Rechtfertigung qua bisherigen Erfolgs (etwa Lang 2017). Dem liegt die

¹ Diese Netzwerkeffekte lassen sich als systematische Matthäus-Effekte diejenigen Plattformen bis zu einem bestimmten Maße weiterwachsen, die bereits über eine große Nutzerzahl verfügen, da hier über die User überhaupt erst das Angebot entsteht.

vereinfachende Annahme zugrunde, dass die zu lösenden gesellschaftlichen Probleme (1) überhaupt und (2) ausschließlich als technologische Probleme definierbar sind. Hier wird ein Steuerungsanspruch erkennbar, der wiederum jenseits von politischen oder gesellschaftlichen Aushandlungen liegt bzw. diese delegitimiert.

Zweite Grundsäule neben dem Technikdeterminismus dieses Geistes ist das Unternehmertum, von Nachtwey & Seidl (2017) als „Weltverbesserungsunternehmerin“ auf den Punkt gebracht. Die Weltverbesserungsunternehmerin vereint eine Überhöhung der Innovation mit einem radikal-liberalen Individualismus, in dem alle Menschen als Marktteilnehmer*innen auf sich allein gestellt sind. Diese Vorstellung mündet in einen rigorosen Anti-Institutionalismus (Staab 2016, 47 f.). Institutionen gelten aus dieser ideologischen Perspektive als Innovationshemmnis schlechthin. Diese Abwertung betrifft neben Regulationsinstitutionen auch Interessensvertretungen wie Gewerkschaften, die ganz im Sinne des (Neo-)Liberalismus als Kollektive abgelehnt werden. Die Weltverbesserungsunternehmerin adaptiert eine Ingenieursperspektive, die die Lösung von Problemen mit eben jenen „rationalen“ und technologischen Mitteln vorsieht, die neben Innovation und Gewinn keine anderen Handlungsmaximen wie Gemeinwohlorientierung oder kollektive Entscheidungsfindungen kennen. Im Glauben an die „rationale“ Logik von Märkten begegnen sich alle Menschen auf diesen als freie, individualisierte Marktteilnehmer*innen.

Für unsere Zwecke zusammengefasst lässt sich der Solutionismus über die folgenden Charakteristika bestimmen: einen ungebrochenen Fortschrittsglauben (Welt verbessern, Probleme lösen), seinem Antagonismus zur „old economy“ mit ihren innovationshemmenden Institutionen (ethische Bedenken, politische Aushandlung, Regulation) sowie der Allianz aus Technikdeterminismus (soziale als technologisch zu lösende Probleme) und Unternehmertum (als Avantgarde).

3 Die Sharing Economy

Die Sharing Economy ist ein herausstechendes Beispiel innerhalb des digitalen Kapitalismus (Srnicek 2017). Daher gehen wir davon aus, dass sich seine Ideologie des Solutionismus am Beispiel der Sharing Economy besonders eindrücklich nachvollziehen lässt.

Die Sharing Economy ist ein heterogenes Feld, das diverse Praktiken, Austauschbeziehungen und Geschäftsmodelle unter einem begrifflichen Konstrukt vereint. Die Spannweite reicht dabei von Community-zentrierten und lokal begrenzten Plattformen wie Tauschgarten bis hin zu weltweit operierenden, Venture-Capital-finanzierten Giganten wie Airbnb und Uber.

Hertwig und Papsdorf (2017, 524), die aus einem Panorama an Definitionsvorschlägen (etwa Acquier, Daudigeos und Pinkse 2017) einen Minimalkonsens ableiten, verstehen die Sharing Economy als „ein Set von Geschäftsmodellen, Plattformen und Austauschbeziehungen (...), in dem unter der Beteiligung von Privatpersonen (Peer-to-Peer) Ressourcen, Dienstleistungen oder das Zugangsrecht zu Dingen (temporär) gegen eine Gebühr oder andere Kompensation (...) über Social-Media-Plattformen des Internets (...) verschenkt, getauscht, geliehen oder verkauft werden“. Hervorzuheben sind hier drei Aspekte: (1) Privatpersonen sind beteiligt, d. h. der peer-to-peer-Gedanke ist konstitutiv. (2) Der Sharing-Begriff wird weit ausgelegt und beschränkt sich nicht auf Teilen im engeren Sinne („collaborative consumption“), sondern umfasst ebenfalls „traditional sharing, bartering, lending, trading, gifting and swapping“ (Botsman und Rogers 2011, XV). Aus kritischer Perspektive wird diese Ausweitung des Sharing-Begriffs jenseits der ursprünglichen Bedeutung als „Sharewashing“ bezeichnet (Belk 2014), weil hier bewusst die Nähe zum prosozialen Teilen für im Grunde kommerzielle Praktiken gesucht wird. (3) Sharing-Transaktionen erfolgen über Plattformen, die als Online-Marktplätze fungieren (Einav, Farronato und Levin 2016).

Sharing-Plattformen erhalten ihre zentrale Stellung in der Sharing Economy dadurch, dass sie als Marktplätze und zugleich als Organisationsprinzip schlechthin in erheblichem Maße für die Skalierung und damit auch den Erfolg (bzw. das Wachstum) der Sharing Economy verantwortlich sind. Sie ermöglichen darüber hinaus das „stranger sharing“ (Schor 2014), also Sharing-Transaktionen zwischen zuvor nicht manifest verbundenen Knoten im Netzwerk, für beinahe jedermann, weil sie die Teilnahmeschwellen niedrig halten (in der Regel reicht das gewünschte Objekt zum Tausch bzw. die materiellen Voraussetzungen sowie ein Internetzugang aus).

Weiterhin unterscheiden Hertwig und Papsdorf (2017) in ihrer Studie zwischen drei sich zum Teil überlappenden Segmenten der Sharing Eco-

nomy: (1) die Tausch- und Schenkwirtschaft, (2) die Nischen- und Nebenerwerbswirtschaft sowie (3) die Plattform-Ökonomie. Die Tausch- und Schenkwirtschaft entspricht am weitesten dem ursprünglichen Gedanken vom Teilen, weil hier oftmals güterspezifische Tauschbeziehungen bestehen, die weder von einer Äquivalenz der getauschten Güter ausgehen noch eine monetäre Kompensation beinhalten. Mit der Nischen- und Nebenerwerbswirtschaft ist hingegen das Segment bezeichnet, in dem Nutzer*innen vorrangig noch nicht kommerzialisierte Dienstleistungen anbieten (Hertwig und Papsdorf 2017). Die Plattform-Ökonomie ist laut Hertwig und Papsdorf schließlich nur durch Selbstzuschreibung qua Nutzung der Plattformen als Teil der Sharing Economy zu bezeichnen, weil hier ein sehr weiter Sharing-Begriff die Tätigkeiten und angebotenen Dienstleistungen verbindet. Gewissermaßen finden sich hier oftmals „plattformisierte“ Angebote und Dienstleistungen der bestehenden Ökonomie („old economy“), z. B. Übersetzungen oder das Erstellen von Werbetexten. Diese auch vormals existierenden Angebote werden unter Rekurs auf die Sharing-Rhetorik und qua Plattformeinsatz ins Digitale und damit auf digitale Märkte überführt.

4 Methode und Datenkorpus

Ziel des Beitrages ist es, die Ideologiearchitektur der Sharing Economy zu rekonstruieren. Als Ideologiearchitektur verstehen wir die einzelnen Elemente (z. B. Ausgangsprobleme, Versprechen, vorgeschlagene Lösungen), aus denen sich eine Ideologie zusammensetzt, sowie die Verbindungen dieser Elemente. Um diese Architektur zu rekonstruieren, analysieren wir grundlegende Manifeste und Anti-Manifeste der Sharing Economy mit Hilfe der narrativen Diskursanalyse (NDA) (Viehöver 2000; Viehöver 2001; Viehöver 2004).

4.1 *Sampling und Datenkorpus*

Als Sharing-Economy-Manifeste verstehen wir Werke, die (1) eine Vision der Sharing Economy entwickeln. Diese Manifeste zielen (2) auf den öffentlichen Diskurs und auf ein möglichst breites Publikum abseits von spezialisierten Handlungsbereichen ab (bspw. Wissenschaft oder Politik).

Schließlich entwerfen sie (3) ein positives, d. h. gesellschaftlich wünschenswertes Zukunftsszenario. Wir gehen davon aus, dass sich die Ideologie der Sharing Economy in ihren Manifesten erkennen lässt.

Zusätzlich analysieren wir Anti-Manifeste. Diese Werke erfüllen wie die Manifeste die Bestimmungskriterien (1) und (2), allerdings entwerfen Anti-Manifeste (3) ein negatives Zukunftsszenario. Die Kontrastierung der Manifeste mit den Anti-Manifesten soll es uns erlauben, im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung (von Foerster 1984) die ideologischen Invisibilisierungen zu erkennen. Tabelle 1 und 2 geben einen Überblick über die analysierten Manifeste und Anti-Manifeste.

Tab. 1: Analyisierte Manifeste der Sharing Economy

Nr.	Autor*innen	Jahr	Titel
M1	Botsman & Roger	2011	What's mine is yours: How collaborative consumption is challenging the way we live
M2	Buczynski	2013	Sharing is good: How to save money, time and resources through collaborative consumption
M3	Chase	2015	Peers Inc.: How people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism
M4	Gansky	2010	The mesh: Why the future of business is sharing
M5	Glenn	2016	Secrets of the sharing economy: Unofficial guide to using Airbnb, Uber, & more to earn \$1000's
M6	Graham	2017	The Uber of everything: How the freed market economy is disrupting and delighting
M7	Harris & Gorenflo	2012	Share or die: Voices of the get lost generation in the age of crisis

M8	Rifkin	2014	The marginal cost society: The internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism
M9	Rustrum, Stempinski, & Liss	2014	It's a shareable life: A practical guide to sharing.
M10	Stephany	2015	The business of sharing: Making it in the new sharing economy

Tab. 2: Analyierte Anti-Manifeste der Sharing Economy

Nr.	Autor*innen	Jahr	Titel
A1	Hill	2015	Raw deal: How the 'Uber economy' and runaway capitalism are screwing American workers
A2	Scholz	2016	Overworked and underpaid: How workers are disrupting the digital economy
A3	Slee	2015	What's yours is mine: Against the sharing economy

Das Sampling erfolgte in Form des Theoretischen Samplings. Ausgangspunkt stellte Botsman und Rogers „What's Mine Is Yours“ (2011) dar. Wir haben es als Ausgangspunkt gewählt, weil dieses Werk als die „Sharing-Bibel“ gilt (bspw. Slee 2017). Im Sinne der Grounded-Theory-Methodologie haben wir in einem kontinuierlichen Prozess zwischen Datensammlung und Analyse des Datenkorpus im Rahmen unserer NDA die Auswertung vorgenommen. Diesen Prozess haben wir so lange fortgeführt, bis wir eine theoretische Sättigung erreicht haben.

4.2 Datenauswertung

Wie van Dijk (2006, 115) herausstellt, eignet sich die kritische Diskursanalyse zur Untersuchung von Ideologien, denn „people acquire, express and

reproduce their ideologies largely by text or talk“. Wir betrachten die Manifeste als Konkretisierungen der (latenten) Ideologie in einzelnen Narrationen. Damit ist für die kritische Betrachtung von Ideologien bedeutsam, dass sich aus dem Diskurs um die Sharing Economy die Ideologiearchitektur und -fragmente rekonstruieren lassen. Wir gehen davon aus, dass nicht in jedem Manifest die Ideologie im vollen Umfang zu finden sein wird bzw. dass graduelle Unterschiede auftreten können (Ideologiefragmente). Mit anderen Worten: Wir verstehen die einzelnen Manifeste als Variationen über die latente Ideologie. Daher, so unsere Annahme, wird die Ideologie der Sharing Economy erst in der Gesamtschau über die verschiedenen Manifeste und in Kontrastierung mit den Anti-Manifesten in vollem Umfang greifbar.

Die von uns in dieser Studie genutzte NDA ist der genealogisch-kritischen Strömung der Diskursanalyse zuzuordnen (Heindl 2015). Sie zielt darauf ab, die ideologischen Grundlagen von öffentlichen Narrativen und Diskursen zu analysieren. Schlüssel zum Verständnis der potenziellen Wirkungsmacht ist hierbei die narrative Struktur der Ideologiearchitektur. Diese narrative Struktur besteht aus mehreren Kernelementen: (1) Das Narrativ beginnt mit einem oder mehreren Anfangsproblemen, die es als Ausgangspunkt setzt. (2) Es schlägt eine Lösung für das Problem bzw. die Probleme vor, die es (3) an Akteure bindet, die die Lösung durch ihre Handlungen entweder herbeiführen oder aber verhindern können. (4) Aus diesen Strukturelemente lässt sich die Storyline rekonstruieren, die Probleme, Lösungen und Akteure miteinander in Verbindung setzt.

5 Die Ideologie der Sharing Economy

Die Ideologiearchitektur der Sharing Economy lässt sich aus den Manifesten und Antimanifesten wie im Folgenden dargestellt rekonstruieren (s. Abb. 1).

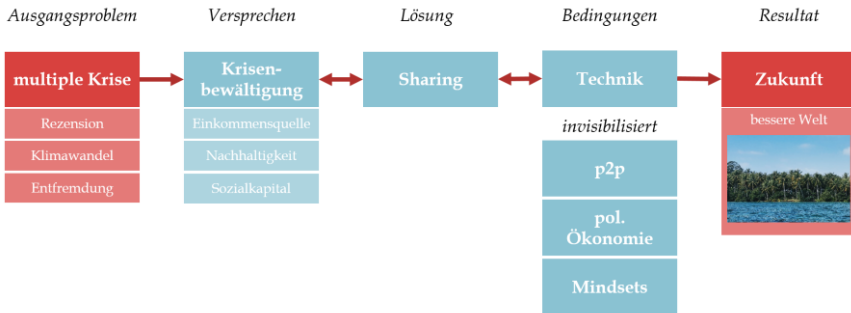


Abb. 1: Die Ideologiearchitektur der Sharing Economy

5.1 Ausgangsproblem

Zunächst ist mit der multiplen Krise ein Startproblem benannt, das sich analytisch in drei Dimensionen unterteilen lässt. Die erste Dimension bzw. Krise ist die im Nachgang der Finanzkrise 2007 einsetzende Rezession und die damit verbundene Schwächung der gesamten Wirtschaft. Von dieser sind sowohl einfache (potenzielle) User*innen der Sharing Economy betroffen, deren Einkommensmöglichkeiten und Haushaltsbudgets schwinden, wie auch Unternehmer*innen und Investor*innen, die nach Geschäfts- und Investitionsmöglichkeiten suchen. Damit in Verbindung steht ein zunehmendes Bewusstsein für Umweltprobleme, die zu einer Klimakrise führen. Angetrieben werden diese Umweltprobleme von der in der modernen, kapitalistischen Gesellschaft forcierten Konsumkultur eines exzessiven Konsumismus: „Changing all our light bulbs does not absolve us of a lifetime of rampant consumption. It won't change the fact that we're running out of food, water, and clean air in an increasingly crowded planet“ (Buczynski 2013, 37). Angesprochen ist hier ebenfalls die dritte Dimension, die auf die zunehmende Verdichtung der Städte (Urbanisierung) bei gleichzeitigem Verlust sozialer Bindungen und

Entfremdung hinweist, die durch das anonyme Leben im urbanen Raum zunehmend droht. Diese Krisen werden jeweils unterschiedlich stark betont, bleiben aber grundsätzlich Ausgangspunkt der Narrationen.

5.2 *Versprechen*

Die Sharing Economy verspricht, diese Probleme zu lösen bzw. zumindest ihre Auswirkungen abzumildern. Sie ist damit sowohl Antwort auf die aufgeworfenen Probleme als auch deren geradezu direkte Konsequenz. Zu ihren Versprechen gehören an erster Stelle die ökonomischen Möglichkeiten, die sich aus dem durch die Sharing Economy ermöglichten Sharing-Aktivitäten ergeben. Unterscheiden lassen sich hier zwei Perspektiven. Erstens werden innerhalb des Narrativs die (potenziellen) Nutzer*innen adressiert, da die Sharing Economy ihnen ein Nebeneinkommen ermöglicht, um einerseits ihre Einkommensquellen zu diversifizieren (d. h. nicht nur abhängig von einem Arbeitgeber zu sein) und andererseits die Kosten für den Zugang zu Dienstleistungen und Gütern zu senken. Ideologiekonform sind die Nutzer*innen als „micro-entrepreneurs“ selbstbestimmt und flexibel, sich wahlweise auf andere Aktivitäten zu konzentrieren oder etwa andere Lebensbereiche wie die Familie zu fokussieren: „[S]he decided to furnish the spare room and rent it out on Airbnb for about fifteen nights per month. ‘I can control when I’m sharing the space and when I’m not,’ she explained. ‘I use the extra cash to help payoff my credit card debt, and it covers about half the rent’” (Botsman und Rogers 2011, xii).

Wichtig für die Kohärenz und ideologische Stimmigkeit ist die Charakterisierung der Sharing Economy als Peer-Economy. Erstens werden die Nutzer*innen als gleichberechtigte Teilnehmer*innen gedacht. Zweitens wird den Sharing-Transaktionen eine Reziprozitätserwartung als konstitutiv eingeschrieben, d. h. die Rollen der Anbietenden und der Nachfragenden sind wechselbar und sollten prinzipiell auch gewechselt werden. Drittens verspricht die peer-to-peer-Konstellation die Möglichkeit, Intermediäre zu umgehen, so direkt mit den Transaktionspartner*innen zu interagieren und gleichzeitig die Transaktionskosten zu senken. Aus dieser Konzeption als Peer-Economy ergibt sich also ein explizites Ermächtigungspotenzial, das Nutzer*innen durch ihre Teilnahme an Sharing-Transaktionen realisieren können.

Weitere Adressaten sind potenzielle Plattform-Gründer*innen (und Investor*innen) als Träger*innen des Fortschritts, die mit entsprechend innovativen und disruptiven Sharing-Plattform-Ideen neue Investitionsfelder finden. Auch sie sind selbstverständlich Unternehmer*innen, aus deren Perspektive das Grundprinzip wie folgt zusammengefasst werden kann: „‘sell’ the same product multiple times. Multiple sales multiply profits, and customer contact. (...) Not always and not for everything, but a Mesh network that manages shared transactions has the growing capacity to soar past a company sells something once to one owner“ (Gansky 2010, 6). Hier wird das Versprechen deutlich, dass sich jedes teilbare Produkt/Dienstleistung mit Hilfe der Plattformen als Koordinationsprinzip zu einem skalierbaren Unternehmen ausbauen lässt. Es zeigt sich die oftmals implizite Orientierung an einer Unterstützung durch Venture Capital, ohne die die notwendige Skalierung nur schwer möglich ist.

Das zweite Versprechen besteht darin, dass die Sharing Economy eine nachhaltigere Alternative zum aktuellen Wirtschaften bietet. Ihre Nachhaltigkeit beruht maßgeblich auf einer effizienteren Nutzung bzw. Verteilung von existierenden Ressourcen. Ikonisches und vielfach bemühtes Beispiel ist die Bohrmaschine, die den größten Teil ihres Daseins ungenutzt fristet und nur für einen Bruchteil ihrer Lebensdauer genutzt wird. Sharing-Plattformen ermöglichen eine effizientere Nutzung, indem sie qua ihrer technologischen Infrastruktur das Teilen mit Fremden deutlich erleichtern und zugleich den Wandel zu einem zugangsbasierten Wirtschaften unterstützen. Weil das Sharing in den meisten Fällen eine kostengünstigere Option darstellt als die eigene Anschaffung, ergibt sich, so die Hoffnung, nachhaltiges Handeln als erwünschtes Nebenprodukt, ohne dass Nutzer*innen bewusst „grün“ handeln müssten.

Dem dritten Problem, den dysfunktionalen Folgen der Urbanisierung, wird durch die effizientere Nutzung von Leerlaufkapazitäten („under-utilized assets“) begegnet. Diese effizientere Nutzung wirkt, wie in dem zweiten Versprechen verdeutlicht, zugleich dem immanenten Problem der Verdichtung innerhalb von Städten entgegen und gewährleistet die effizientere Verteilung von Ressourcen. Darüber hinaus wird eine Stärkung von sozialen Beziehungen (i. S. v. sozialem Kapital) durch die Sharing Economy proklamiert: „Unlike digital forms of sharing such as poking, liking, and tweeting, the sharing economy gives people the ability to help one another get their needs met offline, oftentimes through face-to-face interactions, which many studies show, people are starved for.“

(Rustrum, Stempinski & Liss 2014, 26) Gleichzeitig entsteht durch Plattform-vermittelte Sharing-Transaktionen das notwendige Vertrauen, durch das überhaupt erst Tauschprozesse unter Fremden in Gang gesetzt werden. Dieses Vertrauen ist nicht auf die Transaktionsprozesse und die Sharing Economy begrenzt, sondern wird als neu entstehendes, generelles gesellschaftliches Vertrauen ausgeflaggt.

5.3 Lösung

Die ideologisch kohärente Lösung für die Probleme ist einfach: mehr teilen bzw. gemeinsam konsumieren. Diese Lösung stellt das bisherige Konsummodell in Frage, aber nicht den Konsum an sich. Um die Lösung durchzusetzen, ist es notwendig, die Logik der Sharing-Plattformen als Geschäftsmodell auf weitere Bereiche auszuweiten, d. h. weitere lebensweltliche Aktivitäten zu identifizieren, die sich als bezahlbare Leistungen über das Plattformprinzip kommodifizieren ließen. Maßgeblich ist hierfür gerade ein Teilen im weiteren Sinne in Form von Collaborative Consumption, da sich so diverse Geschäftsmodelle und Plattformen unter der Sharing Economy vereinen lassen.

Sharing-Plattformen als Manifestationen der Technologie übernehmen die Aufgabe, Vertrauen zwischen den Transaktionspartner*innen aufzubauen, indem sie Reputationssysteme (Bewertungen, Kommentare usw.) bereitstellen. Den Plattformen wird ideologisch der Status der neutralen Infrastruktur zugeschrieben, die lediglich durch Gründer*innen und mit Hilfe von Investor*innen bereitgestellt werden muss. Die Infrastruktur reicht gemäß der Ideologie bereits aus, damit alle beteiligten Akteur*innen von den positiven Auswirkungen der Sharing Economy profitieren. Gleichzeitig sind es die Plattformen, auf denen die Innovationskraft der Sharing Economy beruht, da nur über sie und die durch sie ermöglichte Kommodifizierung von Aktivitäten überhaupt eine Skalierung erlaubt.

Neben der Koordinationsaufgabe stellen die Plattformen Marktplätze dar, auf denen sich Angebot und Nachfrage treffen sollen. Aus dem „Ausschalten“ der Intermediäre („middlemen“) ergibt sich ein weiterer Vorteil für die Nutzer*innen, denn sie können direkt miteinander handeln (im idealtypischen Sinne eines freien Marktes). Dazu bieten die Plattformen als Märkte unterstützende Funktionen wie Preisempfehlungen oder Bewertungen an.

Auf Ebene der narrativen Struktur wird innerhalb des Diskurses ideologiebedingt vorrangig mit jeweils positiven Beispielgeschichten gearbeitet, sowohl Geschichten für und über Nutzer*innen als auch für und über Gründer*innen. Beide Gruppen werden dabei auf den gewünschten Status der Unternehmer*innen bzw. Mikro-Unternehmer*innen (Solo-Selbstständige) festgeschrieben. Als solche müssen sie Risiken eingehen, indem sie gegeneinander im Wettbewerb antreten. Dazu gehört ein entsprechendes Mindset, nach dem auch das Scheitern stets als Chance begriffen werden muss und entsprechend interpretiert wird. Schließlich, so die Logik, ist das Scheitern eine Station auf dem Weg der Optimierung von Geschäftsmodellen, mit denen die geschilderten Probleme zu lösen sind. Als Antagonist in der Erzählung tritt als kollektiver Akteur die sogenannte „old economy“ in Form etablierter Anbieter (von ÖPNV bis zu kommerziellen Geschäftsmodellen wie Autovermietungen) auf. Die Sharing Economy setzt sich von der „old economy“ durch ihre Innovation und die ihr innewohnenden Problemlösungspotenziale ab.

5.4 *Offengelegte Bedingungen und invisibilisierte Bedingungen*

Den Plattformen als oben beschriebener Manifestation der Technik kommt innerhalb der Ideologie der Sharing Economy die tragende Rolle zu. Sie werden als neutral und interessenlos gedacht. Neutral sind die Plattformen, weil sie nicht abseits festgelegter und vermeintlich rationaler Wege Entscheidungen treffen können, somit gewissermaßen nicht manipulierbar sind. Sie sind interessenlos, da die Frage nach dem Besitz der Plattformen als Technikmanifestationen nicht gestellt wird und die Beteiligung der User*innen, bspw. in Form von Moderationsrechten, lediglich oberflächlich bleibt und eben nicht tiefgreifende Fragen wie kollektive Besitzstrukturen berührt. Innerhalb des Solutionismus ist die Technik das Allheilmittel, welches Problem es auch immer zu lösen gilt. Die Plattformen bedürfen aus ideologischer Perspektive keiner politischen und/oder sozialen Gestaltung, weil sie als Technik sowohl die einzige Lösung sind als auch per se als „rational“ in einem ingenieurwissenschaftlichen Sinne gelten.

Die Ideologie der Sharing Economy stellt einen entsprechenden Einsatz von Technik als *die eine* Bedingung dar, die erfüllt sein muss, damit die Versprechen der Sharing Economy realisiert werden. Aus der Kontrastierung der Manifeste mit ihren Gegenständen, den Anti-Manifesten,

lassen sich jedoch drei weitere Bedingungen identifizieren: die Peer-to-Peer-Architektur von Plattformen, die politische Ökonomie der Plattformen sowie ein sich vermeintlich etablierendes Sharing-Mindset.

Ausgangspunkt der Anti-Manifeste sind die mit der gegenwärtigen Sharing Economy einhergehenden Arbeitsbedingungen. Die Anti-Manifeste gehen davon aus, dass die Sharing Economy einen großen Teil der Arbeiter*innen, die in kritischer Perspektive oftmals eben als solche und nicht als Nutzer*innen bezeichnet werden², in ähnlich ausbeuterische Geschäftsbeziehungen drängt, wie es auch in traditionellen Unternehmen der Fall ist. Thematisiert werden die unbeständigen Arbeitsbedingungen (wer bekommt den „Gig“?) und damit prekären Beschäftigungsverhältnisse (mangelnde Planbarkeit, keine Sozialversicherung), die u. a. daraus resultieren, dass die Plattformen die Anbieter*innen von Dienstleistungen als Solo-Selbstständige klassifizieren. Auf diese Weise liegt die soziale Absicherung bei den Nutzer*innen selbst. Von diesem Startpunkt aus lassen sich die Invisibilisierungen, die die Ideologie der Sharing Economy vornimmt, erkennen.

Die erste Invisibilisierung folgt aus der Setzung von Sharing-Transaktionen als Peer-to-Peer-Interaktionen. Diese Setzung ist daher wichtig für die Ideologie, weil Peer-to-peer-Kommunikation als Ermächtigungsinstrument fungiert. Ist die Sharing Economy eine Peer Economy, trägt sie geradezu automatisch zur Ermächtigung ihrer Teilnehmer*innen bei: „It [die Sharing Economy] is an ode to the individual, who when she gets access to the resources she needs to create something becomes an innovative, irreplaceable producer. Most of all, it is an expression of the hope that together we can become the collaborative generation who builds an economy that does not ask us to pit owner against laborer or producer against consumer. Instead we share everything we can, because that is the only viable path forward.“ (Chase 2015, 139) Sobald aber die Anbieter*innen klassische Arbeiter*innen sind, die ihre Arbeitskraft gegen ein Entgelt als Dienstleistung auf einem Markt anbieten, wird die Reziprozitätserwartung von peer-to-peer-Kommunikation ausgehebelt. Mit der Reziprozitätserwartung geht auch der emanzipatorische Anspruch verloren, weil sich die Transaktionspartner*innen nun nicht mehr unter gleichen Bedingungen begegnen. Unter diesen Voraussetzungen kann auch nicht mehr

² Auch wenn bspw. Slee (2015) doch von Nutzer*innen spricht, dann aber immer mit Zusatz der falschen Klassifikation als Selbstständige.

von der Entstehung von sozialem Kapital die Rede sein. Ein zweiter Hinweis auf diese Invisibilisierung ergibt sich aus der Kritik durch die Anti-Manifeste, dass eben nicht nur Laien als Anbieter auftreten, sondern immer wieder auch professionelle Anbieter, d. h. Unternehmen (z. B. auf Airbnb, eBay, Instacart). In anderen Fällen fungiert der Plattformbetreiber sogar gleichzeitig als einziger Anbieter (z. B. Zipcar, Nextbike). Über Sharing-Plattformen werden dann klassische business-to-consumer-Transaktionen abgewickelt, die keinen emanzipatorischen Anspruch erheben.

Die zweite Invisibilisierung betrifft die politische Ökonomie der Plattformen. Diese werden im Sinne des Solutionismus als Manifestation der Technologie nicht als politisch gestaltbar gesehen, sondern ausschließlich als infrastrukturelle Grundlage. Diese Annahme begrenzt die Mitgestaltungsmöglichkeiten der User*innen auf fest abgesteckte Bereiche wie Ratingsysteme. Damit wird das in der Ideologie angelegte Ermächtigungspotenzial der Teilnahme an Sharing-Transaktionen de facto deutlich eingeschränkt. Weiterhin thematisieren die Anti-Manifeste die Besitzverhältnisse von Plattformen und schlagen Alternativen zu hierarchisch geführten, Venture-Capital-finanzierten Besitzformen vor. Damit ist die Frage der politischen und gesellschaftlichen Gestaltung gestellt, die von den Manifesten konsequent ausgeblendet wird. Diese Frage verweist direkt auf die propagierte Möglichkeit, durch die Rolle als Anbieter*in in der Sharing Economy das Haushaltseinkommen zu erhöhen. In den Manifesten erscheinen die Nutzer*innen als eine der zentralen Gruppe von Nutznießer*innen der Sharing Economy. Doch das Ausmaß, in dem sie Sharing-Einnahmen erhalten, hängt direkt von der Gestaltung der Plattform und damit von den Besitzverhältnissen ab. Diese entscheiden darüber, wer sich welchen Teil des Mehrwerts aneignet, der in Sharing-Transaktionen generiert wird.

Die dritte Invisibilisierung, die durch die Kontrastierung von Manifesten mit Anti-Manifesten sichtbar wird, betrifft die Annahme der gesellschaftsweiten Etablierung eines Sharing-Mindsets. Dieses Mindset besagt, dass der Zugang zu Dingen wertvoller ist als der Besitz dieser Dinge. Die Manifeste gehen davon aus, dass dieser Einstellungswandel entweder bereits bei der Vielzahl von Konsument*innen stattgefunden hat oder dass er sich zumindest bei jüngeren Konsument*innen beobachten lässt und sich daher im Generationenübergang mittel- bis langfristig vollziehen wird. Ein solcher Wandel ist zum einen notwendig, um langfristig die

Operationsgrundlage der Sharing Economy zu sichern. Zum anderen im-
pliziert er den Übergang in eine reduktive Moderne (sensu Welzer 2014),
die ihren Ressourcenverbrauch deutlich verringert. Aber auch die An-
nahme eines solchen Wandels ist kontingent. Denn ob er sich tatsächlich
flächendeckend konstatieren lässt bzw. erwartbar ist, lässt sich anhand
der tatsächlichen Nutzung von Sharing-Angeboten nicht feststellen. So
handeln beispielsweise Zipcar-Nutzer*innen aus eigennützigen Motiven
und weniger auf Grund eines rückläufigen Besitzdenkens. Daraus folgt:
„Despite the claims of ecological sustainability embodied in ideas like ‘ac-
cess over ownership’ and the re-use of excess capacity, the on-demand
sector [ein bestimmtes Segment der Sharing Economy] is instead encour-
aging a new form of privileged consumption: ‘lifestyle as a service.’” (Slee
2015, 163) Mit „Lifestyle as a service“ ist dabei neben der Kritik an on-
demand vor allem die Landnahme bzw. Kommodifizierung weiterer Le-
bensbereiche angesprochen, denn es werden immer mehr Tätigkeiten, die
früher unentgeltlich erledigt wurden, monetarisiert. Adaptiert man diese
Sharing-Logik, kann man immer neue Konsumbereiche „erfinden“, die
hauptsächlich auf zusätzlichen Komfort der Nutzer*innen abzielen und
eben nicht, wie vom Slogan „access over ownership“ ursprünglich sugge-
riert, auf soziale und ökologischen Aspekte verweisen.

Dazu kommt, dass das Mindset insbesondere die urbane Mittel-
schicht anspricht. Das hat zwei Gründe: Erstens müssen die Nutzer*innen
eine bestimmte Ressourcenausstattung (ökonomisch und kulturell) auf-
weisen, um überhaupt an Sharing-Transaktion teilnehmen zu können.
Zweitens ist diese urbane Mittelschicht kulturell dem Sharing-Mindset
(nachhaltiger Konsum, weniger Besitz) nahe und damit auch affin für die
in der Sharing Economy angelegten Praktiken. Auch weisen die Anti-Man-
ifeste darauf hin, dass unklar ist, ob Access-Modelle tatsächlich zu einer
Verringerung des Ressourcenverbrauchs führen. Ein genanntes Beispiel:
Verringerte Zugangshürden zu Autofahrten können dazu führen, dass
verstärkt Automobile als Fortbewegungsmittel z. B. zulasten des ÖPNVs
gewählt werden (Slee 2015, 53). Vor diesem Hintergrund erscheint die
Annahme eines Sharing-Mindsets in einem anderen Licht, denn weder ist
ein entsprechender Wandel notwendig attestierbar noch ist eindeutig,
dass er die ihm zugeschriebenen positiven Effekte besitzt.

6 Kapitalistische Kontinuitäten

In der Analyse wird deutlich, dass die in der Sharing Economy ideologisch überhöhte Innovation vor allem für zusätzliches Wachstum sorgen soll bzw. die Hoffnung, aber auch das Versprechen nach weiterem Wachstum mit ihr verbunden ist. Um dieses Versprechen differenzierter zu betrachten, ist es hilfreich, auf die von Hertwig und Papsdorf (2017) vorgenommene Segmentierung der Sharing Economy zurückzukommen. Tatsächlich ist die Wachstumsorientierung vor allem für das Segment der Plattform-Ökonomie relevant, da hier die Skalierung der Plattformen im Vordergrund steht, nicht zuletzt auf Grund der Venture-Capital-Unterstützung. Für die Plattformen der Schenk- und Tauschwirtschaft kann diese Wachstumsorientierung nur eingeschränkt gelten, da hier sowohl auf Grund der zu tauschenden Gegenstände als auch der fehlenden Profitorientierung dem Wachstum inhärente Grenzen gesetzt sind. Im ideologischen Sinne wird mit der Orientierung auf die Plattform-Ökonomie und das Ausweiten des Sharing-Prinzips (im weiteren Sinne), das bei genauerem Hinsehen eigentlich die Plattformlogik bezeichnet, weiterhin ein Wachstums- und Fortschrittsnarrativ verfolgt. Der proklamierte Gesinnungswandel (Tauschen statt Besitzen) wird so zweifelhaft.

Die Schenk- und Tauschwirtschaft spielt de facto nur eine kleine Rolle in der globalen Sharing Economy. Sie wird aber trotzdem auf Grund des Sharing im engeren bzw. ursprünglichen Sinne (tatsächliches Teilen) oftmals als Legitimation herangezogen, wenn auf die prosoziale Natur des Sharing-Prinzips verwiesen werden soll (Hertwig und Papsdorf 2017, 535, 542). Wiederum die Plattform-Ökonomie profitiert von dieser legitimatorischen Grundlage des ursprünglichen bzw. „authentischen“ Teilens. Diskursiv wird die analytische Trennung bewusst vermieden, da oftmals von der Sharing Economy als Ganzem gesprochen wird. Die Leistung des Solutionismus als ideologischer Grundlage besteht darin, die Plattformlogik mit der ursprünglichen, pro-sozialen Bedeutung des Teilens zu verbinden, dabei aber gleichzeitig bestimmte Aspekte wie die politischen Gestaltung der sozialen Verhältnisse zu invisibilisieren. In anderen Worten: Die Ideologie ermöglicht den Brückenschlag von Schenk- und Tauschwirtschaft zur Plattform-Ökonomie, indem sie die Versprechen der Schenk- und Tauschwirtschaft auf die Plattform-Ökonomie überträgt.

Im ungebrochenen Fortschrittsnarrativ manifestiert sich, dass der proklamierte Gesinnungswandel vom Besitzen zum Tauschen eben nicht stattfindet. Stattdessen geht es weiterhin um Wachstum und damit in kritischer Lesart eben um jene Landnahme, die nur einen Teil der Kritik am Massenkonsum in sich aufnimmt, ohne das zugrundeliegende Funktionsprinzip zu hinterfragen (sensu Boltanski und Chiapello 2003). Die Sharing Economy vermag es, die an den Kapitalismus gerichtete Kritik des Massenkonsums, der Ressourcenausbeutung sowie der sozialen Entfremdung aufzunehmen, indem sie verspricht, die kritisierten Probleme durch technologische Mittel zu lösen. Diese Lösung wird jedoch ohne konkrete politische Gestaltung gedacht, da im Solutionismus stets die technisch-rationale Gestaltung des freien Marktes für die Individuen die beste Lösung bereithält. Im Geiste des Solutionismus sind dann auch die aus der technologischen Steuerung entstandenen Probleme lediglich „Bugs“. Die sozialen Bedingungen werden ausgeblendet.

Hinzu kommt eine Ideologie des freien Marktes als konstitutives Element des Solutionismus. Aus ideologischer Perspektive sind alle betroffenen Akteur*innen Unternehmer*innen, die sich auf dem Markt treffen, der möglichst ohne illegitime Eingriffe wie bspw. staatliche Regulierung bleiben soll. In der Konzeption der Plattformen als Marktplätze spiegelt sich dieser Anspruch wieder. Hier wird – nach Möglichkeit und wenn es das eigene Geschäftsmodell nicht gefährdet – den Marktkräften die Koordination überlassen. Geschäftsmodelle werden dann v. a. dadurch gefährdet, dass sich keine ausreichende Anzahl an Anbieter*innen findet, weil diese die Leistungen erbringen, von denen die Plattformbetreiber*innen ihre Rente abschöpfen.

7 Fazit & Ausblick

Das Ziel unseres Beitrags bestand darin, die ideologische Grundlage des digitalen Kapitalismus anhand des Beispiels der Sharing Economy herauszuarbeiten. Dabei hat sich gezeigt, dass durchaus Möglichkeiten zur Ideologiekritik bzw. präziser ausgedrückt: zur Kritik am solutionistischen Geist des digitalen Kapitalismus gegeben sind. In der Gegenüberstellung von Manifesten und Anti-Manifesten wird deutlich, welche Bedingungen invisibilisiert werden, die den ideologischen Prämissen gegenüberstehen.

So wird mit der Setzung von Technik und ihrer vermeintlichen Problemlösefähigkeit ausgeblendet, dass die Sharing Economy eben auch anders aussehen könnte, weil sie weder auf die Expansion des Geschäftsmodells inklusive Venture Capital festgeschrieben werden muss noch ihre technische Umsetzung die alleinige gestalterische Stellschraube ist.

Der Wert der Anti-Manifeste besteht somit u. a. darin, dass sie die zumeist impliziten ideologischen Annahmen der Manifeste herausfordern. Diese sind implizit, weil es in der hegemonialen Denkart des Solutionismus rational und selbstevident ist, soziale als technologisch lösbare Probleme zu verstehen, aber auch, weil bestimmte (neo-)liberale Denkkategorien, bspw. das allgegenwärtige Unternehmertum und die Verabsolutierung des „freien Marktes“, stets schon integriert sind.

In der Draufsicht zeigt sich, dass sich die ideologisch proklamierten Transformationspotenziale und -hoffnungen, zugespitzt im Motto „Teilen statt Besitzen“, vor allem an marginalisierten, nicht-kommerzialisierten Segmenten der Sharing Economy festmachen lassen, dann aber im ideologischen Narrativ ihre Gültigkeit für die gesamte Sharing Economy proklamiert wird. In der gegenwärtigen Sharing Economy lässt sich daher weniger eine Überwindung kapitalistischer Logiken als vielmehr eine Transformation von ebenjenen erkennen. So ist auch die Sharing Economy ein neuerliches Beispiel dafür, wie wandlungsfähig und persistent zugleich die Logik kapitalistischen Wirtschaftens ist: wandlungsfähig, weil, wie in der Literatur zur Landnahme (bspw. Dörre 2009) beschrieben, stets neue Lebensbereiche kommodifiziert werden (müssen); persistent, weil für die Sharing Economy dieselben Grundprinzipien gelten wie für andere kapitalistische Wirtschaftsbereiche: Gewinnmaximierung, Wachstumsabhängigkeit und Landnahme.

Was sich indes noch zeigen muss, ist, inwiefern sich mit zunehmender Kritik (1) der Diskurs verschiebt und weiterhin in der Lage ist, Kritikpunkte, wie sie etwa in den Anti-Manifesten formuliert werden, aufzunehmen, und (2) inwiefern, damit zusammenhängend, neue Akteure auf den Plan treten bzw. neue Diskurskoalitionen eingegangen werden, so dass sich die ideologische Erzählung womöglich ändert. Ein Beispiel für den Wandel von Positionen ist das Begrüßen von Regulierungen auch durch Plattformbetreiber*innen. Ziel ist es dabei oftmals, durch eigene Beteiligung den Regulierungsprozess sowohl mitzubestimmen als auch den Eingriff möglichst gering zu halten.

Dafür schließlich, dass eine partiell andere Sharing Economy möglich ist, argumentieren insbesondere Vertreter*innen des Plattformkooperativismus (Sandoval 2016; Schneider 2018; Scholz 2017). Der Plattformkooperativismus reflektiert explizit die hier aufgezeigten Prinzipien und lehnt die in der Venture-Capital-gestützten Variante der Sharing Economy unausweichliche Gewinnabschöpfung durch Wenige und schlussendlich für Wenige ab. Er deutet so an, die ideologischen Versprechen der Sharing Economy tatsächlich erfüllen zu können. Inwieweit die Idee des Plattformkooperativismus das Potenzial besitzt, an Traktion zu gewinnen und sich sogar durchzusetzen, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden. Allerdings wird es dazu nötig sein, die in diesem Beitrag rekonstruierte ideologische Narration zu durchbrechen, denn der Plattformkooperativismus muss Fragen thematisieren, die sich aus einer solutionistischen Perspektive gar nicht erst stellen.

8 Literatur

- Acquier, Aurélien, Thibault Daudigeos, und Jonatan Pinkse. 2017. „Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework“. *Technological Forecasting and Social Change* 125:1–10. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.07.006>.
- Altenried, Moritz. 2017. „Die Plattform als Fabrik: Crowdwork, Digitaler Taylorismus und die Vervielfältigung von Arbeit“. *Prokla* 47 (187): 175–93.
- Belk, Russell. 2014. „You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online“. *Journal of Business Research* 67 (8): 1595–1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>.
- Boltanski, Luc, und Ève Chiapello. 2003. *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz: UVK.
- Botsman, Rachel, und Roo Rogers. 2011. *What's mine is yours: How collaborative consumption is challenging the way we live* (2. durchges. u. actual. Aufl.). London: Collins.
- Bridle, James. 2018. *New dark age: Technology and the end of the future*. London: Verso.
- Dörre, Klaus. 2009. „Die neue Landnahme. Dynamiken und Grenzen des Finanzmarktkapitalismus“. In *Soziologie – Kapitalismus – Kritik*, hrsg. von Klaus Dörre, Stephan Lessenich und Hartmut Rosa, 21–86. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Einav, Liran, Chiara Farronato, and Jonathan Levin. 2016. „Peer-to-peer markets“. *Annual Review of Economics* 8 (1): 615–35. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080315-015334>.
- Heindl, Andreas. 2015. „Diskursanalyse“. In *Methodologie, Methoden, Forschungsdesign*, hrsg. von Achim Hildebrandt, Sebastian Jäcke, Frieder Wolf, und Andreas Heindl, 257–98. Wiesbaden: Springer.

- Hertwig, Markus, und Christian Papsdorf. 2017. „Varieties of sharing: Handlungsorientierungen, Strukturen und Arbeitsbedingungen eines neuartigen Feldes“. *Berlin Journal für Soziologie* 27 (3-4): 521-46. <https://doi.org/10.1007/s11609-018-0359-5>.
- Lang, Susanne. 2017. „Eine kurze Geschichte des Internets: Die Inkorporation des Internets in kapitalistische Verhältnisse ist keinesfalls abgeschlossen und noch umkämpft“. *Prokla* 47 (186): 7-27.
- Mannheim, Karl. 1985. *Ideologie und Utopie*. 7. Aufl. Frankfurt am Main: Klostermann.
- Nachtwey, Oliver, und Timo Seidl. 2017. „Die Ethik der Solution und der Geist des digitalen Kapitalismus“. <http://www.ifs.uni-frankfurt.de/wp-content/uploads/IFS-WP-11.pdf>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Nachtwey, Oliver, und Philipp Staab. 2017. „Die Avantgarde des digitalen Kapitalismus“. In *Kapitalismus und Ungleichheit: Die neuen Verwerfungen*, herausgegeben von Heinz Bude und Philipp Staab. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Sandoval, Marisol. 2016. „What would Rosa do? Co-operatives and radical politics.“ *Soundings*, 63: 98-111. <https://doi.org/10.3898/136266216819377039>
- Schneider, Nathan. 2018. *Everything for everyone: The radical tradition that is shaping the next economy*. New York: Nation.
- Scholz, Trebor. 2017. *Overworked and underpaid: How workers are disrupting the digital economy*. Cambridge: Polity.
- Schor, Juliet B. 2014. „Debating the Sharing Economy“. <https://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Slee, Tom. 2017. *What's yours is mine: Against the sharing economy*. New York: Or.
- Srnicek, Nick. 2017. *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity.
- Staab, Philipp. 2016. *Falsche Versprechen: Wachstum im digitalen Kapitalismus*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Staab, Philipp, und Oliver Nachtwey. 2016. „Market and labour control in digital capitalism“. *tripleC* 14 (2). <https://doi.org/10.31269/triplec.v14i2.755>.
- van Dijk, Teun A. 2006. „Ideology and discourse analysis“. *Journal of Political Ideologies* 11 (2): 115-40. <https://doi.org/10.1080/13569310600687908>.
- Viehöver, Willy. 2000. „Political negotiation and co-operation in the shadow of public discourse: the formation of the German waste management system DSD as a case study“. *European Environment* 10: 277-92.
- Viehöver, Willy. 2001. „Diskurse als Narrationen“. In *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse, Bd. 1: Theorien und Methoden*, hrsg. von Reiner Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider, und Willy Viehöver, 177-206. Wiesbaden: VS.
- Viehöver, Willy. 2004. „Die Wissenschaft und die Wiederverzauberung des sublunaren Raumes. Der Klimadiskurs im Licht der narrativen Diskursanalyse“. In *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse, Bd. 2: Forschungspraxis*, hrsg. von Reiner Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider, und Willy Viehöver, 233-269. Wiesbaden: VS.
- von Foerster, Heinz. 1984. *Observing systems*. Seaside: Intersystems.
- Welzer, Harald. 2014. *Selbst denken: Eine Anleitung zum Widerstand*. Frankfurt am Main: Fischer.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Die Neoklassische Ökonomik und der Romantische Konsumismus: Ideologische Bremsklötze einer „Großen Transformation“ zur Nachhaltigkeit

Uwe Krüger & Juliane Pfeiffer

Keywords: Ideologiekritik, mentale Infrastrukturen, Kapitalismus, Lehrbuchökonomie, Volkswirtschaftslehre, Neoklassik, Romantik, Werbung, Journalismus

Abstract

Ausgehend von der Forderung einer „Großen Transformation“ der Weltgesellschaft hin zu einer nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsweise wird hier gefragt, mit welchen mentalen Infrastrukturen und Ideologien die Transformationsresistenz insbesondere westlich-kapitalistischer Gesellschaften erklärt werden kann. Wir schlagen das neoklassische Paradigma der Wirtschaftswissenschaft („Lehrbuchökonomie“) vor, das auf der Produktionsseite für Nachhaltigkeitsfragen blind macht, und den Romantischen Konsumismus, der Konsumptionssteigerungen in der breiten Bevölkerung begünstigt. Beide Überzeugungssysteme werden beschrieben und kritisiert, anschließend werden diesbezügliche Aufgaben einer transformativen Kommunikationswissenschaft skizziert.

Krüger, Uwe, und Juliane Pfeiffer. 2019. „Die Neoklassische Ökonomik und der Romantische Konsumismus: Ideologische Bremsklötze einer „Großen Transformation“ zur Nachhaltigkeit“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 200–225. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.10

Wir danken Mandy Tröger, Paul Lehmann, Sebastian Sevignani und Hendrik Theine für ihre konstruktive Kritik und wertvollen Hinweise zum Manuskript.

Uwe Krüger | Universität Leipzig | uwe.krueger@uni-leipzig.de

Juliane Pfeiffer | Universität Leipzig | juliane.pfeiffer@uni-leipzig.de

„I don't care who writes a nation's laws - or crafts its advanced treaties - if I can write its economics textbooks.“

(Paul A. Samuelson, Wirtschaftsnobelpreisträger und Autor des einflussreichen Lehrbuchs *Economics*)

1 Die „Große Transformation“ und das Wachstum

Ausgangspunkt unserer Überlegungen ist die Diagnose des Wissenschaftlichen Beirats der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU), dass die wirtschaftlichen Aktivitäten der Menschheit die planetaren Grenzen überschreiten und ihre kohlenstoffbasierte Wachstumsökonomie das Erdsystem mit geologischer Wucht verändern (Anthropozän). Dramatische Umweltveränderungen wie der Anstieg der mittleren globalen Temperatur und der Anstieg des Meeresspiegels in Folge des Abschmelzens von Meereis und Gletschern, die Versauerung der Ozeane, eine hohe Aussterberate von Tier- und Pflanzenarten sowie die Degradation und Versteppung von Landflächen gefährden die „Fähigkeit des Planeten, die Lebensgrundlage für künftige Generationen bereitzustellen“ (WBGU 2011, 42). Weiterhin folgen wir der Forderung des WBGU nach einer „Großen Transformation“: „Die Gesellschaften müssen auf eine neue ‚Geschäftsgrundlage‘ gestellt werden. *Es geht um einen neuen Weltgesellschaftsvertrag für eine klimaverträgliche und nachhaltige Weltwirtschaftsordnung*“ (WBGU 2011, 1-2, Kursiv. i. Orig.).

Doch obwohl bereits seit den 1970er Jahren von renommierten Institutionen auf die Grenzen des Wachstums hingewiesen wird (Meadows et al. 1972), auf dem „Erdgipfel“ von Rio 1992 Nachhaltigkeitsziele von praktisch der gesamten Menschheit unterschrieben wurden und 2015 die Vereinten Nationen 17 „Sustainable Development Goals“ verabschiedet haben, ist eine Trendumkehr weg von Rohstoff-Extraktivismus und emissionsreichem Verbrauch fossiler Brennstoffe hin zu nachhaltiger Produktion und Konsumption nicht zu verzeichnen. Selbst im Angesicht einer existenziellen Bedrohung – nämlich einer sich abzeichnenden „Klimatragödie“, die ein „kurzfristiges Aussterben“ nicht nur vieler Tier- und Pflanzenarten, sondern auch der eigenen Art zur Folge haben kann (Bendell 2018) – wirtschaftet die Menschheit im Großen und Ganzen weiter wie bisher, und zwar mit Wachstum als oberstem Ziel. Es stellt sich die Frage: Warum?

Man kann dies wie Bendell (ebd.) mit psychologischen Prozessen der Leugnung von Realitäten zum Ziel der Aufrechterhaltung von Identitätskonstruktionen, internalisierten Werten, Lebensstilen und Lebenszielen erklären, im Grunde mit der Theorie der Vermeidung von kognitiver Dissonanz. Wer die Gefahr nicht (wirklich) wahrnimmt, muss auch nicht (wirklich) etwas dagegen tun – zumal es der „blinde Fleck“ jeder Kultur sei, sich ihre eigene Zerstörung und ihr eigenes Aussterben nicht vorstellen zu können (ebd., 15). Neben der Vermeidung kognitiver Dissonanz erwähnt Bendell einen zweiten Faktor, der die Bewusstwerdung des Problems erschwert und der mit Politischer Ökonomie verbunden ist:

„The politically permissible scientific consensus is that we need to stay beneath 2 degrees warming of global ambient temperatures, to avoid dangerous and uncontrollable levels of climate change, with impacts such as mass starvation, disease, flooding, storm destruction, forced migration and war. That figure was agreed by governments that were dealing with many domestic and international pressures from vested interests, particularly corporations. It is therefore not a figure that many scientists would advise, given that many ecosystems will be lost and many risks created if we approach 2 degrees global ambient warming“ (ebd., 9).

Das Zwei-Grad-Ziel also, mit dessen Umsetzung sich viele Regierungen aus Angst vor Stimmenverlusten bei anstehenden Wahlen so offenkundig schwertun, ist mutmaßlich bereits das Ergebnis massiver Lobbytätigkeit von Wirtschaftsakteuren. Während also Verbraucher*innen von Wirtschaftsgütern offenbar Einschränkungen ihrer Konsumfreiheiten befürchten, wollen Produzent*innen von Waren und Dienstleistungen weiter ungehindert nach Gewinn streben: So könnte man umgangssprachlich zwei große Bremsklötze für eine „Große Transformation“ zur Nachhaltigkeit in Kurzform beschreiben.

Offensichtlich hängen diese Bremsklötze mit der Wirtschaftsform des Kapitalismus zusammen, dessen zentrales Merkmal der Zwang zur permanenten Gewinnsteigerung ist – nach Marx (1971, 170): $G - W - G'$, aus Geld mach über die Produktion von Waren mehr Geld bzw. Kapital. Doch welches sind die ideologischen Grundlagen, die diese Wirtschaftsform stützen und reproduzieren? Und wie sollten sie von der Kommunikationswissenschaft adressiert werden, deren Forschungsgegenstand „öffentliche Kommunikation“ ja zentral ist „für die Aufrechterhaltung des Status quo – über die Verbreitung von Wissen, Normen, Werten und Ideologien“ (Krüger & Meyen 2018, 351f.)?

2 Mentale Infrastrukturen des Kapitalismus

„Ideologien“ werden hier begriffen als „Überzeugungssysteme, die praktische Konsequenzen haben. Sie wirken praktisch und sind ihrerseits Effekte einer bestimmten gesellschaftlichen Praxis.“ (Jaeggi 2009, 268) Sie legitimieren Macht- und Herrschaftsansprüche und/oder -strukturen, etwa indem sie diese unsichtbar machen oder als selbstverständlich erscheinen lassen. Haben Subjekte eine Ideologie akzeptiert, führt dies „zu einer teilweisen Aussetzung oder systematischen Verzerrung der Vernunftprüfung. Dadurch werden Herrschaft und Ausbeutung nicht als solche erkannt, sie vollziehen sich hinter dem Rücken der Subjekte und sind der Kritik entzogen.“ (Biskamp 2019, 69) Eine solche Naturalisierung von Herrschaft nennt Jaeggi (2009, 269) „Verselbstverständlichung“ bzw. „Selbstverständlichmachung“.

Es erscheint notwendig, die Überzeugungssysteme, die hinter zerstörerischen gesellschaftlichen Praxen stehen bzw. mit diesen in einem wechselseitigen Bedingungs- und Ermöglichungszusammenhang stehen, möglichst genau zu identifizieren, um sie im Sinne einer „transformativen Kommunikationswissenschaft“ wirksam durch Dekonstruktion und Kritik zu schwächen (Krüger & Meyen 2018, 351). Vielversprechend erscheint dieses Vorhaben, weil eine Ideologie dem davon durchdrungenen Individuum oft verborgen ist; ihre Benennung und Beschreibung sowie das Aufzeigen von inneren Widersprüchen oder von Diskrepanzen zwischen Sollen und Sein können wichtige Impulse zur Veränderung von Wahrnehmung und am Ende auch Verhalten sein.

Die Frage, welche Ideologie einer „Großen Transformation“ im Weg steht, wird in linken bis linksliberalen Milieus gern mit Verweis auf den seit den 1980er Jahren hegemonialen Neoliberalismus beantwortet (beispielhaft: Dietz 2018), also auf ein wirtschaftspolitisches Überzeugungssystem, das Unternehmen durch Deregulierung, Liberalisierung, Privatisierung, Steuersenkung und Sozialstaatsabbau zu stärken versucht. Jedoch darf nicht vergessen werden, dass Produktion und Konsumtion im Globalen Norden schon seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs exponentiell angestiegen sind (Steffen et al. 2015), mithin auch in Zeiten eines „sozialdemokratischen Konsensus“ mit Keynesianischer (nachfrageorientierter) Wirtschaftspolitik. Tatsächlich sind sogar Teile der Linken mit einer Fixierung auf den nationalen Wohlfahrtsstaat seit Langem in das Steigerungs- und Ressourcenvernutzungsspiel des Kapitalismus und seine

Externalisierungspraktiken (Lessenich 2016) verstrickt – Wachstum ist erwünscht, da es durch einen vergrößerten Kuchen Umverteilung ermöglicht. Mithin muss uns die Suche zu Überzeugungssystemen führen, die gleichsam „unterhalb“ des alles überwölbenden Kapitalismus als Wirtschaftssystem, aber „oberhalb“ der ordnungspolitischen Vorstellungen des Neoliberalismus angesiedelt, also klein(teilig)er als Kapitalismus, aber basaler als Neoliberalismus sind. Eine Kritik solcher Überzeugungssysteme würde Kapitalismuskritik nicht ersetzen, aber spezifizieren und treffsicherer und wirkungsvoller machen.

Hilfreich erscheint ein Blick in die Degrowth-Literatur, die verschiedene „Wachstumstreiber“ auf vier verschiedenen Wirkungsebenen ausweist: auf der Ebene der *gesellschaftlichen Leitbilder* bestimmte mentale Infrastrukturen und Wachstumsgläubigkeit, auf der Ebene der *Institutionen* (verstanden nicht als Organisationen, sondern als Regelsysteme) etwa die Verzinsung von Krediten oder der Wettbewerb zwischen ökonomischen Akteuren, auf der Ebene der *Unternehmen* etwa die Unternehmensform der Aktiengesellschaften oder die Werbung, und auf der *individuell-psychologischen Ebene* das Streben nach materiellem Wohlstand oder Anerkennung durch Konsum (Petschow et al. 2018, 50). Der Psychologe und Nachhaltigkeitswissenschaftler Peter Schmuck identifiziert als Hindernisse für den ökologisch-sozialen Umbau unserer Gesellschaften zehn „Annahmen über unsere eigene psychische Natur sowie über die Gestaltung unseres Wirtschaftssystems und der Verteilungs- und Konsummuster“, darunter: „Wir Menschen seien vor allem egoorientierte und wettbewerbsgetriebene Wesen“, „Andauerndes Wirtschaftswachstum sei notwendig“ und „Konsum mache glücklich, viel Geld ermögliche viel Konsum und mache daher besonders glücklich“ (Schmuck 2015, 15). Und der Sozialpsychologe Harald Welzer stellt die „mentalen Infrastrukturen“ in den Vordergrund, die in den letzten 200 Jahren durch eine „tiefe Industrialisierung“ entstanden sind, insbesondere die Vorstellung, dass es „[i]n der expansiven Moderne (...) auch hinsichtlich der individuellen Existenz um Vergrößerung und Wachstum“ (Welzer 2013, 58) geht, und die Idee, „dass alles immer verfügbar ist und zu sein hat“ (ebd., 42f.).

Deutlich wird dabei, dass auf der Suche nach zu kritisierenden Ideologien nicht nur die Angebotsseite, also die ideologische Grundierung der *Produktion* von Waren und Dienstleistungen, sondern auch die Nachfrageseite, also die ideologische Grundierung des *Konsums* derselben, in den

Blick zu nehmen ist. Es geht nicht nur um Überzeugungssysteme, mentale Infrastrukturen und Mindsets, die die Vorstandsvorsitzenden ferner Konzerne anleiten, sondern auch um jene, von denen möglicherweise *wir alle* – als Verbraucher*innen und als Wähler*innen – durchdrungen sind und die unsere „Weltbeziehung“ konstituieren. Das betrifft letztlich „die Art und Weise, in der wir als Subjekte Welt erfahren und in der wir zur Welt Stellung nehmen“ (Rosa 2016, 19) bzw. wie wir uns die Welt in einer „strukturell auf Steigerung und Reichweitenvergrößerung hin angelegten Sozialformation“ (ebd., 722) aneignen.

Wir schlagen hier vor, dass die Transformationsresistenz unserer westlich-kapitalistischen Gesellschaften in zwei Paradigmen bzw. Mindsets begründet ist, die beide im 18. Jahrhundert wurzeln, also der Zeit, in der sich der Kapitalismus in der westlichen Welt durchzusetzen begann: die neoklassische Theorie der Wirtschaftswissenschaft, die das „mainstream economic paradigm“ (Göpel 2016) darstellt¹ und auf der Produktionsseite für Nachhaltigkeitsfragen blind macht, und der „Romantische Konsumismus“, der Konsumptionssteigerungen und Konsumkultur in der breiten Bevölkerung begünstigt.

Die Neoklassik, der derzeit die weit überwiegende Mehrheit aller Ökonom*innen in der westlichen Welt anhängen (Heise und Thieme 2015, 159) und die in den wichtigsten Lehrbüchern für Mikro- und Makroökonomie als weitestgehend alternativlos dargestellt wird (van Treeck und Urban 2016; Rebhan 2017), kann als eine Eliten- bzw. Fach-Ideologie angesehen werden, die rational und differenziert auf sehr hohem Niveau ausformuliert ist. Reproduziert und verbreitet wird sie in Hörsälen und Lehrbüchern, in Fachjournal-Artikeln und auf wissenschaftlichen Konferenzen, in wirtschaftspolitischen Gutachten und in Parlamentsdebatten, in Wirtschaftsteilen von Prestigezeitungen und in Manager-Magazinen; ihre Träger*innen und Multiplikator*innen sind Volkswirtschaftsprofessor*innen und Betriebswirt*innen, Vorstände und Aufsichtsräte von Banken und Konzernen, Führungspersonal von zwischenstaatlichen Organisationen wie der Weltbank oder dem Internationalen Währungsfond,

¹ Es mag an dieser Stelle für manche/n Leser*in befremdlich erscheinen, dass eine wissenschaftliche Theorie bzw. ein Paradigma als Ideologie klassifiziert bzw. denunziert wird. Im folgenden Abschnitt wird dies ausführlich begründet. Andere Kritiker*innen attestieren der Neoklassik sogar „Züge einer modernen Religiosität“ (Butterwegge, Lösch und Ptak 2017, 27; Krätke 1999).

Fiskalpolitiker*innen und Wirtschaftsjournalist*innen. Die öffentliche Arena, die die Kommunikationswissenschaft in Bezug auf die Neoklassik in den Blick nehmen müsste, ist demnach eine relativ kleine, aber wirkmächtige Arena des ökonomischen und wirtschaftspolitischen Elitendiskurses (akademische und/oder elitäre Encounter-Öffentlichkeiten, Fachmedien, Policy Papers usw.). Der Romantische Konsumismus dagegen ist eine Massen-Ideologie, die sich dadurch auszeichnet, dass sie gerade nicht auf hohem Niveau ausformuliert ist, sondern als unterschwellig-unbewusstes Überzeugungssystem vorwiegend im emotionalen, prärationalen Bereich wirkt. Reproduziert wird sie maßgeblich über die klassischen Massenmedien – und inzwischen auch über massenhaft genutzte Medien einer sich verschmelzenden Individual- und Massenkommunikation (soziale Netzwerkplattformen). Die Kommunikationswissenschaft wäre beim Aufspüren und Dekonstruieren derselben vor allem in klassischen medial hergestellten, allgemeinen Öffentlichkeiten (Werbung, fiktionale Unterhaltungsformate wie Filme und Serien, Journalismus) gefordert.

Im Folgenden werden beide Überzeugungssysteme skizziert und anschließend die diesbezüglichen Aufgaben einer ideologiekritischen Kommunikationswissenschaft konkretisiert.

3 Die Neoklassische Ökonomik: Wesen und Kritik

Die Neue Klassische Ökonomik (Neoklassik)² ist ein Produkt der vorherigen „Großen Transformation“, nämlich des fundamentalen gesellschaftlichen Wandels im 19. und 20. Jahrhundert beim Übergang von der feudalen Agrargesellschaft zur kapitalistischen Industrie- und Marktgesellschaft (Polanyi 1957). Die für diese Umwälzung zentralen geistigen Strömungen war zum einen die Aufklärung, durch die religiöse Überzeugungen zur Erklärung der Welt durch (natur-)wissenschaftliches Denken und Forschen abgelöst wurden, und zum anderen der

² Die Neoklassik hat verschiedene Strömungen: eine makroökonomische, die oft als „New-Keynesian Economics“ oder „neoklassische Synthese“ bezeichnet wird, und eine mikroökonomische, die oft mit „Neoklassik“ gleichgesetzt wird. Die Ausführungen im Folgenden beziehen sich vor allem auf die Makroökonomik bzw. Volkswirtschaftslehre.

Wirtschaftsliberalismus: Dieser setzte die Gewinnerzielung als Motiv des Wirtschaftens an die Stelle der Subsistenz und befreite sie von der kirchlichen Verdammung als Gier – und flankierte damit zugleich die politische Emanzipation des gebildeten und besitzenden Bürgertums von Adel und Klerus in wirtschafts- und ideenpolitischer Hinsicht.

Diese beiden Einflüsse, Aufklärung und Wirtschaftsliberalismus, sind wesentlich zum Verständnis der Neoklassik, weil diese sich fast ausschließlich um Märkte als Institutionen der Allokation von Ressourcen dreht und die Überlegenheit von Märkten gegenüber anderen Allokationsverfahren (z. B. staatlich gesteuerten) postuliert; und weil sie den Anspruch hat, Wirtschaft mit quasi-naturwissenschaftlicher Strenge objektiv zu beschreiben. So erklärte der französische Ökonom Léon Walras (1834–1910), einer der Gründungsväter des Paradigmas, seine „pure theory of economics is a science which resembles the physio-mathematical sciences in every respect“ (Walras, zitiert nach Göpel 2016, 59).

Die Neoklassik versteht sich selbst als eine Weiterentwicklung der Klassischen Ökonomik von Adam Smith und anderen (Stichworte hier sind die „unsichtbare Hand des Marktes“, „Laissez-faire“ und „Nachwächterstaat“) und rückt gegenüber der Klassik, die auf die Verteilung des „Wohlstands der Nationen“ fokussierte, den subjektiven Nutzen der Konsument*innen in den Fokus: Sie geht von einem rational handelnden, umfassend informierten und unablässig nach der Maximierung des eigenen Nutzens strebenden Individuum aus. Dieser „Homo oeconomicus“ befriedigt seine Bedürfnisse mit dem Konsum von Produkten, wobei sich der Nutzen eines Produkts in seinem Preis und damit in der Zahlungsbereitschaft der Individuen ausdrückt. Auf perfekten, ungestörten Märkten pegeln sich dann Gleichgewichtszustände zwischen dem Angebot an Produkten und der Nachfrage nach selbigen ein, die „das größte Glück der größten Zahl“ garantieren – so das Leitprinzip der utilitaristischen Ethik von Jeremy Bentham (1748–1832), auf die Léon Walras seine ökonomische Gleichgewichtslehre gründete.

Definiert werden kann die Neoklassik als eine

„Theorie des Tausches (...), in der mit strengen mathematischen Methoden optimale Marktzustände in Gestalt von Gleichgewichtsmodellen konstruiert werden. Der perfekte Zustand einer Marktwirtschaft ist das Konstrukt einer vollständigen oder auch vollkommenen Konkurrenz, in der vielen Nachfragern viele Anbieter gegenüberstehen, die dabei über optimale Informationen und damit Markttransparenz verfügen, sodass ein gleichgewichtiges, effizientes Marktergebnis zustande kommt.“ (Butterwegge, Lösch und Ptak 2017, 27)

Die Grundfrage der Neoklassik ist also die Erklärung der effizienten Allokation von knappen Ressourcen vor dem Hintergrund von Präferenz- und nutzentheoretischen Axiomen; ihre Methode ist die mathematische Funktionsalgebra, die darauf aufbauende Optimierungsrechnung sowie die Mengen- und Vektorrechnung (Beckenbach 2016, 83).

Zur Analyse von Angebot und Nachfrage auf einem Markt werden standardmäßig „sowohl das gesamte Angebot als auch die gesamte Nachfrage nach einem gegebenen Gut als eine von einem vorgegebenen Preis für dieses Gut abhängige Funktion (grafisch als Angebots- bzw. Nachfragekurve) aufgefasst“ (ebd., 86). Es wird sodann davon ausgegangen, dass bei Preisänderungen eine Anpassung der angebotenen und der nachgefragten Menge des Gutes entlang der Kurven stattfindet, bis sich beide Kurven schneiden: Dieser Schnittpunkt ist das Marktgleichgewicht (vgl. Abb. 1).

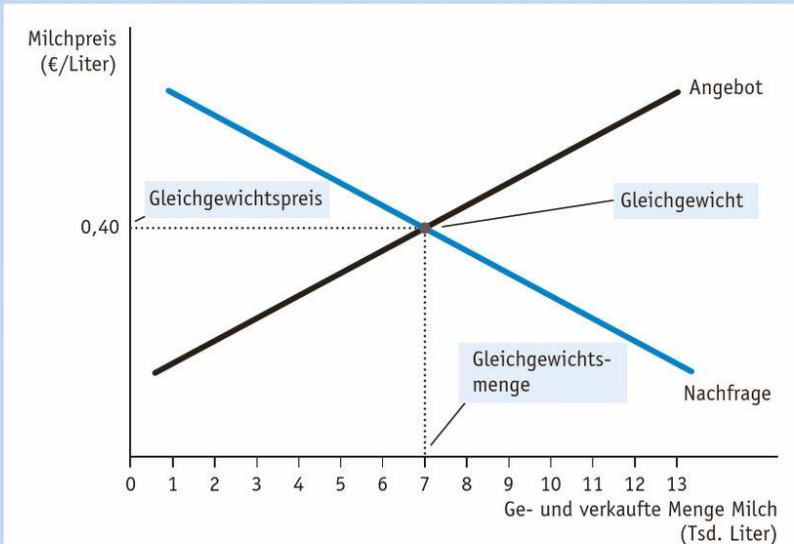
Laut Heise und Thieme (2015, 160) ist die Neoklassik gekennzeichnet von der „ausschließlichen Akzeptanz eines formalmathematisch deduktiven, positivistischen Reduktionismus (...), kombiniert (...) mit hochentwickelter Mikro- und Makroökonomie oder auch experimentellen Versuchsanordnungen (...), wie sie aus den naturwissenschaftlichen Leitwissenschaften (Physik und Chemie) bekannt sind.“ Zentral in der neoklassisch geprägten Forschung und Lehre sind sogenannte Dynamisch-Stochastische Allgemeine Gleichgewichtsmodelle (DSGM). Das sind Modelle der Volkswirtschaft, in denen „die gesamtwirtschaftlichen Größen aus dem rationalen mikroökonomischen Kalkül einzelner Akteure und Akteurinnen abgeleitet werden“ (Dullien 2016, 201). Die Bedeutung der DSGM für die Disziplin ist so groß, dass – nach Ansicht einiger Beobachter*innen – sie es sind, denen im eigentlichen Sinn die vielstimmige Kritik an einem wirtschaftswissenschaftlichen „Mainstream“ oder einer „Orthodoxie“ gilt: Heise und Thieme (2015, 157) sprechen vom „DSGM-Paradigma“ bzw. vom „DSGM-Mainstream“, der sich aus der Neoklassik und dem Neokeynianismus zusammensetzt.

Zwar thematisieren die maßgeblichen Volkswirtschaftslehrbücher (etwa von Paul A. Samuelson oder von Gregory Mankiw) tatsächlich auch John Maynard Keynes, der für staatliche Interventionen in die Wirtschaft zum Zweck der Nachfrage-Stimulierung steht. Doch wird der Neokeynianismus (der nur noch wenig mit der ursprünglichen Lehre von Keynes zu tun hat) in die Mainstream-Ökonomik so integriert, als ob es sich um

einen „Sonderfall der neoklassischen Gleichgewichtslehre“ handelt; hier liegt also „Domestizierung“ bzw. „Vereinnahmung“ von Keynes durch die Neoklassik vor, der eigentlich ein „Theoretiker der Instabilität und des Ungleichgewichts“ von Märkten war (ebd., 179). Daher wird hier am Begriff „Neoklassik“ als Synonym für das „mainstream economic paradigm“ (Göpel 2016) bzw. die „ökonomische Lehrbuchwissenschaft“ (Bäuerle 2017) festgehalten.

Abb. 3-7

Das Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage



Das Gleichgewicht findet man da, wo sich Angebots- und Nachfragekurve schneiden. Beim Gleichgewichtspreis entspricht die angebotene Menge der nachgefragten Menge. Hier beträgt der Gleichgewichtspreis 40 Cent pro Liter Milch: Zu diesem Preis sind die Verkäufer bereit, 7.000 Liter Milch anzubieten, und die Käufer fragen 7.000 Liter Milch nach.

Abb. 1: Beispiel für eine neoklassische Marktanalyse aus dem aktuell weltweit führenden Lehrbuch für Volkswirtschaft (Mankiw und Taylor 2018, 77).

Was ist nun aus ideologiekritischer Perspektive – mit einer „Großen Transformation“ zur Nachhaltigkeit als Fluchtpunkt – an der Neoklassik zu bemängeln? In die öffentliche Kritik geriet die Mainstream-Ökonomik spätestens nach der Weltfinanzkrise 2008 und der sich anschließenden Eurokrise ab 2010, da es ihr nicht gelungen war, diese Ereignisse (genauso wenig wie schon die Weltwirtschaftskrise 1929) vorherzusagen. Die mangelnde Prognosefähigkeit der DSGM ist eine Folge der Realitätsferne des neoklassischen Paradigmas, das „ontologisch auf einen Selbstregulierungsoptimismus [bezüglich des Marktes] festgelegt ist und sich fast komplett auf allokativen Fragestellungen kapriziert, statt Stabilitätsbedingungen und -risiken zu hinterfragen“ (Heise und Thieme 2015, 157f.).

Die ökonomische Lehrbuchwissenschaft hinkt dem Stand der Verhaltensforschung, der Neurowissenschaften oder der Forschung zur Dynamik komplexer Systeme hinterher. Allenfalls in der Forschung wird beschränkte Rationalität der Individuen oder unvollständige Information konzediert, ohne jedoch den Kern der Neoklassik in Frage zu stellen. Diese überträgt im Grunde Prinzipien der klassischen Mechanik auf die Wirtschaft: „Just as Newton believed that matter is made up of minute particles that bump off one another but are otherwise unchanged, so mainstream theory assumes that the economy is made up of unconnected individuals who interact by exchanging goods and services and money but are otherwise unchanged“ (Orrell 2010, zitiert nach Göpel 2016, 58). Die Vorstellung eines volkswirtschaftlichen Kreislaufs (vgl. Abb. 2) ist im Grunde eine Adaption des ersten Hauptsatzes der Thermodynamik (entdeckt im späten 18. Jahrhundert), laut dem Energie in geschlossenen Systemen nicht verlorengeht, sondern nur ihre Form wandelt; die Ökonomik hat Energie durch Kapital ersetzt, welches in Geld gemessen wird (Göpel 2016, 82). Schon der zweite Hauptsatz der Thermodynamik, nach dem in geschlossenen Systemen die Entropie ständig zunimmt und nur offene Systeme ihre Ordnung aufrechterhalten können (entdeckt im 19. Jahrhundert), hat es nicht mehr in die neoklassische Lehre geschafft.

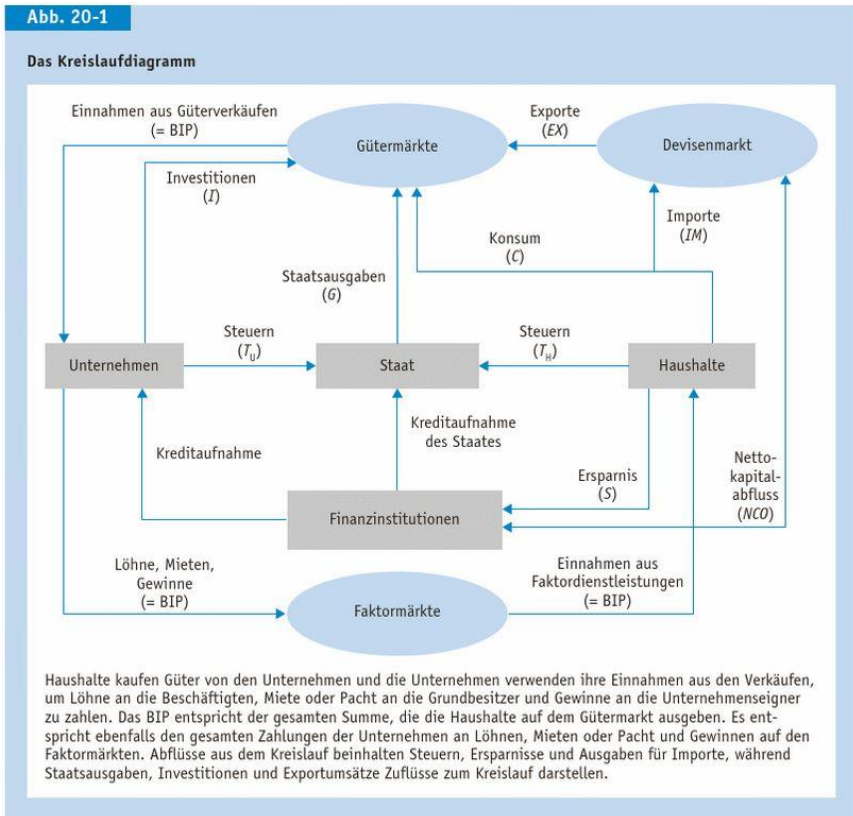


Abb. 2: Kapital geht nicht verloren: Volkswirtschaftlicher Kreislauf im Lehrbuch nach dem Muster des Ersten Hauptsatzes der Thermodynamik (Quelle: Mankiw und Taylor 2018, 623).

Damit zusammenhängend weist die Neoklassik massive blinde Flecken im ökologischen und sozialen Bereich auf: Während der subjektive *Nutzen* eines Produkts, dargestellt durch den Preis, eine zentrale Kategorie ist und Menschen als unersättliche Maximierer ihres Eigennutzes erscheinen, wird nach den vielschichtigen (und keineswegs nur ökonomischen) *Bedürfnissen* von Menschen nicht näher gefragt. Dass Menschen etwa Befriedigung durch eine sinnvolle berufliche Tätigkeit erfahren können (also als Teilnehmer*innen am Produktionsprozess von Gütern), sieht die Neoklassik nicht: Nutzen entsteht vor allem durch Konsum (bzw. durch

Einkaufen), und eine Konsumsteigerung ist gleichbedeutend mit einer Steigerung von Nutzen bzw. Bedürfnisbefriedigung (Göpel 2016, 60). Ebenso fehlt eine umfassende Betrachtung der natürlichen Mitwelt: So ist unterbelichtet, dass Naturressourcen für Menschen einen Wert außerhalb von Güterproduktion haben (z. B. als Erholungsgebiet oder als Bereitsteller von Lebensgrundlagen wie Trinkwasser oder sauberer Luft) und dass bei der Produktion eines Gutes neben dem Nutzen für den Konsumenten Schäden durch Verschmutzung oder Müll entstehen (Göpel 2016, 61f.). Umweltökonom*innen innerhalb des neoklassischen Paradigmas arbeiten zwar daran, die Umwelt über den Weg der Bepreisung in die neoklassischen Modelle zu integrieren.³ Jedoch kranken diese Versuche an der mechanistisch-additiven Grundstruktur der Basistheorie, die mit der Komplexität natürlicher Zusammenhänge im Gewebe des Lebens unvereinbar ist:

„However, the creation of markets for ecosystem services only works on single atomized units of capital, like a ton of CO₂, and thus tells us little about the whole web of natural life. Living species interact and form complex ecosystems with balancing feedback loops and food chains. Thus, overexploiting one type of resource, or condemning one species to extinction may seem harmless. But without an understanding of these intricate relationships, we may create a ‚missing link,‘ glut or shortage in the dynamic reproduction circuits of basic life support systems like water supply, pollination patterns or soil fertility“ (Göpel 2016, 85).

Tatsächlich, und dies scheint neben einem veralteten Weltbild das Hauptproblem zu sein, ist die Mainstream-Ökonomik eine Sozialwissenschaft, die in der Forschung zwar empirisch arbeitet, aber ihre Daten typischerweise in einem engen Theorierahmen interpretiert, anstatt zu versuchen, reale Phänomene der Wirtschaft mit Hilfe verschiedener Theorieansätze zu verstehen. In der universitären Lehre besteht sie vor allem in der *Anwendung* vorgegebener, grundlegend im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert entwickelter Denkwerkzeuge auf verschiedene ökonomische (und nicht-ökonomische) Sachverhalte. Hier versteht sich die Ökonomik „als eine *erfahrungsunabhängige* Wissenschaft“, die sich „nicht durch einen einheitlichen Gegenstand („Wirtschaft“), sondern durch eine einheitliche *Denkmethode*“ (Bäuerle 2017, 263, Hervorh. i. Orig.) definiert. Ziel der wissenschaftlichen Tätigkeit ist das Erstellen eines abstrakten, stringenten

³ Der Emissionshandel ist ein Beispiel für einen marktbasiernten Ansatz zur Lösung des Klimaproblems.

Modells: „Ist es in diesem Sinne ausgereift, wird es nicht getestet, sondern *angewandt*“ (ebd., 263f., Hervorh. i. Orig.). Es kann nicht an der Realität scheitern, sondern nur an inneren Inkonsistenzen.

In Lehrbüchern zeigt sich der Charakter der Neoklassik als idealistische, apriorische, nicht-empirische Wissenschaft, wenn von der „ökonomischen Perspektive“ oder der „volkswirtschaftlichen Denkweise“ die Rede ist, die auf „dauerhaften Wahrheiten“ gründe und deren „Denkwerkzeuge“ (Angebotskurve, Nachfragekurve, Gleichgewichtspreis, Präferenzen, Grenznutzen usw.) die Studierenden durch Wiederholungen und immer neue Anwendungsbeispiele einüben sollen (Graupe 2016, 22). Hier zeigt sich, dass wir es mehr mit einer festgefügt Weltanschauung als mit einem Erkennen-Wollen zu tun haben; und diese Weltanschauung bzw. dieses „Einfinden in eine ungestörte, entkontextualisierte und enthistorisierte Perspektive“ muss im Studium „durch unablässiges Einüben und Anwenden ein- und desselben Denkschemas“ (Bäuerle 2017, 267) trainiert werden.

Hier wird nicht die Auffassung vertreten, dass jede Theorie im Sinne von Karl Poppers Kritischem Rationalismus falsifizierbar sein muss; allein die Tatsache, dass DSGM schwer oder gar nicht falsifizierbar sind (Dulien 2016, 204f.), macht die Neoklassik noch nicht zur Ideologie. Auch Gesellschafts- bzw. Universaltheorien wie Luhmanns Systemtheorie, Bourdieus Feldtheorie oder der Marxsche Historische Materialismus sind – im Unterschied zu Theorien mittlerer Reichweite – nicht falsifizierbar bzw. kaum empirisch überprüfbar (Scholl 2016, 94ff.), stellen selbst ebenso wie die Neoklassik „Denkwerkzeuge“ und „Perspektiven“ bereit. Die Neoklassik entscheidet jedoch eine politische Frage („Ist der Markt das beste Allokationsverfahren?“) *vor*, indem sie erst *nach* ihrer positiven Beantwortung mit der Wissenschaft beginnt. Die Antwort auf diese wirtschaftspolitische Frage, die im Angesicht der laufenden Klimatragödie und der grassierenden Zunahme von sozialer Ungleichheit zentral ist, stellt ein unausgesprochenes, verdecktes Axiom dar. Dieses steckt – um eine Baum-Metapher zu verwenden – sozusagen unter der Erde in der Wurzel des Paradigmas, von dem nur der Stamm (die in den Lehrbüchern als „dauerhafte Wahrheiten“ ausgesprochenen Axiome) und die Baumkrone (die Verästelungen der Theorie etwa in aktueller Forschung) sichtbar sind (vgl. Bäuerle 2017, 258). Die Dominanz von Märkten wird so naturalisiert bzw. unsichtbar gemacht, sie erscheint als nicht hinterfragbar. Luhmanns Systemtheorie tut nichts Vergleichbares, sofern man die Arbeitsteilung

bzw. die funktionale Differenzierung der Gesellschaft nicht als politische Frage auffasst; Bourdieus Feldtheorie tut dies auch nicht. Der Marxismus als heterodoxe Ökonomik tut dies in der Analyse und Kritik des Kapitalismus zunächst nicht; er tut es als Ideologie dann, wenn er Geschichte teleologisch als Bewegung hin zur Auflösung von Klassengegensätzen in einer Diktatur des Proletariats erzählt.

Daher kann man mit einigem Recht behaupten, die Neoklassik als ökonomische Lehrbuchwissenschaft betreibe „mathematisch rationalisierte Ideologieproduktion“ (Beckenbach 2016, 96). In ihrer orthodoxen Form ist sie eine Legitimationstheorie für die Herrschaft des Marktes und seiner Profiteure, ähnlich wie es ihr Antipode, der orthodoxe Marxismus, für die Herrschaft kommunistischer Parteien war (bzw. im Fall von Nordkorea noch ist). Sie ist – um noch einmal mit Jaeggi (2009, 268) zu sprechen – ein Überzeugungssystem, das praktische Konsequenzen hat und Herrschaftsansprüche verselbstverständlich.

Die verdeckten ideologischen Elemente des Paradigmas mögen historisch mit den Überzeugungen der damaligen wirtschaftsliberalen Intellektuellen zusammenhängen, die während der letzten „Großen Transformation“ die Durchsetzung einer „freien“ Marktgesellschaft gegen ein überkommenes feudales System unterstützen wollten. Dass sich seit dem Zweiten Weltkrieg die gesamte Disziplin auf das neoklassische Paradigma verengt hat, hängt aber wohl mit wissenschaftsendogenen wie -exogenen Faktoren zusammen. Heise und Thieme (2015, 182) erklären die erfolgte „(Ab-)Schließung des Wissenschaftssystems“ unter neoklassischen Vorzeichen mit zwei Faktoren. Zum einen mit der „Festlegung paradigmatischer Standards“ im Bestreben, als reife Disziplin anerkannt zu werden – Theorie-Monismus werde als „Ausweis der Reife und der ‚Normalität‘ im Wissenschaftsgeschäft“ verstanden. Zum anderen habe die reale Macht des Marktes vor allem in den USA (von wo aus die wirtschaftswissenschaftlichen Standards in alle Welt exportiert wurden) dazu geführt, dass sich eine entsprechende Strömung durchgesetzt hat: „(...) die Art und Weise, wie eine Gesellschaft ihre Basisinstitutionen (z. B. den Markt) kulturell umhegt, [wirkt] auf die Akzeptanz theoretischer Ansätze und paradigmatischer Zugänge – völlig unabhängig von deren faktischer Erklärungskraft – zurück“ (ebd., 178). Elsner (2016, 44f.) wird noch deutlicher, wenn es um die Frage geht, „wie es möglich sein kann, dass ein Paradigma seine Erschöpftheit, offensichtliche funktionale

Unbrauchbarkeit und sein Versagen gegenüber der Realität nicht nur überlebt, sondern dominantes Paradigma bleibt und sich sogar offensiver als zuvor personell in der Academia ausbreitet“: Er sieht wissenschafts-exogene Einflüsse (vor allem durch Drittmittelaufträge von der Privatwirtschaft und vom Staat, Politikberatung und Wechselbeziehungen mit den etablierten Medien) und resümiert, der neoklassische Mainstream habe

„in letzter Instanz die außerwissenschaftliche Funktion zu erfüllen (...), die führende Ideologie und Rhetorik für die aktuellen ökonomischen, sozialen und politischen Machtstrukturen und den System-Status-quo bereitzustellen. Kein anderes als das neoklassisch-neoliberale ökonomische Paradigma und keine andere wissenschaftliche Disziplin als diese Ökonomik ist in der Lage, diese Funktion zu erfüllen; daher die ihr durch ‚die Eliten‘ zugewiesene quasi-monopolistische, rhetorisch-definitivische Machtposition in Massenlehre und autoritativen Lehrbüchern.“ (ebd., 45f.)

Für eine wünschenswerte „Große Transformation“ zur Nachhaltigkeit ist die Dominanz eines solchen marktfixierten wirtschaftswissenschaftlichen Paradigmas fatal, wenn sie verhindert, dass eine längerfristige politische (demokratisch kontrollierte) Planung und Steuerung nötiger Teilprozesse überhaupt in den Bereich des Denkbaren rückt.

4 Der Romantische Konsumismus: Wesen und Kritik

Der israelische Universalhistoriker Yuval Noah Harari erwähnt in seinem Weltbestseller *Eine kurze Geschichte der Menschheit* eine die heutige Gesellschaft prägende Ideologie: den „Romantischen Konsumismus“, eine Mischung aus „zwei zentralen Ideologien der Moderne: Romantik und Konsumismus“ (Harari 2015, 147). Als Beispiel erwähnt er „den verbreiteten Wunsch, im Ausland Urlaub zu machen. Dieser Wunsch ist weder natürlich noch naheliegend. Das Alphamännchen einer Schimpansenhorde käme nie auf den Gedanken, sich erst zu verausgaben, um dann im Territorium einer anderen Schimpansenhorde auszuspannen.“ (ebd.) Auch ein reicher Mann im alten Ägypten „hätte nie auch nur im Entferntesten daran gedacht, eine Beziehungskrise mit einer romantischen Reise nach Babylon beizulegen. Vermutlich hätte er seiner Frau das prächtige Grabdenkmal gebaut, von dem sie immer geträumt hat“ (ebd., 148).

Mit diesen amüsanten Kontrasten arbeitet Harari heraus, dass unsere Sehnsüchte nach exotischen Urlaubserlebnissen, neuesten technischen

Gerätschaften oder einem spirituell erleuchtenden Wochenendworkshop in Kundalini-Yoga weder überzeitliche Wünsche noch ureigenster Ausdruck unserer individuellen Persönlichkeit sind. Sie zeigen unsere gelungene Integration in ein Überzeugungssystem der westlichen Kultur, das uns Glück durch eine Vielzahl und Vielfältigkeit von Erlebnissen (Romantik) sowie Glück durch die Inanspruchnahme von Waren und Dienstleistungen (Konsum) verheißt.

Auch wenn Harari für diese Ausführungen keine Referenz angibt, bezieht er sich offensichtlich auf den Kulturosoziologen Colin Campbell, der in seiner 1987 erschienenen Studie *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism* (die Ähnlichkeit zu Max Webers *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* ist konstitutiv) der Entstehung einer Konsumethik nachspürt, die aus der kulturgeschichtlichen Epoche der Romantik (ab dem späten 18. Jahrhundert) herrührt und Grundlage der modernen Konsumgesellschaft bildet. Beide Geisteshaltungen, Webers Produktions- und Campbells Konsumethik, haben ihre Ursprünge in der Industriellen Revolution und im Protestantismus. Beide waren notwendig für den wirtschaftlichen Umbruch im 18. und 19. Jahrhundert, beide wirken in einer Art Wahlverwandtschaft („elective affinity“) zusammen und bis heute nach (Campbell 2018, 305).

Laut Campbell förderte die romantische Ethik die Entwicklung des Konsums, indem sie die moralischen Barrieren aufhob, die den Konsum verhinderten (Puritanismus, Rationalismus, Utilitarismus). Individuum und Individualismus wurden aufgewertet, dem Ausdrücken von Gefühlen und Affekten, Kreativität und Rebellion neue Bedeutung und Anerkennung beigemessen, sodass die romantische Ethik dazu beitrug, den Konsum zu legitimieren.

Campbell entwickelt den Typus des „modern autonomous imaginative hedonist“ bzw. „self-illusory hedonist“, dessen Entstehung er in der englischen Mittelschicht des 18. Jahrhunderts beobachtet. Ein solcher moderner Hedonist strebt nicht nur nach Genuss, sondern vor allem nach Selbstverwirklichung, was von seinen Träumen und seiner Fantasie bestimmt wird. Er weist seinem Handeln und so auch seinem Konsum Bedeutungen zu. Dies geschieht selbstbestimmt, wird aber teilweise durch das soziale Umfeld und Medien beeinflusst – immer jedoch entsprechend seiner in der Kultur verankerten Wert- und Glaubensvorstellungen. Der „romantische Konsument“ sehnt sich nach immer neuen, noch nicht

vertrauten Produkten oder Dienstleistungen, da diese die Möglichkeit versprechen, sich an noch nicht gemachten (sinnlichen) Erfahrungen zu erfreuen. Da die Realität nicht an die Imaginationen heranreicht, wird die Sehnsucht niemals befriedigt und es werden immer neue (diffuse) Sehnsüchte generiert (Campbell 2018, 140–143).

Campbell bettet seine Postulate in soziologische Theorien ein; so führt die „motivated action theory“ über monokausale Erklärungen von Konsument*innenverhalten hinaus. Handlungsentscheidend sind nicht nur „harte“ ökonomische Faktoren wie Preisentwicklungen, sondern auch Werte- und Glaubenssysteme. Nach Campbell ist der Konsument nicht rational oder utilitaristisch; Gefühle und Sehnsüchte spielen ebenso eine Rolle wie die Konstruktion von Mehrwerten (Zuschreibung von Bedeutungen) und Identitäten. Indem Campbell darlegt, dass die Sehnsucht der Konsument*innen prinzipiell nicht durch Konsum befriedigt wird, wirft er außerdem ein Licht auf den Motor, der das kapitalistische Wachstumssystem am Laufen hält.

Seine kulturgeschichtliche Analyse beschränkt sich auf das 18. Jahrhundert, doch inspiriert zu seinen Nachforschungen wurde Campbell durch eigene Beobachtungen während der 1960er Jahre, als ein exponentieller Anstieg von Produktion und Konsum in der westlichen Welt mit einem Ausbruch von „romantic fever“ (Campbell 2018, 29) zusammenfiel. Bereits vorher war von interessierter Seite Konsum systematisch befördert worden: durch immer professionelleres Marketing, durch psychologisch fundierte Werbung, die es verstand, immer neue Wünsche zu wecken, und durch die Einführung von Konsumentenkrediten (in den USA ab den 1920er, in Westeuropa ab den 1950er Jahren), die „eine drastische Verkürzung der Zeitspanne zwischen Bedürfnis und Befriedigung“ ermöglichten (Welzer 2013, 47). Die Strategie der gezielten romantischen Aufladung von Waren und Dienstleistungen illustriert ein Zitat des amerikanischen Marketingexperte Victor Lebow aus den 1950er Jahren: „Unsere ungeheuer produktive Wirtschaft verlangt, dass wir den Konsum zu unserem Lebensstil und den Kauf und die Nutzung von Gütern zu einem Ritual machen, dass wir unsere spirituelle Befriedigung und die Erfüllung unseres Selbst im Konsum suchen.“ (zitiert nach Welzer 2013, 47f.).

Um dies klarzustellen: Konsum im Sinne von „Verbrauch“ oder „Gebrauch“ von bestimmten Objekten (Lebensmittel, Kleidung etc.) ist eine lebensnotwendige Tätigkeit, die niemand vermeiden kann. Konsumismus als Kultur bzw. Ideologie hingegen meint, dass dem Konsum eine

(etwa gegenüber der Arbeit) gesteigerte Bedeutung für das soziale Zusammenleben und die eigene Identität zugeschrieben wird. Für Hochstrasser (2013, 58) liegt eine konsumistische Kultur dann vor, wenn die Subjekte „ihre Selbstanerkennung und die soziale Anerkennung, welche ihnen die anderen zollen, zunehmend aus dem Konsum [ziehen]. Die Menschen werden einander aner kennenswert durch ihre Aktivitäten in der Konsumsphäre: Wichtig wird, was jemand wie, wie oft und mit wem konsumiert.“

Die implizite Botschaft des Konsumismus lautet in Kurzform: „Sinn (...) kann man kaufen.“ (Welzer 2013, 46) Die Ideologiekritik daran kann man ebenso kurz halten: Sinn kann man nicht kaufen. In *Haben oder Sein* hat Erich Fromm (1979) hat diese Konsumkritik aus psychoanalytischer Sicht ausgearbeitet. Auch die Sozialpsychologie zeigt, dass das Streben nach Anerkennung durch relative Besserstellung (positionaler Konsum) bzw. durch soziale Symbolik materieller Güter (Statuskonsum) nicht zu erfülltem Lebenssinn und Zufriedenheit führt, sondern geradewegs in eine „hedonische Tretmühle“, in dem sich die Subjekte in einer „Konsumierendenkonkurrenz“ aufreiben, um im Vergleich zu ihren Mitmenschen nicht ins Hintertreffen zu geraten (Hochstrasser 2013, 71; Göpel 2016, 67-76).

Dessen ungeachtet steigt der Konsum auch und vor allem in der von galoppierender Individualisierung und Digitalisierung geprägten Post- bzw. Spätmoderne: Campbell (2018, 7) spricht im Vorwort einer Neuauflage seiner Studie vom heutigen „hyper-consumerism“, der von ausgefeilten Techniken von Werbung („high-pressure advertising“) befeuert wird und von Marketing, das mit großen Datensätzen der Konsumentenforschung unterfüttert ist. Ein Ende des Romantischen Konsumismus ist nicht in Sicht.

5 Aufgaben einer transformativen Kommunikationswissenschaft

Programm einer transformativen, d. h. im Sinne einer „Großen Transformation“ engagierten Kommunikationswissenschaft ist es, erstens zu fragen, welche mit öffentlicher Kommunikation verbundenen Akteure, Strukturen und Prozesse Transformation zur Nachhaltigkeit *behindern*,

um sie durch Dekonstruktion und Kritik zu schwächen; und zweitens zu fragen, welche mit öffentlicher Kommunikation verbundenen Akteure, Strukturen und Prozesse Transformation *begünstigen*, um sie durch fach-öffentliche und öffentliche Aufmerksamkeit sowie durch Wissensproduktion zu stärken (Krüger & Meyen 2018, 351f., Krüger 2019).

Als Transformationsbremsen können Vertreter*innen der Neoklassischen Ökonomik gelten sowie Strukturen und Prozesse, die die Aufrechterhaltung dieses Paradigmas trotz massiver Kritik aus der Gesellschaft sowie aus der Wirtschaftswissenschaft selbst⁴ ermöglichen. Mit der Feldtheorie von Bourdieu als Fundierung haben Heise und Thieme (2015) die Kämpfe im „Machtfeld“ der Wirtschaftswissenschaft in Deutschland und das Ringen der Vertreter*innen von Orthodoxie und Heterodoxie um ökonomisches, soziales, kulturelles und symbolisches Kapital bereits beschrieben. Der Beitrag der Kommunikationswissenschaft könnte es sein, eine Theorie der Vermachtung von Fachöffentlichkeiten zu entwickeln – die übrigens auch auf die eigene Disziplin angewandt werden könnte (vgl. Scheu 2012, Meyen 2017 und Krüger 2019 [darin das Vorwort zur 2. Auflage]). Eine solche Theorie könnte sich auf die Theorie des kommunikativen Handelns von Habermas beziehen: Hier ist die Rede von einer nicht-vermachteten Öffentlichkeit, die aus nicht-institutionalisierten zivilgesellschaftlichen Zusammenhängen (lebensweltliche Peripherie) heraus Probleme identifiziert und thematisiert, und einer vermachteten Öffentlichkeit nahe des System-Zentrums, „die von staatlichen und sozialen Institutionen zu Legitimationszwecken strategisch hergestellt wird“ (Brosda 2008, 313). Habermas böte mit seiner Unterscheidung zwischen dem Ideal eines quasi-natürlichen, verständigungsorientierten kommunikativen Handelns und einem strategischen Handeln, das von den Steuerungsmedien Geld und Macht beeinflusst ist und als deformiert und

⁴ Forderungen nach Paradigmenvielfalt, methodischem Pluralismus und mehr Interdisziplinarität in der Wirtschaftswissenschaft wurden zum Beispiel von der internationalen Studierendeninitiative ISIPE (International Students Initiative for Pluralism in Economics) und dem deutschsprachigen Netzwerk Plurale Ökonomik erhoben (van Treeck und Urban 2016, 11f.). Eine Liste weiterer Initiativen, Appelle und Manifeste findet sich bei Heise und Thieme (2015, 158). Ironischerweise war an einem „Aufruf für eine pluralistische und gründliche Ökonomik“ aus dem Jahr 1992 auch Paul A. Samuelson beteiligt, „einflussreichster Lehrbuchautor aller Zeiten“ (van Treeck 2016, 136), der in den 19 Auflagen seines in 41 Sprachen übersetzten Standardwerks *Economics* seit 1948 die Homogenisierung der Ökonomik maßgeblich vorangetrieben hatte.

defizitär gesehen wird (vgl. Baugut 2017, 133-137), auch einen ideologiekritischen Zugang zu Kommunikaten und Kommunikationsprozessen in der (Wirtschafts-)Wissenschaft.

Eine Theorie zur Vermachtung von Fachöffentlichkeiten könnte sich auch anlehnen an das Propagandamodell von Herman und Chomsky (2002), das in den großen Medien eine Verengung des Themen- und Meinungsspektrums im Interesse der herrschenden politischen und wirtschaftlichen Eliten postuliert und mit einer Reihe von „Filtern“ erklärt (siehe die Beiträge von Kim Kristin Mauch und Holger Pötzsch in diesem Band). Eventuell wirken am Machtpol der Wirtschaftswissenschaften ganz ähnliche Filter (etwa „Antikommunismus als Kontrollmechanismus“), vielleicht aber auch andere Filter oder *pressure groups* als am Machtpol der journalistischen Massenmedien. Damit zusammenhängend könnte auch der Umgang des wissenschaftlichen Machtpols mit Heterodoxie und mit innerfachlichen Protestbewegungen (und damit die Frage der Sozialen Kontrolle) konzeptualisiert werden, etwa mit Hilfe der medienbezogenen Ansätze „Protest-Paradigma“ und „Guard Dog Perspective“ (vgl. Krüger 2019, 68-71).

Mit einer derartigen kommunikationstheoretischen und herrschaftskritischen Fundierung könnten Lehrbücher und innerwissenschaftliche Debattenbeiträge, Forschungsartikel in *peer-reviewed journals*, Selbstverständnispapiere von Ökonom*innen-Vereinigungen wie dem Verein für Socialpolitik, Jahresgutachten des Sachverständigenrats zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Empfehlungen wissenschaftlicher Beiräte von Bundesministerien, Kommentare und Gastbeiträge in Wirtschaftszeitungen, Protokolle der zweijährlichen Treffen der Mont Pelèrin Society oder wirtschaftspolitische Parlamentsdebatten analysiert werden. Von besonderem Interesse wäre neben der Identifikation und Dekonstruktion ideologischer Aussagen das Aufzeigen von Akteursnetzwerken über die Wirtschaftswissenschaft hinaus, also der Verflechtungen von Fachvertreter*innen mit Eliten aus Politik und Wirtschaft (im Sinne einer *power structure research* nach Mills 1956), sowie der kommunikative Umgang des wirtschaftswissenschaftlichen Machtpols mit Dissentern im Fach und Trägern von Protest und Pluralismus-Forderungen.

Die Naturalisierung des Wachstumszwangs findet sich auch im Wirtschaftsjournalismus; so ergab eine Analyse der Meinungsbeiträge in der *Zeit*, im *Spiegel* und in der *FAZ* von 1949 bis 2009, dass die tonangebenden

Wirtschaftsjournalist*innen mehr oder weniger die Standard-Ökonomie und ihre Prämissen reproduzierten (Knauß 2016). Eine genauere Analyse der Bildungswege von Wirtschaftsjournalist*innen, von Einflüssen aus dem Studium der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre oder von anderweitigen Verbindungen und Wechselwirkungen mit der Ökonomie wäre von Interesse. Kritische Analysen der Politischen Ökonomie von Massenmedien (wie jüngst Ferschli, Grabner und Theine 2019) oder Social-Media-Plattformen (etwa Sevignani 2016) sind ohnehin grundlegende Aufgaben der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Behindert wird Transformation auch von Akteuren, Strukturen und Prozessen, die dazu beitragen, den Konsum von Waren und Dienstleistungen zu romantisieren: Die Beschreibung entsprechender Strategien und die Dekonstruktion solcher Werbebotschaften sollte eine ideologiekritische Werbeforschung leisten (Beispiele: Williamson 2000; Leiss, Kline und Jhally 1986). Der Transfer der Ergebnisse in die Bevölkerung und die Vermittlung entsprechender Kompetenzen an Schüler*innen und Erwachsene ist hier besonders wichtig, wenn solche Forschung selbst nicht schon kollaborativ und partizipativ-emanzipatorisch (als *citizen science*) angelegt ist.

Schließlich gilt es in Sachen Konsumismus, „systemüberwindende Perspektiven“ (Hochstrasser 2013, 330-349) mit kommunikationswissenschaftlichen Mitteln zu flankieren. Solche Ideen, die Transformation zur Nachhaltigkeit begünstigen, sind etwa eine Neudefinition des Begriffs „Arbeit“, eine Reduktion der Warenmenge, die Etablierung von Suffizienz und Subsistenz als Ziel von Wirtschaftsaktivität, Produktionsverbote von Nonsense-Waren, Dekommodifizierung, Werbeverbote und eine Relokalisierung der globalisierten Ökonomie. Wie für entsprechende Ideen und alternative Praxen Öffentlichkeit hergestellt wird bzw. werden sollte und welche Rolle dabei Journalismus (Stichworte: Konstruktiver Journalismus, Verbraucherjournalismus), Öffentlichkeitsarbeit bzw. Public Relations oder soziale Netzwerkplattformen spielen: All dies können Themen einer transformativen Kommunikations- und Medienforschung sein. Dabei sollte diese übrigens ideologiekritisch und selbstreflexiv genug sein, um nicht wiederum neuen Ideologien zu erliegen (etwa einer Romantisierung von Selbstversorgung und Autarkie, zu der Teile der Degrowth-Bewegung neigen) und dadurch wiederum blind für wichtige gesellschaftliche Realitäten und Zusammenhänge zu werden. Denn nur

mit unverstelltem Blick kann sie eine konstruktive Rolle in einer „Großen Transformation“ zur Nachhaltigkeit spielen.

Literatur

- Bäuerle, Lukas. 2017. „Die ökonomische Lehrbuchwissenschaft – Zum disziplinären Selbstverständnis der Volkswirtschaftslehre“. *Momentum Quarterly* 6 (4): 252–270, <https://www.momentum-quarterly.org/ojs2/index.php/momentum/article/view/2478>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Baugut, Philip. 2017. *Politiker und Journalisten in Interaktion. Einfluss des Medienwettbewerbs auf lokale politische Kommunikationskulturen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Beckenbach, Frank. 2016. „Mathematisch rationalisierte Ideologieproduktion statt Marktanalyse. Zur Kritik der Denkform der neoklassischen (Lehrbuch-)Mikroökonomie“. In *Wirtschaft neu denken. Blinde Flecken der Lehrbuchökonomie*, herausgegeben von Till van Treeck und Janina Urban, 82–97. Berlin: iRights Media, http://www.fgw-nrw.de/fileadmin/user_upload/Blinde_Flecken_der_Lehrbuchoekonomie_klein.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Bendell, Jem. 2018. „Deep Adaptation: A Map for Navigating Climate Tragedy“. *IFLAS Occasional Paper* 2, <https://jembendell.com/2019/05/15/deep-adaptation-versions/>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Biskamp, Floris. 2019. „Ideologiekritik als Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen. Zum ideologiekritischen Potenzial der Habermas’schen Theorie“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevnigani, 66–84. Universität Leipzig; DOI: [10.36730/ideologiekritik.2019.4](https://doi.org/10.36730/ideologiekritik.2019.4).
- Brosda, Carsten. 2008. *Diskursiver Journalismus. Journalistisches Handeln zwischen kommunikativer Vernunft und mediensystemischem Zwang*. Wiesbaden: VS.
- Butterwegge, Christoph, Bettina Lösch, und Ralf Ptak. 2017. *Kritik des Neoliberalismus*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.
- Campbell, Colin. 2018 (1987). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. New Extended Edition. Cham: Palgrave Macmillan.
- Dietz, Georg. 2018. Klimawandel: Die Katastrophe hätte verhindert werden können. *Spiegel Online* vom 5.8., <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/klimawandel-die-katastrophe-haette-verhindert-werden-koennen-a-1221528.html>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Dullien, Sebastian. 2016. „Fortgeschrittene Makroökonomie-Lehrbücher mit Tunnelblick. Über die Enge der DSGE-Modellwelt“. In *Wirtschaft neu denken. Blinde Flecken der Lehrbuchökonomie*, herausgegeben von Till van Treeck und Janina Urban, 200–209. Berlin: iRights Media, http://www.fgw-nrw.de/fileadmin/user_upload/Blinde_Flecken_der_Lehrbuchoekonomie_klein.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.

- Elsner, Wolfram. 2016. „Dichotomien, Inkonsistenz, merkwürdige Antiquiertheit. Mainstream-Mikro-Lehrbücher: Das Beispiel sozialer Institutionen“. In *Wirtschaft neu denken. Blinde Flecken der Lehrbuchökonomie*, herausgegeben von Till van Treeck und Janina Urban, 42–57. Berlin: iRights Media, http://www.fgw-nrw.de/fileadmin/user_upload/Blinde_Flecken_der_Lehrbuchoekonomie_klein.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Ferschli, Benjamin, Daniel Grabner, und Hendrik Theine. 2019. *Zur Politischen Ökonomie der Medien in Deutschland. Eine Analyse der Konzentrationstendenzen und Besitzverhältnisse*. ISW-Report Nr. 118, München: Institut für sozial-ökologische Wirtschaftsforschung.
- Fromm, Erich. 1979. *Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft*. München: dtv.
- Göpel, Maja. 2016. *The Great Mindshift. How a New Economic Paradigm and Sustainability Transformations go Hand in Hand*. Wuppertal Institut und Springer Open, Open Access: <https://www.springer.com/de/book/9783319437651>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Graupe, Silja. 2016. „Der erstarrte Blick. Eine erkenntnistheoretische Kritik der Standardlehrbücher der Volkswirtschaftslehre“. In *Wirtschaft neu denken. Blinde Flecken der Lehrbuchökonomie*, herausgegeben von Till van Treeck und Janina Urban, 18–29. Berlin: iRights Media, http://www.fgw-nrw.de/fileadmin/user_upload/Blinde_Flecken_der_Lehrbuchoekonomie_klein.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Harari, Yuval Noah. 2015. *Eine kurze Geschichte der Menschheit*. München: Pantheon.
- Heise, Arne, und Sebastian Thieme. 2015. „Zur De-Pluralisierung der Wirtschaftswissenschaft nach 1970: Explorationen in einem wissenschaftlichen Macht- und Kampffeld“. *Schmollers Jahrbuch* 135 (2): 155–188, https://www.wiso-net.de/document/SJB_A50A9221B93C8EF59F2E13AB1F72501C. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Herman, Edward S. und Chomsky, Noam. 2002. *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.
- Hochstrasser, Franz. 2013. *Konsumismus. Kritik und Perspektiven*. München: Oekom.
- Jaeggi, Rahel. 2009. „Was ist Ideologiekritik?“. In *Was ist Kritik?*, herausgegeben von Rahel Jaeggi und Tilo Wesche, 266–295. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Knauß, Ferdinand. 2016. *Wachstum über Alles? Wie der Journalismus zum Sprachrohr der Ökonomen wurde*. München: Oekom.
- Krätke, Michael. 1999. Neoklassik als Weltreligion? In *Die Illusion der neuen Freiheit – Realitätsverleugnung durch Wissenschaft*, herausgegeben von der Loccumer Initiative Kritischer Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, 100–144, Hannover: Offizin.
- Krüger, Uwe. 2019. *Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse*. 2. Auflage. Köln: Herbert von Halem.
- Krüger, Uwe. 2019. „Transformative Kommunikationswissenschaft: Die Universität als Change Agent für sozialen Wandel“. In *Medienrealität 2019*, herausgegeben von Michael Meyen, <https://medienblog.hypothesen.org/5640>. Zugegriffen: 15. November 2019.

- Krüger, Uwe und Michael Meyen. 2018. „Auf dem Weg in die Postwachstumsgesellschaft. Plädoyer für eine transformative Kommunikationswissenschaft“. *Publizistik* 63 (3): 341–357, [https://www.researchgate.net/publication/325861731_Auf_dem_Weg_in_die_Postwachstumsgesellschaft_Plado-
yer_fur_eine_transformative_Kommunikationswissenschaft_Ein_Beitrag_zur_Selbst-
verstandnisdebatte_im_Forum_Publizistik_Heft_3_2015_Heft_3_und_4_2016_Hef.](https://www.researchgate.net/publication/325861731_Auf_dem_Weg_in_die_Postwachstumsgesellschaft_Plado-
yer_fur_eine_transformative_Kommunikationswissenschaft_Ein_Beitrag_zur_Selbst-
verstandnisdebatte_im_Forum_Publizistik_Heft_3_2015_Heft_3_und_4_2016_Hef.) Zugegriffen: 15. November 2019.
- Leiss, William, Stephen Kline, und Sut Jhally. 1986. *Social Communication in Advertising: Persons, Products, and Images of Well-Being*. Toronto: Methuen.
- Lessenich, Stephan. 2016. *Neben uns die Sintflut. Die Externalisierungsgesellschaft und ihr Preis*. München: Hanser Berlin.
- Mankiw, N. Gregory, und Mark P. Taylor. 2018. *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre*. 7., überarbeitete Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Marx, Karl. 1971. *Das Kapital. Erster Band*. Marx Engels Werke (MEW) Band 23. Berlin (Ost): Dietz.
- Meadows, Donella H., Dennis L. Meadows, Jørgen Randers, und William W. Behrens. 1972. *The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. New York: Universe Books. <https://www.dartmouth.edu/~library/digital/publishing/meadows/ltg/>. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Meyen, Michael. 2017. Die (doppelt) konservative Wende in der Kommunikationswissenschaft. Vortrag auf der Gründungstagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft, Ludwig-Maximilians-Universität München 30.11.-1.12.2017, online: <https://www.youtube.com/watch?v=Qtium9RjnpQ&feature=youtu.be> (min. 0:53:04 bis 1:15:30). Zugegriffen: 15. November 2019.
- Mills, Charles Wright. 1956. *The Power Elite*. Oxford: Oxford University Press.
- Petschow, Ulrich, Steffen Lange, David Hofmann, Eugen Pissarskoi, Nils aus dem Moore, Thorben Korfhage, Annekathrin Schoofs, Hermann Ott. 2018. *Gesellschaftliches Wohlergehen innerhalb planetarer Grenzen. Der Ansatz einer vorsorgeorientierten Postwachstumsposition. Zwischenbericht des Projektes „Ansätze zur Ressourcenschonung im Kontext von Postwachstumskonzepten“*. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt, https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/uba_texte_89_2018_vorsorgeorientierte_postwachstumsposition.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Polanyi, Karl. 1957. *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. Boston, MA: Beacon Press.
- Rebhan, Christian. 2017. *Einseitig oder plural? Eine quantitative Analyse der wirtschaftswissenschaftlichen Einführungslehrbücher an deutschen Hochschulen*. Marburg: Metropolis.
- Rosa, Hartmut. 2016. *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Scheu, Andreas M. 2012. *Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft. Eine Verdrängungsgeschichte?* Köln: Herbert von Halem.
- Schmuck, Peter. 2015. *Die Kraft der Vision. Plädoyer für eine neue Denk- und Lebenskultur*. München: Oekom.

- Scholl, Armin. 2016. „Journalismustheorie und Methodologie“. In *Handbuch Journalismustheorien*, herausgegeben von Martin Löffelholz und Liane Rothenberger, 91–110. Wiesbaden: Springer VS.
- Sevignani, Sebastian. 2016. *Privacy and Capitalism in the Age of Social Media*. New York: Routledge.
- Steffen, Will, Wendy Broadgate, Lisa Deutsch, Owen Gaffney, und Cornelia Ludwig. 2015. „The Trajectory of the Anthropocene: The Great Acceleration“. *The Anthropocene Review* 2 (1): 81–98, doi: <https://doi.org/10.1177/2053019614564785>
- van Treeck, Till. 2016. „Der ‚große Zwiespalt‘ zwischen Effizienz und Gerechtigkeit: Realität oder Ideologie?“ In *Wirtschaft neu denken. Blinde Flecken der Lehrbuchökonomie*, herausgegeben von Till van Treeck und Janina Urban, 128–139. Berlin: iRights Media, http://www.fgw-nrw.de/fileadmin/user_upload/Blinde_Flecken_der_Lehrbuchoekonomie_klein.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- van Treeck, Till, und Urban, Janina. 2016. „Einleitung“. In *Wirtschaft neu denken. Blinde Flecken der Lehrbuchökonomie*, herausgegeben von Till van Treeck und Janina Urban, 6–16. Berlin: iRights Media, http://www.fgw-nrw.de/fileadmin/user_upload/Blinde_Flecken_der_Lehrbuchoekonomie_klein.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- WBGU (Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen). 2011. *Welt im Wandel. Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation*. Bonn. https://www.wbgu.de/fileadmin/user_upload/wbgu/publikationen/hauptgutachten/hg2011/pdf/wbgu_jg2011.pdf. Zugegriffen: 15. November 2019.
- Welzer, Harald. 2013. *Selbst denken. Eine Anleitung zum Widerstand*. Frankfurt am Main: S. Fischer.
- Williamson, Judith. 2000. *Decoding advertisements: Ideology and meaning in advertising*. London: Marion Boyars.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Ideologie in journalistischer
Berichterstattung

Ideologische Integration, massenmediale Täuschung: Zur Rolle von Propaganda in liberalen Demokratien

Florian Zollmann

Keywords: Propaganda, Massenmedien, Wissenschaft, Demokratie, Ideologie

Abstract

Übergeordnetes Ziel dieses Textes ist es, auf die zentrale Bedeutung von Propaganda in liberalen Demokratien hinzuweisen. Insbesondere frühe Forscherinnen und Forscher hatten auf die Rolle von Propaganda zur Herstellung von Konsens sowie zur sozialen und ideologischen Kontrolle hingewiesen. Zunächst wird daher anhand einer kritischen Diskussion früher und gegenwärtiger Forschungsarbeiten gezeigt, wie eine selektive Betrachtungsweise in der Wissenschaft und terminologische Veränderungen zu einer Marginalisierung des Forschungsgegenstandes Propaganda in liberalen Demokratien führten. Anschließend werden vernachlässigte Konzepte herausgearbeitet, die es ermöglichen, die Manifestation von Propaganda in den Massenmedien zu untersuchen. Um Propaganda sichtbar zu machen, wird ideologische Integration als eine Dimension von Propaganda konzeptualisiert und anhand kurzer Beispiele skizziert.

Zollmann, Florian. 2019. „Ideologische Integration, massenmediale Täuschung: Zur Rolle von Propaganda in liberalen Demokratien“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevnigani, 228–252. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.11

Florian Zollmann | Newcastle University | florian.zollmann@newcastle.ac.uk

1 Einführung

Propagandastudien haben eine lange Tradition in den Medien- und Kommunikationswissenschaften und beschäftigten schon Gründungsväter des Feldes wie Harold D. Lasswell (vgl. 1971 [1927]). Die in den letzten Jahren aufgekommene Diskussion über sogenannte „Fake News“ und Desinformation hat wieder zu einer vermehrten Auseinandersetzung mit dem Thema Propaganda geführt. Allerdings richtet sich der Fokus vieler Studien auf zentralisierte Propaganda autoritärer Staaten oder auf neuere Formen der Meinungsmanipulation, ausgeführt von einzelnen Akteuren mittels verschiedener (Sozial-)Medien. Der Mainstream der Medien- und Kommunikationswissenschaften postuliert die Sichtweise, in westlichen Staaten würden Beeinflussungstechniken größtenteils mit wohlwollenden Intentionen, zur Informationsvermittlung, Überredung oder Überzeugung eingesetzt (vgl. Bakir et al. 2019; Dudley 1947, 107; Merten 2000, 151).

Diese Forschungsausrichtung spiegelt kaum die Bedeutung von Propaganda wider. Drew Dudley (1947, 107), Leiter der Medienabteilung des US-amerikanischen *Office of War Mobilization and Reconversion* nach dem Zweiten Weltkrieg, bemerkte: „Actually, Hitler did employ the technique of advertising during the prewar and war years, frequently referring to America’s advertising in glowing and admiring terms in *Mein Kampf*, and later utilizing advertising’s powerful repetitive force to the utmost [Hervorhebung im Original].“ Wie dieses Zitat und andere Forschungsarbeiten belegen, ist moderne Propaganda von der Werbe- und Public-Relations-Industrie in liberalen Demokratien mit einer Vorreiterrolle der USA entwickelt worden (vgl. Carey 1995, 14). Zahlreiche Akteure inklusive der Nationalsozialisten bedienten sich dieser manipulativen Techniken, deren Ausmaß sich in den vergangenen Jahrzehnten vergrößert hat (vgl. Miller und Dinan 2008, 5-18; Miller und Robinson 2019). Auch fungieren die Massenmedien als wichtige Institution zur Verbreitung von Propaganda (vgl. Zollmann 2019). Denn insbesondere in liberalen Demokratien stellt die Schaffung und Aufrechterhaltung von emotional „signifikanten Symbolen“ mit dem Ziel, die Sonderinteressen von Politik- und Wirtschaftseliten sowie von Großkonzernen gegenüber populären politischen Strömungen und der Arbeiterbewegung zu verteidigen, ein weitreichendes Phänomen dar (Carey 1995, 14, 19).

Dieser Beitrag soll ein Versuch sein, das vorherrschende Bild, das Propaganda eher ein historisches Phänomen sei, lediglich auf Sonderfälle zutreffen oder nur in autoritären Staaten zur Geltung komme, zurechtzurücken.

Es wird zunächst aufgezeigt, wie nach dem Zweiten Weltkrieg eine Politisierung der Forschung zu einer selektiven Anwendung des Propagandakonzeptes in Wissenschaft und Gesellschaft führte.¹ Denn die Tradition einer „Kritischen Theorie“ blühte in Deutschland lediglich in den 1960er und 1970er Jahren noch einmal auf (vgl. Scheu und Wiedemann 2008). Die Medien- und Kommunikationswissenschaften zeichnen sich seither vor allem durch ein angepasst stromlinienförmiges und machthöriges Forschungsprogramm aus. Anschließend werden vernachlässigte Konzepte herausgearbeitet, die es ermöglichen, Propaganda in den Massenmedien liberalen Demokratien zu untersuchen. Darauf aufbauend wird Integrationspropaganda, die eine Dimensionen massenmedial verbreiteter Propaganda beschreibt, mit Verweis auf Fachliteratur ausdifferenziert. Zur weiteren Veranschaulichung werden konkrete Beispiele hinzugezogen. Übergeordnetes Ziel ist es, einen Werkzeugkasten der Propagandaforschung zu etablieren (vgl. Silverstein 1987, 50, 54). Dies geschieht in der Hoffnung, dass andere Forscherinnen und Forscher sich ebenfalls kritisch mit dem Thema Propaganda in liberalen Demokratien auseinandersetzen werden.²

¹ Mit Politisierung ist hier gemeint, dass wissenschaftliche Forschung die gleichen ideologischen Grenzziehungen vornimmt wie Partikularinteressen aus Politik und Wirtschaft (vgl. Weingart 1983, 233).

² Die Vorgehensweise geht auf Brett Silverstein (1987, 50, 54) zurück, der einen systematischen Ansatz für Propagandastudien und den Aufbau eines wissenschaftlichen Werkzeugkastens zur Untersuchung der Prozesse und Inhalte von Propaganda forderte. Ein erster Schritt in diese Richtung erfolgte durch das von der internationalen Fachzeitschrift *Critical Sociology* herausgegebene Symposium zum Thema „Deception, Coercion and Propaganda“. Zwei in dieser Spezialausgabe veröffentlichte Artikel dienen denn auch als Ausgangspunkt für diesen Text (siehe insb. Zollmann 2019 und ebenfalls Bakir et al. 2019). Die kürzlich unter der Leitung englischer und US-amerikanischer Forscher gegründete *Organisation for Propaganda Studies* (<http://propagandastudies.ac.uk/about/>) soll ebenfalls in diesem Sinne eine historische und gegenwärtige Propagandaforschung fördern. Auch bedankt sich der Autor bei Kolleginnen und Kollegen für wertvolle Anregungen zu einem Vortrag zum Thema auf der 2. Jahrestagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft

Es sei noch angemerkt, dass die hier vorgestellte Perspektive auf der kritischen politischen Ökonomie der Massenmedien von Edward S. Herman und Noam Chomsky (2008) basiert und sich damit fundamental von einer sozial-konservativen oder politisch rechten Medienkritik unterscheidet. Herman und Chomsky theoretisieren, wie Massenmedien die Interessen von wirtschaftsliberalen und nationalkonservativen Eliten und damit politisch-ökonomische Ungleichheiten, die zu Lasten der Bevölkerung gehen, unterstützen. So argumentieren Herman und Chomsky (ebd., 1), die Funktion der Massenmedien sei es „to amuse, entertain, and inform, and to inculcate individuals with the values, beliefs, and codes of behavior that will integrate them into the institutional structures of the larger society. In a world of concentrated wealth and major conflicts of class interest, to fulfil this role requires systematic propaganda.“ Rechtskonservative Medienkritik fokussiert demgegenüber auf eine vermeintlich liberale Voreingenommenheit der Massenmedien. Demnach seien die Massenmedien dem Staat und der Wirtschaft gegenüber zu feindlich eingestellt oder unterstützten liberale Werte, wie die Gleichstellung der Geschlechter oder Minderheitenschutz (ebd., 196-212). Jüngere Beispiele dafür sind die von US Präsident Donald Trump oder neuen rechten Bewegungen wie der AfD und Pegida gestarteten Kampagnen, die eine oberflächliche Elitenkritik der Massenmedien mit chauvinistischer und patriotischer Rhetorik vermengen. Diese rechte Kritik hat zum Ziel, wirtschaftliche, geschlechtliche oder ethnische Ungleichheiten zu zementieren. Das heißt: die rechte Kritik der Massenmedien repräsentiert nicht die Allgemeinheit, sondern die Interessen des nationalkonservativen Flügels der Eliten.³

(„Ideologien & Ideologiekritik“) an der Ludwig-Maximilians-Universität München sowie bei Uwe Krüger und Sebastian Sevignani für Feedback zu einer früheren Version dieses Textes.

³ Der hier verwendete Ansatz geht davon aus, „dass eine konsensuell geeinte Elite in wichtigen Fragen (Krieg und Frieden, makroökonomische Ordnung) gegen die Interessen eines Großteils der Bevölkerung regieren kann und dass journalistische Eliten zu stark in das Elitenmilieu eingebunden sein könnten, um noch als Anwälte des öffentlichen Interesses kritisch-kontrollierend zu wirken“ (Krüger 2019, 90). Rechte Parteien wie die AfD unterstützen in der Tat die von den bürgerlichen Parteien vorangetriebenen Re-Militarisierungs- und Wirtschaftsliberalisierungsprogramme und sind damit als Teil der konsensual geeinten Elite anzusehen (vgl. Teidelbaum 2016; Winterstein 2019).

2 Wie Wissenschaft und Gesellschaft Propaganda verschleiern

Paul F. Lazarsfeld und Robert K. Merton (1957 [1948], 457-458) hatten bereits in ihrem Klassiker „Mass Communication, Popular Taste and Organised Social Action“ darauf hingewiesen, dass Propaganda in demokratischen Gesellschaften den Platz von direkteren Mitteln der Kontrolle eingenommen habe. Diese Veränderung in der Struktur sozialer Kontrolle verdiene eine gründliche Prüfung, schrieben Lazarsfeld und Merton (ebd., 457-458). Sie verwiesen auf die Massenmedien als eine wichtige Institution der Propaganda, denn diese seien von mächtigen Wirtschaftsinteressen kooptiert worden (ebd., 457-458, 465). Obwohl dieser Text zu den am meist zitierten und kanonisierten Werken in den Medien- und Kommunikationswissenschaften gehört (vgl. Simonson und Weimann 2003, 12), lassen sich in der Fachliteratur kaum Hinweise zu Lazarsfeld und Mertons Bemerkungen zum Thema Propaganda finden.

So ist es in der Tat bemerkenswert, dass in den Medien- und Kommunikationswissenschaften der Zusammenhang von sozialer Kontrolle und Propaganda in westlichen Demokratien bisher kaum untersucht wurde (vgl. Bakir et al. 2019; Zollmann 2019). In den wenigen neueren wissenschaftlichen Abhandlungen zum Thema Propaganda stehen vielmehr die Aktivitäten autoritärer Staaten im Vordergrund. Es findet kaum Berücksichtigung, dass es sich bei den in liberalen Demokratien weitverbreiteten Beeinflussungstechniken, wie PR und Werbung, um Propaganda handeln könnte. Auch werden Journalismus und Nachrichtenmedien strikt von Propaganda abgegrenzt.

Ein Beispiel ist Klaus Mertens Propaganda-Konzeptualisierung: „Anders als die Werbung, setzt *Propaganda* ihre Intention nicht nur dadurch um, dass sie positive Assoziationen herstellt, sondern in ihrem Anspruch *totalitär* vorgeht und die Nichtausführung (Nichtbefolgung) der angesonnenen Handlungsalternative mit Sanktionen belegt.“ (Merten 2000, 150, Hervorhebung im Original) Autoritäre Staaten oder totalitäre politische/religiöse Organisationen, die Sanktionsmittel eher einsetzen als Demokratien und demokratische Organisationen, werden durch diese Sichtweise mit Propaganda in Verbindung gebracht. Merten ignoriert folgenden Sachverhalt: Propaganda wurde insbesondere zu dem Zweck entwickelt, Einstellungen und Handlungsweisen zu beeinflussen, wenn eben nicht auf direkte Sanktionen zurückgegriffen werden kann. Es ist auch

bemerkenswert, dass Mertens (ebd., 149) Tabelle 2 zum Verständnis von Propaganda unter anderem auf drei Forscher (Lasswell, Smith, Hundhausen) verweist, die in ihren Konzeptionen Werbung und PR als Teil von Propaganda ansahen. Obwohl Tabelle 2 laut Merten „die wesentlichen Strukturelemente“ von Propaganda zusammenfasst, grenzt er dann bei seiner eigenen Konzeptualisierung Werbung (Überredung), Propaganda (Manipulation) und PR (Überzeugung) im Prinzip voneinander ab (ebd., 148, 151). Merten hat somit eine willkürlich eng gefasste Konzeptualisierung vorgenommen, die nicht im Einklang mit wichtigen, von ihm sogar selbst verwendeten, wissenschaftlichen Abhandlungen steht und dazu verleitet, Propaganda von PR und Werbung zu unterscheiden und lediglich auf politische oder religiöse Spezialfälle anzuwenden.

Eine ähnliche Vorgehensweise wählt die Bedeutungsanalyse von Klaus Arnold (2003). Arnold betrachtet zwar das Propaganda Konzept von verschiedenen Seiten und weist darauf hin, „dass der Begriff und das Thema Propaganda in der deutschen Kommunikationswissenschaft in den vergangenen Jahrzehnten kaum beachtet wurden“ (ebd., 63). Auch macht Arnold (ebd.) auf ein Grundlegendes Problem der Wahrnehmung von Propaganda aufmerksam: „Die eigene bzw. die Kommunikation, der man positiv gegenübersteht, wird dabei kaum als Propaganda bezeichnet; Propaganda ist immer das, was der andere, der Gegner macht.“ Trotz dieser wichtigen Erkenntnisse unterläuft Arnold dann in seiner Analyse von Propaganda der gleiche Fehler, in dem er Propaganda eher autoritären Systemen zuschreibt. So war laut Arnold (ebd., 64) Propaganda in den totalitären Staaten Europas ein „zentrales, die gesamte öffentliche Kommunikation bestimmendes Phänomen“ und Propaganda spiele eine zentrale Rolle „in der öffentlichen Kommunikation der totalitären Staaten“ (ebd., 69). In westlichen Gesellschaften habe sich auf der anderen Seite „die Public Relations mit der Propaganda bzw. mit der Abgrenzung zu ihr beschäftigt“ (ebd., 64). Demnach, so Arnold (ebd.) weiter, hatte sich „die persuasive Kommunikation in den westlichen Systemen professionalisiert“ und es musste „eine Distanzierung von ähnlichen, aber negativ bewerteten Kommunikationsformen erfolgen“. Bedeutete die Professionalisierung der Persuasion eine Weiterentwicklung von Propagandatechniken? Stellt Propaganda heute auch in liberalen Demokratien ein zentrales Phänomen dar? Arnold macht zunächst interessante Bemerkungen zu diesen Zusammenhängen: So sei mit dem Eintritt der USA in den Zweiten Weltkrieg Propaganda „als ein Instrument gesehen“ worden, „das auch

in bzw. von demokratischen Gesellschaften eingesetzt werden kann und muss“ (ebd., 66). Außerdem sei es „die Aufgabe der neuen Disziplin Kommunikationswissenschaft“ geworden, „gesichertes Wissen über massenkommunikative Persuasionstechniken zu erarbeiten und den politischen Führern zur Verfügung zu stellen“ (ebd.). Arnold führt diese Sachverhalte dann aber nicht weiter aus; vielmehr grenzt er, wie Merten, PR und Werbung von Propaganda ab (ebd. 74-79). Auch übergeht Arnold die englischsprachige Fachliteratur, die die Entstehung eines enormen Propagandaapparates in den USA, sowie die Rolle, die die Medien- und Kommunikationswissenschaften bei der Verfeinerung von Propagandatechniken spielten, skizziert (vgl. Simpson 1995 für einen Überblick).

Eine seltene Ausnahme in den deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaften ist Michael Kunczik (2010, 39), der bemerkt: „Die Versuche, PR und Propaganda zu unterscheiden, sind allerdings lediglich semantische Spielereien.“ Und weiter: „Wenn Harold D. Lasswell (1902-1978) Propaganda als die Manipulation von Symbolen definiert, um Einstellungen bezüglich kontroverser Themen zu beeinflussen, dann ist der Begriff Propaganda ohne weiteres ersetzbar durch PR.“ Wie Kunczik zeigt, wird das allerdings in der Wissenschaft meist nicht so gesehen. „Nach dem Verständnis vieler Autoren (und dem Selbstverständnis vieler PR-Praktiker) unterscheidet sich PR jedoch prinzipiell sowohl von Werbung als auch von Propaganda“, konstatiert Kunczik (ebd., 36), und so werde „in vielen Lehrbüchern eine berufsideologisch überhöhte Vorstellung von PR verbreitet“ (ebd., 47).

Diese in der Wissenschaft übliche ideologische Betrachtungsweise führt dazu, dass Propaganda eher in einen historischen Zusammenhang gestellt wird, oftmals mit Blick auf den Nationalsozialismus oder Stalinismus. Wenn sich der wissenschaftliche Fokus auf westliche Staaten richtet, dann werden Spezialfälle, wie beispielsweise Propagandakampagnen von Kriegsparteien und Geheimdiensten sowie von politischen oder religiösen Sekten thematisiert.⁴ Demnach ist Propaganda eher ein Problem

⁴ Bussemer (2005, 392-393) schreibt, Propaganda bilde heute „nur noch im Spezialbereich der Kriegs- und Kriegsbegründungspropaganda ein öffentlich diskutiertes kontroverses Thema“, welches „keinerlei gesamtgesellschaftliche Implikationen mehr nach sich zieht“. Der Fokus auf Sekten findet sich in der Abhandlung von Merten (2000, 143). Auch aus Arnolds (2003, 63, 73, 78-79) Text lässt sich ableiten, dass Propaganda heute im westlichen Kontext eher auf Spezialfälle im Bereich des Politiksystems (wie Kriegs- und Krisenkommunikation oder Wahlkämpfe) anzuwenden ist.

vergangener Tage, das im Zeitalter ausdifferenzierter Demokratien und formal unabhängiger Massenmedien an Relevanz verloren hat.

So spricht Thymian Bussemer (2005, 393) in der Schlussbetrachtung seiner wissenschaftshistorischen Analyse von einem „Bedeutungsverlust“ der Propaganda. Demnach konfrontierten ein dezentralisiertes Mediensystem „hochmoderner oder postindustrieller Gesellschaften“ Propaganda „mit einem schwerwiegenden Reichweiten- bzw. Durchdringungsproblem“, und das „moderne Medienpublikum“ sei in „unzählige Interessens- und Anspruchsgruppen aufgespalten“ (2005, 393). Auch sieht Bussemer in der Pressekonzentration ein Problem des 19. Jahrhunderts und ist der Auffassung, vor allem totalitäre Systeme hätten in der Vergangenheit von zentralisierten Medienstrukturen profitiert (2005, 393). Bussemer kann nur deshalb von einem Bedeutungsverlust von Propaganda sprechen, weil er eine Vielzahl von theoretischen und empirischen Forschungsarbeiten bagatellisiert, die die extreme Zentralisierung der Massenmedien in liberalen Demokratien beleuchten und den damit verbundenen Machtmissbrauch auf verschiedenen Ebenen untersuchen (diese Literatur wird in Zollmann 2017, Kapitel 2, besprochen). Auch ignoriert Bussemer die enormen Ressourcen, die Großkonzerne einsetzen, um Propaganda Kampagnen durchzuführen sowie die Fachliteratur zu eben diesen Kampagnen (siehe hierzu Beder 2002; Fones-Wolf 1994; Stauber and Rampton 2004).

In den vergangenen Jahren rückten zwar die Sozialen Medien in den Fokus von Analysen zu untergeordneten Feldern der Propagandaforschung, wie „Fake News“ und Desinformation. Aber auch hier konzentriert sich die wissenschaftliche Aufmerksamkeit in erster Linie auf russische Staatspropaganda oder auf durch Einzelakteure durchgeführte gezielte Manipulation mittels Sozialer Medien. W. Lance Bennett und Steven Livingston (2018) stellen beispielsweise die Desinformationskampagnen der Neuen Rechten und Russlands (insbesondere während des US-Präsidentenwahlkampfes von 2016) in den Fokus ihrer theoretischen Intervention. Bennett und Livingston vernachlässigen jedoch die Tatsache, dass Desinformationskampagnen in den USA eine lange Tradition haben. Propaganda wurde insbesondere eingesetzt, um die einheimische Bevölkerung von der „Unternehmerfreiheit“ zu überzeugen und um die öffentliche Meinung in Europa und der „Dritten Welt“ im Sinne von US-Interessen zu steuern (siehe hierzu Fones-Wolf 1994; Simpson 1995). Jede

US-Wahl wurde des Weiteren von enormen Propagandakampagnen begleitet, wobei die größten Investitionen in Wahlkampagnen und Präsidentschaftskandidaten und Kandidatinnen von US-Großkonzernen getätigt werden (siehe hierzu Ferguson et al. 2018).

Generell kann daher festgestellt werden: In den Medien- und Kommunikationswissenschaften wird Propaganda selektiv bearbeitet. Ganz nach dem Motto: Propaganda tritt selten in liberalen Demokratien auf und ist ein Phänomen, das eher autoritären Gesellschaften, Feindstaaten oder dem frühen 20. Jahrhundert zugeordnet werden kann (Bakir et al. 2019, 315). Damit vermeidet der wissenschaftliche Diskurs eine tiefere Analyse von Propaganda in westlichen Demokratien. Es kann daher mit Verweis auf Peter Weingart (1983, 228) von einer Politisierung der Propagandaforschung gesprochen werden. Denn die Vernachlässigung von Propaganda ist den wirtschaftlichen, staatlichen und nicht-staatlichen Partikularinteressen dienlich, die auch in Demokratien als Propagandaaufwärtre auftreten.

Im Gegensatz zu dieser Herangehensweise finden sich insbesondere in der frühen Literatur zum Thema einschlägige Hinweise zur Bedeutung von Propaganda in liberalen Demokratien. So schrieb Edward Bernays (2005 [1928], 47-48) im Standardwerk *Propaganda*, die gegenwärtige Struktur der Gesellschaft mache die Ausübung von Propaganda unvermeidbar. Demnach werde Propaganda in allen wichtigen gesellschaftlichen Teilbereichen von Spezialisten eingesetzt, um die Meinungen von Mehrheiten in die richtigen Bahnen zu lenken (ebd., 47-48, 63).

Der Propagandaforscher Alex Carey (1995, 18) bemerkte dazu, dass in westlichen Staaten mehr formale Demokratie und Freiheit mit einem Anstieg von Propaganda einher gingen. Demnach hätten insbesondere die in der USA ansässigen Großkonzerne den Ausbau des Wahlrechts zu Beginn des 20. Jahrhunderts und die Verbreitung des Gewerkschaftswesens als Gefahren für ihre Macht angesehen (ebd., 18-19). Der Ausbreitung der Demokratie, so Carey (ebd., 18), sei dann durch das Verbreiten von professioneller Propaganda entgegengewirkt worden. In demokratischen Gesellschaften könnten Privilegien nicht durch Zwangsmaßnahmen aufrechterhalten werden, schrieb Carey (ebd., 11-17, 21) weiter, daher werde Propaganda als Methode zur Herstellung von Konsens sowie zur sozialen und ideologischen Kontrolle eingesetzt. Careys Analyse legt den folgenden Schluss nahe: Je größer die sozialen Ungleichheiten innerhalb einer auf Klassenstrukturen basierenden demokratischen Gesellschaft sind,

desto bedeutender wird Propaganda als Instrument zur Sicherung von Macht, Einfluss und Wohlstand.

Studien aus den 1940er und 1950er Jahren belegen in der Tat, dass psychologische und sozialwissenschaftliche Methoden zur Beeinflussung von Meinungen und zur Verhaltenskontrolle am stärksten in jenen Gesellschaften zur Anwendung kommen, die die längste Erfahrung mit liberalen, demokratischen Institutionen haben (vgl. Carey ebd., 12-13). Carey (1995, 12) argumentierte wie folgt: „Contrary to common assumptions, propaganda plays an important role – and certainly a more covert and sophisticated role – in technologically advanced democratic societies, where the maintenance of the existing power and privileges are vulnerable to public opinion. In contrast, under authoritarian regimes power and privilege are not open and vulnerable to dissenting public opinion.“

Bernays und andere Wirtschaftspraktiker hatten den Begriff Propaganda für eine Bandbreite an Beeinflussungstechniken vorgesehen, die insbesondere in der Produktwerbung, aber auch in anderen Bereichen wie Staatsführung, Organisationskommunikation und Massenmedien erfolgreich eingesetzt wurden (Bernays 2005 [1928]; siehe dazu auch Beder 2002, 121; Carey 1995; Miller und Dinan 2008). Nachdem diese Propagandatechniken von den Kriegsparteien in den beiden Weltkriegen zur Meinungsmanipulation missbraucht worden waren, führten Wirtschaftsleute neue Terminologien ein, insbesondere den Begriff Public Relations (PR) (Miller und Dinan, 2008: 18). Techniken, die in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts unter dem Propagandalabel zusammengefasst wurden, werden heute PR, Werbung, Branding, Sponsoring, Unternehmenskommunikation, Persuasion, Lobbying, Information Operation (IO), oder Psychological Warfare (Psy-Ops) genannt (siehe dazu auch Miller und Robinson 2019). Damit fand ein Re-Branding von Propaganda statt, das selbst als Teil einer einschlägigen Verschleierungskampagne angesehen werden muss. Denn heute wird die neue Terminologie nicht nur in Wirtschaft, Staat und Militär verwendet, sondern findet ihren Niederschlag auch in vielen Hochschulfächern innerhalb der Human- und Sozialwissenschaften, die sogenannte „persuasive“ Kommunikationstechniken erforschen und unterrichten (vgl. Bakir et al. 2019; Carey 1995; Zollmann 2019). Das bedeutet: In liberalen Gesellschaften werden Techniken der Propaganda bis heute in industriellem Maßstab angewendet, studiert und wissenschaftlich verfeinert. Dies geschieht allerdings unter Verwendung positiv

konnotierter Begrifflichkeiten und Annahmen, was die Nutzung dieser Techniken angeht (vgl. Carey 1995).

Da Propaganda zu einem wesentlichen Teil auf der Verbreitung von Symbolen beruht, kommt den Massenmedien verschiedener Epochen schon immer eine große Bedeutung zu (vgl. Zollmann 2019). Die Propagandaforscher Garth S. Jowett und Victoria O'Donnell (1992, viii) sehen denn auch die Vielfalt von Informationskanälen als offensichtliche Gelegenheit für vermehrte Propagandaaktivitäten; und obwohl die Massenmedien immer noch als Hauptquelle für Informationsvermittlung in liberalen Demokratien fungieren (vgl. Zollmann 2017), ist es in den Medien- und Kommunikationswissenschaften ein „No-Go“, die Massenmedien in den Kontext von Propaganda zu stellen. Die terminologische Verschleierung von Propaganda in Forschung und Gesellschaft sollte allerdings nicht davon abhalten, einen Paradigmenwechsel anzustreben mit dem Ziel, relevante Problemstellungen mit Hilfe einer Propagandaperspektive zu untersuchen.

4. Propaganda und Massenmedien

Lediglich das von Herman und Chomsky 1988 etablierte Propagandamodell (PM) analysiert die Überschneidungen von Massenmedien und Propaganda (2008). Das PM wurde in den letzten Jahrzehnten von einer beträchtlichen Anzahl von Forscherinnen und Forschern sowie Studierenden verwendet und weiterentwickelt (vgl. Pedro-Carañana et al. 2018). Die vom PM theoretisierten Prozesse und Hypothesen wurden in zahlreichen Studien empirisch belegt (vgl. Zollmann 2017). Im Vergleich zu ähnlichen Ansätzen, wie zum Beispiel Indexing (Bennett 1990) und Framing (Entman 2004), bleibt das PM allerdings in den Medien- und Kommunikationswissenschaften marginalisiert. Dies hängt mit Hermans und Chomskys Fokus auf durch Massenmedien verbreitete Propaganda zusammen und mit ihrer Vorgehensweise, die Motive der US-Außenpolitik zu hinterfragen. Auch haben Herman und Chomsky keine Operationalisierung von Propaganda vorgenommen (vgl. Boyd-Barrett 2010, 32). Im Folgenden wird daher ein auf die Massenmedien anwendbares Propaganda-Konzept entwickelt.

Propaganda wird oftmals als intentionale Manipulation der öffentlichen Meinung verstanden (vgl. Bussemer 2005, 28; Jowett and O'Donnell

1992, 4; Silverstein 1987, 51). Nach dieser Lesart stellen das Vorhandensein einer Absicht und eines Agenten bzw. einer Agentur sowie Meinungsmanipulation notwendige Bedingungen von Propaganda dar. Dieser Tatbestand ist auch häufig erfüllt, wenn Propaganda zur Anwendung kommt. Allerdings handelt es sich hierbei nur um einen von verschiedenen Typen (vgl. Ellul 1973, 79). Nach Angaben von Silverstein (1987, 51) wird Propaganda auf verschiedene Weisen verbreitet, die intentionale Desinformation und viele andere, subtilere Formen beinhalteten. Bussemer (2005, 33) verweist in seiner Studie zu Propaganda auf vielfältige theoretische Konzeptualisierungen. Demnach gebe es eine Lesart, die Propaganda als Primärorgan der gesellschaftlichen Integration verstehe (Bussemer ebd., 34). Diese Propaganda könne zum einen systematisch, von gesellschaftlichen Institutionen ausgehen. Zum anderen könne sie als spontane und unbewusste Verbreitung von Ideologie durch Gesellschaftsmitglieder verstanden werden (ebd.). Demnach diffundiert Propaganda auch innerhalb und zwischen gesellschaftlichen Institutionen und muss nicht zwangsläufig intentional verbreitet werden. Andere Forscher sprechen in diesem Zusammenhang von Integrationspropaganda, die von einer intentionalen Propaganda abzugrenzen ist (vgl. Ellul 1973, 74; Silverstein 1987, 50).

Diese Konzeptualisierung von Propaganda ist im Einklang mit massenmedial verbreiteter Propaganda, die nicht auf intentionalem Verhalten des Agenten/der Agentur (Journalist, Praktiker/Medienorganisation) basieren muss. Allerdings erscheint es am sinnvollsten, von einem Kontinuum zwischen nicht-intentionaler und intentionaler Propaganda zu sprechen. Denn das PM theoretisiert, wie Markt-, Eigentums- und Finanzzwänge als strukturelle Filter auf die Massenmedien einwirken. Gleichzeitig werden diese Filter von Akteuren und Gruppierungen mit Spezialinteressen beeinflusst. Zu diesen Gruppierungen gehören Medieneigentümer, Direktorien, Werbetreibende, Anteilseigner, Lobbygruppen, Think-Tanks, Netzwerke, Geheimdienste und Politiker (insbesondere Regierungen und Abgeordnete). Diese Akteure haben die Absicht, die Massenmedien im Hinblick auf ihre wirtschaftlichen und politischen Ziele zu manipulieren (vgl. Herman and Chomsky 2008; Miller and Dinan 2008, 4; Zollmann, 2019). Wie die Gatekeeper-Studien belegen, sind Medienorganisationen in ihrem Handlungsspielraum durch die oben genannten Zwänge und Akteure eingeschränkt (vgl. Bennett 1990; Boyd-Barrett 2010; Breed 1955; Gans 1980). Medienschaffende werden in hierarchisch struk-

turierten Redaktionen sozialisiert und internalisieren dominante Nachrichtenwerte, Normen und Praktiken. Als Resultat passt sich die Medienberichterstattung den ideologischen Erklärungsmustern der Partikularinteressen, die auf die Massenmedien einwirken, an. In diesem Sinne finden wir ein prozesshaftes Zusammenspiel von nicht-intentionaler und intentionaler Propaganda in den Massenmedien (vgl. Zollmann 2017, 2019). Auf der einen Seite wird Propaganda durch Medienschaffende, die institutionellen Zwängen ausgesetzt sind, nicht-intentional produziert und verbreitet. Auf der anderen Seite wirken Medieneigentümer, Politiker oder Lobbyisten absichtlich (intentional) auf die Massenmedien ein, um Propaganda zu erzeugen.

Eine Definition von Propaganda sollte daher zwischen der Verbreitung von Propaganda (die auch nicht-intentional vonstattengehen kann) und den Institutionen und Akteuren, die die Medienlandschaft kontrollieren (und die Massenmedien auch gezielt beeinflussen), unterscheiden. Diese Abgrenzung verlangt auch, zwischen massenmedial und nicht-massenmedial verursachter Propaganda zu differenzieren, wobei die letztere Kategorie auch Maßnahmen wie Lobbyarbeit, *Flak* oder Staatszensur einhalten kann.

Demnach wird hier folgende Definition verwendet: „Propaganda ist die Formierung von Texten und/oder Meinungen zugunsten von Partikularinteressen sowie durch massenmedial und/oder nicht-massenmediale Mittel mit dem Ziel, öffentliche Unterstützung und/oder relevantes Handeln zu erreichen.“⁵ Diese Definition ist relativ breit angelegt und lässt sich auf die Massenmedien (hier verstanden als massenmedial vermittelte Formierung), die Aktivitäten einer Reihe anderer Institutionen und Akteure (hier verstanden als nicht-massenmedial vermittelte Formierung) und die Rezipienten (hier verstanden als Medienwirkung im Sinne von erreichter öffentlicher Unterstützung und/oder relevantem Handeln) anwenden.

Allerdings sollte eine weitere Qualifizierung getätigt werden. In der Fachliteratur gibt es unterschiedliche Meinungen dazu, ob Propaganda immer als gesellschaftsschädigend anzusehen ist (vgl. Bakir et al. 2019).

⁵ Die Definition wurde insbesondere unter Berücksichtigung der Konzepte von Bussemer (2005, 29-30), Elter (2005) und Miller und Dinan (2008) entwickelt (vgl. Zollmann 2019, 334-336).

In ihrem konzeptuellen Framework der „Organised Persuasive Communication (OPC)“ unterscheiden Vian Bakir et al. (ebd., 320-325) daher zwischen einem Bündel von Aktivitäten, das konsensuale (gutartige) von nicht-konsensualen (böartige) Formen der Persuasion unterscheidet. Demnach basierten konsensuale Formen der Persuasion auf einvernehmlichem Dialog, Informationsvermittlung oder einvernehmlicher Überzeugung (ebd., 320-321). Nicht-konsensuale Formen basierten auf Täuschung (Persuasion basierend auf unzureichenden Angaben), Anreizwirkung (Persuasion basierend auf dem Versprechen von Nutzen) und/oder Zwangsmaßnahmen (Persuasion basierend auf einer Drohung mit Sanktionen) (ebd., 321-325). Bakir et al. (ebd., 322) sehen Propaganda als Teil der nicht-konsensualen Persuasion, insbesondere der Täuschung, die wie folgt definiert werden kann: „[...] persuasion via lying, distortion, omission or misdirection. [...] Deceptive information management is non-consensual because it violates the requirement of *informed* consent; the target of persuasion is unable to reach an informed decision because of inadequate information“ [Hervorhebung im Original].

Diese Unterscheidung erlaubt es, die Massenmedien auf Elemente der Täuschung hin zu untersuchen. In den Diskursen der Massenmedien (und speziell im Journalismus) kann Propaganda demnach als Lüge, Verzerrung, Auslassung und/oder Fehlleitung identifiziert werden.⁶ Der Verdacht der Propaganda erhärtet sich, wenn sich auf Täuschung basierende Medieninhalte mit der Ideologie von Partikularinteressen decken. Wenn dies der Fall sein sollte, dann hat das gravierende politische Auswirkungen, denn die den Massenmedien zugeschriebenen normativen Funktionen, wie zum Beispiel die objektive Informationsvermittlung im Falle des Journalismus, sind mit Propaganda nicht zu vereinbaren.

Im Folgenden wird die auf einer dominanten Ideologie basierende Integrationspropaganda als eine Dimension massenmedialer Propaganda herausgestellt und anhand kurzer Beispiele erläutert. Das Augenmerk richtet sich hier insbesondere auf Propaganda, die in liberalen Qualitätsmedien verbreitet wird. Diese Medien agieren als „Agenda-Setter“ und werden insbesondere von Eliten mit Entscheidungsmacht konsumiert (vgl. Zollmann 2017, 62-64). Propaganda in Qualitätsmedien beruht auf einer Auslassung, Verzerrung und Fehlleitung bestimmter Sichtweisen,

⁶ Der hier vorgeschlagene Bezugsrahmen kann auch auf andere Bereiche wie Werbung oder PR angewendet werden.

Perspektiven und Fakten. Journalisten lügen in der Regel nicht. Sollten Lügen von Journalisten verbreitet werden, dann eher als Resultat einer professionellen Verwendung von Zitaten offizieller Quellen aus der Politik. Journalisten sind in ihrer Rolle als Informationsvermittler dafür anfällig, auf Täuschung basierende Konstrukte weiterzuverbreiten. Denn insbesondere in liberalen Demokratien greifen Politiker auf Lügen zurück, wenn das dem „nationalen Interesse“ dienlich ist (vgl. Mearsheimer 2011; Miller und Robinson 2019). Das hier skizzierte Bild von Propaganda hat demnach nicht viel mit der Vorstellung einer kruden „Lügenpresse“ zu tun. Vielmehr kennzeichnet sich Propaganda in den Massenmedien durch die Hervorhebung oder Bagatellisierung bestimmter Ideologien und Sachverhalte sowie durch eine selektive Verwendung oder Verzerrung von Fakten aus.

5. Die Massenmedien als Institution der ideologischen Integration

Verschiedene Forscher sehen eine Überschneidung von Propaganda und ideologischer Indoktrination (vgl. Ellul 1973, 63–64; Jowett and O’Donnell 1992, 1). Mit Ideologien sind hier interessengeleitete Wertvorstellungen, Bedeutungszuordnungen oder Praktiken von Institutionen bzw. Gesellschaftsgruppen gemeint (vgl. Hall 1977; Philo und Berry 2011, 174). Sollten die Massenmedien die Ideologie einer bestimmten Institution oder Gruppierung überrepräsentieren, dann kann von Integrationspropaganda gesprochen werden.⁷ Integrationspropaganda basiert insbesondere auf der Aufwertung einer Ideologie sowie der Auslassung oder Verzerrung von alternativen Ideologien. Dies führt dazu, dass bestimmte Wertvorstellungen darüber, wie eine Gesellschaft organisiert, in welchem Verhältnis Gesellschaftsmitglieder zueinanderstehen oder wie Politik gemacht werden sollte, eine weite Verbreitung finden. Solche dominanten Ideologien manifestieren sich in verschiedenen gesellschaftlichen Teilsystemen wie Staat, Wirtschaft oder Familie (ausgewählte Beispiele werden

⁷ Hierbei handelt es sich lediglich um einen von verschiedenen Typen der Propaganda (siehe auch Abschnitt 4). Weitere Typen wie auf Fakten oder Dämonisierung basierende Propaganda werden in Zollmann (2019, 338–341) konzeptualisiert.

weiter unten in diesem Kapitel veranschaulicht). Durch die Vermittlung dominanter Ideologien üben die Massenmedien eine systemstabilisierende Funktion aus und legitimieren damit gesellschaftliche Machtstrukturen (vgl. Lazarsfeld and Merton 1957 [1948], 465).

Liberalen Demokratien befinden sich in einer fortgeschrittenen Phase des Monopolkapitalismus, in der staatliche und wirtschaftliche Machtzentren verzahnt sind (vgl. Foster 2016). Multinational agierende Großkonzerne sind treibende Kräfte in modernen liberalen Demokratien und in der Lage, einen signifikanten Einfluss auf die Politik auszuüben (ebd.).⁸ Integrationspropaganda dient daher auch der Rechtfertigung diesem von der Politik garantierten Vorrang der Großkonzerne, der nicht demokratisch legitimiert ist. Diesbezüglich argumentieren Jowett und O'Donnell (1992, 214), ein Zweck von Propaganda sei „to maintain the legitimacy of the institution or organisation that it represents and thereby ensure the legitimacy of its activities“. Es sei noch angemerkt, dass sich die verschiedenen Ausprägungen der Integrationspropaganda je nach Geltungsbereich unterscheiden können. So werden beispielsweise Gewerkschaften in den USA mit großem Aufwand mittels Integrationspropaganda abgewertet. In europäischen Staaten, mit einem ausgeprägteren Sozialwesen ist das nicht unbedingt der Fall. Dort werden Gewerkschaften eher akzeptiert, allerdings wird ihnen ein genauer Platz zu gewiesen, der innerhalb des allgemeinen Rahmens des real existierenden Kapitalismus bleibt.

Es lassen sich verschiedene Schichten der Integrationspropaganda herausarbeiten, die im Folgenden exemplarisch und generalisiert dargestellt werden. Auf einer allgemeinen Ebene sind die Massenmedien ein Stabilisator des real existierenden Kapitalismus (vgl. Curran und Seaton 2003, 103). Institutionen wie Privat- und Konzernunternehmen, Profitmaximierung, das Recht auf Privateigentum, Wirtschaftswachstum oder „freie“ Marktwirtschaft werden mit positiven Symbolen belegt und nicht

⁸ Sharon Beder (2002, 277) beschreibt diesen Prozess wie folgt: „Corporate Power has various dimensions. Traditionally, it has been institutionalized in government decision-making structures as a result of the importance of corporate investment to economic growth and the provision of employment. Individual companies can threaten to withdraw that investment if they do not get their way. It is therefore in the interest of government to negotiate and consult extensively with corporate representatives on all policy matters that may affect them. This gives corporations privileged access to government policy-making.“

substanziell hinterfragt (vgl. ebd.). Die dem real existierenden Kapitalismus zugrundeliegende Klassenstruktur, die eine radikale Ungleichheit von Macht, Ressourcen und Möglichkeiten mit sich bringt, bleibt weitestgehend ausgeklammert (vgl. Zollmann 2009). Gleichzeitig werden politische Bewegungen, Institutionen, Parteien und Staaten, die andere Gesellschaftsmodelle vorschlagen, herabgesetzt oder durch negative Assoziation als Bedrohungen dargestellt (vgl. Carey 1995, 16-17, 29).

Im neoliberalen Zeitalter werden selbst sozialdemokratische Institutionen, die laut wissenschaftlichen Studien im 20. Jahrhundert zur Erhöhung des allgemeinen Wohlstands und Wohlbefindens beigetragen haben, verunglimpft.⁹ Der Wohlfahrtsstaat sowie öffentliche Unternehmen, Einrichtungen und Investitionen, die der Bevölkerung wichtige Dienste zu erschwinglichen Preisen liefern, werden als „ineffizient“ ausgegeben. Es wird suggeriert, dass diese Institutionen die „individuelle Freiheit“, „Flexibilität“ und „Eigeninitiative“ reduzieren oder die „freie“ Wirtschaft behindern würden (siehe dazu Carey 1995, 16-17; Walter 2017a).

Ideologische Integration erstreckt sich nicht nur auf ökonomische Verhältnisse. Trotz einer rechtlich formalen Gleichstellung der Geschlechter wird durch die Massenmedien ein hegemonisches Weltbild der männlichen Dominanz aufrechterhalten. Die Forschung von Karen Ross zeigt, wie dominante Normen und Wertvorstellung über den Platz, die Rolle und die Lebenswelt von Frauen in der Gesellschaft routinemäßig von den Medien bestätigt werden (Ross 2017, 3). So definieren und produzieren Männer zum Beispiel die Nachrichtenagenda und als Resultat thematisieren Nachrichten oftmals Männer und ihre Handlungen; wenn Frauen in diesem Prozess vorkommen, dann meistens in ihrer Rolle als Ehefrauen, Mütter oder Opfer und nur gelegentlich als Politikerinnen oder Expertinnen (Ross et al. 2016, 824).

Auf einer zweiten Ebene lassen sich Propagandakampagnen identifizieren, die die dominante Ideologie verstärken oder sogar neue ideologische Paradigmen einführen. Hierbei kann es sich um spezifische Programme handeln, die im Interesse dominanter Sektoren durchgeführt werden und dann ihren Niederschlag in den Diskursen der Massenme-

⁹ Siehe dazu die Studie von Ha-Joon Chang (2008), die die gesellschaftlichen Nachteile neoliberaler, kapitalistischer Institutionen wie Deregulierung, Privatisierung, Freihandel und Privateigentum offenlegt und damit die Propaganda entkräftet.

dien finden. Dazu zählte zum Beispiel die 2001 im Auftrag des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall gestartete „Initiative Soziale Marktwirtschaft“, die in Michael Walters (2017b, 197) Worten „den Boden für eine wirtschafts- und sozialpolitische Neuausrichtung der Bundesrepublik bereiten sollte“. Diese von Eliten aus Politik, Wirtschaft und Medien eingeleitete Initiative war Teil einer großangelegten Propagandawelle der Arbeitgeber, die nicht nur zum Ziel hatte, Akzeptanz für marktwirtschaftliche „Reformen“ herbeizuführen, sondern auch ein neues öffentliches Verständnis des Sozialen herzustellen (vgl. Walter 2017b, 197-199; auch Nuernbergk 2009, 169). So gelang es der Kampagne der „Initiative Soziale Marktwirtschaft“ nach Ansicht von Christian Nuernbergk (2009, 181), „die Interaktionsbedingungen mit mehreren Medienorganisationen strategisch und effizient zu nutzen und eine Berichterstattung zu ihrem überwiegenden Vorteil zu generieren“.

Politisch gesehen fand diese Kampagne ihren Ausdruck in der von Bundeskanzler Gerhard Schröder im Jahr 2003 eingeführten und von den bürgerlichen Parteien weitgehend unterstützten Agenda 2010. Von der Politik wurde die Agenda 2010 als eine „Reform“ der Sozialsysteme dargestellt, eine Sichtweise, die in den Leitmedien „große politische Zustimmung“ fand (Nullmeier 2008, 160). In Wirklichkeit handelte es sich bei der Agenda 2010 um reaktionäre Sparpolitik, deren Ausrichtung von der neoliberalen Doktrin entnommen war und die zu einer „Verschärfung der sozialen Schieflage“ und „Ausweitung der (Kinder-)Armut bis in die Mitte der Gesellschaft hinein“ führte (Butterwegge 2013a). Die Propaganda verdeckte des Weiteren die Tatsache, dass die deutsche Wirtschaft der Hauptnutznießer der Agenda 2010 war und dass diese ohne Rücksicht auf die Lebensqualität der deutschen Bevölkerung und die Stabilität Deutschlands und der EU durchgeboxt wurde. Christoph Butterwegge (2013b, 16) beschreibt diesen Sachverhalt wie folgt: „Ökonomisch hat sie den ‚Standort D‘ weiter gestärkt, was die wirtschaftliche Unwucht zwischen der Bundesrepublik und Ländern der südlichen EU-Peripherie (Griechenland, Spanien und Portugal) verschärfte und entscheidend zur dortigen ‚Staatsschuldenkrise‘ beitrug. In sozialer Hinsicht wirkte die Agenda-Politik verheerend, weil sie zu einer bis dahin unvorstellbar krasen Verteilungsschieflage bei den Einkommen und Vermögen führte, von der perspektivisch Gefahren für den inneren Frieden und die Demokratie ausgehen“ [Hervorhebung im Original].

Ein Paradigmenwechsel wurde von den Eliten fast aller politischer Couleur in den 1990er Jahren im Bereich Außenpolitik angestrebt. Als Reaktion auf die verheerenden Angriffskriege der Nazis hatten die Alliierten gesetzliche Restriktionen kodifiziert, die es Deutschland lediglich erlaubten, seine Armee für Verteidigungszwecke einzusetzen. Nach der deutschen Wiedervereinigung und dem Zerfall der Sowjetunion erhöhte sich der Anspruch deutscher Eliten, eine wichtigere Rolle bei internationalen Militäreinsätzen zu spielen. Die durch den „Zwei-Plus-Vier-Vertrag“ erlangte Souveränität erlaubte denn auch eine Neuausrichtung der Außenpolitik (vgl. Brehm et al. 2012). Allerdings musste dafür das in der deutschen Gesellschaft vorherrschende friedens- in ein militärpolitisches Verständnis von Außenpolitik umgewandelt werden. Maybritt Brehm et al. (2012) bemerken dazu: „Im Parteienspektrum der neuen Bundesrepublik wurde dieser Diskurs im Großen und Ganzen zugunsten der Militarisierung entschieden.“ Im Gegensatz dazu war die deutsche Bevölkerung durch die Erfahrung des Nationalsozialismus weitaus weniger auf Krieg eingestimmt.

Ein in den Medien verbreitetes Set von ideologischen Konstrukten wurde daher herangezogen, um eine aggressivere Ausrichtung der Außenpolitik gegenüber der Bevölkerung zu legitimieren. Dazu gehören die Annahmen, Auslandseinsätze der Bundeswehr würden zur Wahrung von „Demokratie“, „Stabilität“, oder „Menschenrechten“ durchgeführt sowie der Diskurs, beim „Krieg gegen den Terrorismus“ ginge es um die „Sicherheit“ und „Freiheit“ des Westens. Was Außenpolitik angeht, belegen zahlreiche Studien, wie die Massenmedien diese von westlichen Staatseliten vorgegebenen Erklärungsmuster reflektieren und als bare Münze nehmen (vgl. Zollmann 2017, Kapitel 2). Diese Propaganda zielt also darauf ab, die Außenpolitik mit positiven Assoziationen zu besetzen, um die Meinungskluft zwischen Eliten und Bevölkerung zu schließen. Uwe Krügers (2019) Studie wirft ein Licht auf diesen Sachverhalt. Krüger (2019, 257) belegt, wie die Kommentare und Leitartikel von vier deutschen Alpha-Journalisten mit der Argumentation von Nato- und US-nahen Politiknetzwerken korrelierten. Demnach benutzten die Journalisten unkritisch den „erweiterten Sicherheitsbegriff“ und „argumentierten für ein stärkeres militärisches Engagements Deutschlands v.a. in Afghanistan, das von der Nato und den USA gewünscht, von der deutschen Bevölkerung jedoch mehrheitlich abgelehnt wird,“ so Krüger (ebd.). Auch sei die ablehnende Haltung der Bevölkerung gegenüber Militäreinsätzen zum

Teil von den Journalisten diffamiert worden und es wurde „der Bundesregierung eine verstärkte Überzeugungsarbeit am Volk empfohlen“ (ebd.).

Integrationspropaganda zur Außenpolitik wird häufig durch eine zentrale, auf Selektivität basierende ideologische Grundannahme unterfüttert: Die von den USA angeführte westliche Staatengemeinschaft nimmt eine positive Rolle in der Welt ein. Eine substanzielle Kritik, die die ökonomischen Ziele der Außenpolitik untersucht und deren Auswirkung moralisch oder juristisch bewertet, erfolgt kaum (vgl. Zollmann 2017, 23-24). Wie freigegebene US-Regierungsdokumente belegen, ist das Primärziel der US-Außenpolitik die Sicherstellung ausländischer Ressourcen und Märkte für die Ausbeutung durch westliche Großkonzerne (vgl. Zollmann 2016, 2017, 217). Die neue Außenpolitik Deutschlands verfolgt die gleichen Ziele, oftmals als Juniorpartner der USA (vgl. Zollmann 2016). Eine auf ruchlosen Motiven wie imperialistischer Machterweiterung basierende Außenpolitik wird in den Nachrichtenmedien allerdings nur sogenannten „Schurkenstaaten“ zugeschrieben, zu denen Russland, Syrien, Iran oder Nordkorea gezählt werden. Der gleiche Bewertungsmaßstab wird nicht auf westliche Staaten angewandt. Integrationspropaganda formiert demnach ein dichotomes Bild, das die Welt in Gut und Böse unterteilt, wobei „wir“ die Guten sind (vgl. ebd.).

Dabei verschleiert die Propaganda, dass die USA zwischen 1945 und 2005 versucht haben, mehr als fünfzig ausländische Regierungen zu stürzen und dreißig populär-nationalistische Bewegungen zu zerschlagen, die über die eigenen Ressourcen in ihrem Land bestimmen wollten (vgl. Blum 2006, 1-2). Viele dieser Interventionen richteten sich gegen progressive Regierungen, die den Lebensstandard ihrer Bevölkerungen durch wirkliche Reformen verbessern wollten. Soziale Reformen gehen aber oftmals zulasten des „Investitionsklimas“ und damit der Profitinteressen ausländischer Großkonzerne, weil sie mit besseren Lohnbedingungen der Bevölkerung und höheren Unternehmenssteuern einhergehen. William Blum belegt in seinem Buch, dass dies die Hintergründe der US-Militärinterventionen waren (vgl. Blum 2006). Dennoch richten sich die deutschen Leitmedien oftmals nach den Interessen der USA und Nato (vgl. Krüger 2019; Zollmann 2017).

6. Schlussbemerkung

Zunächst wurde aufgezeigt, wie die Wissenschaft und Gesellschaft liberaler Demokratien Propaganda terminologisch verschleiern. Konzepte, die es ermöglichen, massenmedial verbreitete Propaganda zu untersuchen, wurden daher vorgestellt. Insbesondere ideologische Integrationspropaganda, die zur Stabilisierung der Interessen gesellschaftlicher Machtzentren eingesetzt wird, wurde anhand von Beispielen erörtert. Nicht diskutiert wurden demgegenüber andere Aspekte propagandistischer Mediendiskurse, wie die selektive Verwendung von Fakten und parteiische Dämonisierungskampagnen (für eine weiterführende Diskussion verschiedener Typen von Propaganda vgl. Zollmann 2019, 338-341). Der von Forschern konstatierte Verfall demokratischer Institutionen (vgl. Bennett und Livingstone 2018, 127-128, 134), hat seine Ursache auch in Propaganda. Denn die immer größer werdende Kluft zwischen den realen sozialen Verhältnissen und dem durch Propaganda vermittelten Image eben dieser sozialen Verhältnisse kann nicht mehr hinreichend überbrückt werden. Vielen Menschen ist bewusst, dass die bürgerlichen Parteien kaum noch voneinander zu unterscheiden sind. Innenpolitisch wird partiübergreifend eine Politik des Sozialabbaus betrieben; außenpolitisch haben militaristische Tendenzen die Oberhand gewonnen. Propaganda hat damit zum gefährlichen Erstarken der Neuen Rechten und zur fortschreitenden sozialen Erosion und Apathie beigetragen. Die hier aufgezeigten Sachverhalte zu Propaganda in liberalen Demokratien stellen nur eine erste Annäherung dar. Weitere Untersuchungen zur Rolle massenmedial verbreiteter Propaganda in liberalen Demokratien sind zwingend erforderlich.

Literatur

- Arnold, Klaus. 2003. „Propaganda als ideologische Kommunikation“. *Publizistik* 48 (1): 63-82.
- Bakir, Vian, Eric Herring, David Miller, und Piers Robinson. 2019. „Organised persuasive communication: a new conceptual framework for research on public relations, propaganda and promotional culture“. *Critical Sociology* 45 (3): 311-328.
- Beder, Sharon. 2002. *Global Spin: the Corporate Assault on Environmentalism*. Foxhole: Green Books.

- Bennett, Lance, und Steven Livingston. 2018. „The Disinformation Order: Disruptive Information and the Decline of Democratic Institutions“. *European Journal of Communication* 33 (2): 122–139.
- Bennett, W. Lance. 1990. „Toward a Theory of Press-State Relations in the United States“. *Journal of Communication* 40 (2): 103–125.
- Bernays, Edward. 2005 [1928]. *Propaganda*. New York, NY: IG Publishing.
- Blum, William. 2006. *Rogue State: a Guide to the World's Only Superpower*, 3. Aufl. London: Zed Books Ltd.
- Boyd-Barrett, Oliver. 2010. „Recovering agency for the propaganda model: The implications for reporting war and peace“. In *Peace Journalism, War and Conflict Resolution*, herausgegeben von Richard Lance Keeble, John Tulloch, und Florian Zollmann, 31–48. New York, NY: Peter Lang.
- Breed, Warren. 1955. „Social control in the newsroom: a functional analysis“. *Social Forces* 33 (4): 326–335.
- Brehm, Maybritt, Koch, Christian, Ruf, Werner, und Peter Strutynski. 2012. *Armee im Einsatz – 20 Jahre Auslandseinsätze der Bundeswehr. Eine Bilanz*. AG Friedensforschung. <http://www.ag-friedensforschung.de/themen/Bundeswehr/armee-im-einsatz.html>. Zugegriffen: 14. Juli 2019.
- Bussemer, Thymian. 2005. *Propaganda: Konzepte und Theorien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Butterwegge, Christoph. 2013a. „Die Agenda 2010 – Begründung und Legitimationsbasis für eine unsoziale Politik“. *NachDenkSeiten*, 13. März. https://www.nachdenkseiten.de/?p=16494#note_6. Zugegriffen: 12. Juli 2019.
- Butterwegge, Christoph. 2013b. *Gerhard Schröders Agenda 2010: Zehn Jahre Unsoziale Politik. Analysen*. Berlin: Rosa Luxemburg Stiftung. https://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/Analysen/Analysen_Agenda.pdf. Zugegriffen: 13. September 2019.
- Carey, Alex. 1995. *Taking the Risk Out of Democracy: Corporate Propaganda Versus Freedom and Liberty*. Urbana and Chicago, IL: University of Illinois Press.
- Chang, Ha-Joon. 2008. *Bad Samaritans: the Myth of Free Trade and the Secret History of Capitalism*. New York, NY: Bloomsbury Press.
- Curran, James, und Jean Seaton. 2003. *Power Without Responsibility: the Press, Broadcasting, and New Media in Britain*, 6. Aufl. London: Routledge.
- Dudley, Drew. 1947. „Molding Public Opinion Through Advertising“. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 250 (1): 105–112.
- Ellul, Jacques. 1973. *Propaganda: the Formation of Men's Attitudes*. New York, NY: Vintage Books.
- Elter, Andreas. 2005. *Die Kriegsverkäufer: Geschichte der US-Propaganda 1917–2005*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Entman, Robert M. 2004. *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

- Ferguson, Tom, Jorgensen, Paul, und Jie Chen. 2018. „Industrial structure and party competition in an age of hunger games: Donald Trump and the 2016 Presidential Election“. *Working Paper No. 66*, January, 1–100. <https://www.ineteconomics.org/uploads/papers/Ferg-Jorg-Chen-INET-Working-Paper-Industrial-Structure-and-Party-Competition-in-an-Age-of-Hunger-Games-8-Jan-2018.pdf>. Zugegriffen: 15. Juli 2019.
- Fones-Wolf, Elizabeth A. 1994. *Selling Free Enterprise: the Business Assault on Labor and Liberalism*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- Foster, John Bellamy. 2016. „Monopoly Capital at the half-century mark“. *Monthly Review* 68: 3. <https://monthlyreview.org/2016/07/01/monopoly-capital-at-the-half-century-mark/>. Zugegriffen: 30. September 2019.
- Gans, Herbert J. 1980. *Deciding What's News: a Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. London: Constable.
- Hall, Stuart. 1977. „Culture, the media and the ‘ideological effect’“. In *Mass Communication and Society*, herausgegeben von James Curran, Michael Gurevitch und Jane Woollacott, 315–348. London: Edward Arnold.
- Herman, Edward S., und Noam Chomsky. 2008. *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, 3. Aufl. London: The Bodley Head.
- Jowett, Garth S., und Victoria O'Donnell. 1992. *Propaganda and Persuasion*, 2. Aufl. London: Sage.
- Krüger, Uwe. 2019. *Meinungsmacht: Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse. 2., erweiterte und überarbeitete Auflage*. Köln: Herbert von Halem.
- Kunczik, Michael. 2010. *Public Relations – Konzepte und Theorien. 5., erweiterte und überarbeitete Auflage*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- Lasswell, Harold D. 1971 [1927]. *Propaganda Technique in World War I*. Cambridge, Mass.: M.I.T. Press.
- Lazarsfeld, Paul F., und Robert K. Merton. 1957 [1948]. „Mass communication, popular taste and organised social action“. In *Mass Culture: the Popular Arts in America*, herausgegeben von Bernard Rosenberg und David Manning White, 457–473. New York, NY: The Free Press.
- Mearsheimer, John J. 2011. *Why Leaders Lie: the Truth about Lying in International Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Merten, Klaus. 2000. Struktur und Funktion von Propaganda. *Publizistik* 45 (2): 143–162.
- Miller, David, und Piers Robinson. 2019. „Propaganda, Politics and Deception“. In *The Palgrave Handbook of Deceptive Communication*, herausgegeben von Tony Docan-Morgan, 969–988. Cham: Springer Nature/Palgrave.
- Miller, David, und William Dinan. 2008. *A Century of Spin: how Public Relations became the Cutting Edge of Corporate Power*. London: Pluto Press.
- Nuernbergk, Christian. 2009. „Die PR-Kampagne der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft und ihr Erfolg in den Medien: Erste Ergebnisse einer Evaluationsstudie“. In *PR-Kampagnen: Über die Inszenierung von Öffentlichkeit*, herausgegeben von Ulrike Röttger, 167–184. 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Nullmeier, Frank. 2008. Die Agenda 2010: Ein Reformpaket und sein kommunikatives Versagen. Bertelsmann Stiftung, Reformkompass. http://www.reformkompass.de/uploads/tx_itaow_download/Fallstudie_Agenda_2010_Download_02.pdf. Zugegriffen: 12. Juli 2019.
- Pedro-Carañana, Joan, Broudy, Daniel, und Jeffery Klaehn. 2018. *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*. London: University of Westminster Press.
- Philo, Greg, und Mike Berry. 2011. *More Bad News from Israel*. London: Pluto Press.
- Ross, Karen. 2017. *Gender, Politics, News: A Game of Three Sides*. West Sussex: John Wiley & Sons.
- Ross, Karen, Boyle, Karen, Carter, Cynthia, und Debbie Ging. 2016. „Women, men and news: It's life, Jim, but not as we know it“. *Journalism Studies* 19 (6): 824–845.
- Scheu, Andreas, und Thomas Wiedemann. 2008. „Kommunikationswissenschaft als Gesellschaftskritik: Die Ablehnung linker Theorien in der deutschen Kommunikationswissenschaft am Beispiel Horst Holzer“. *medien & zeit* 23 (4): 9–17.
- Simonson, Peter, und Gabriel Weimann. 2003. „Critical research at Columbia: Lazarsfeld's and Merton's 'Mass communication, popular taste, and organized social action'“. In *Canonic Texts in Media Research: Are There Any? Should There Be? How About These?*, herausgegeben von Elihu Katz, John Durham Peters, Tamar Liebes, und Avril Orloff, 12–38. Cambridge, MA: Polity Press.
- Simpson, Christopher. 1995. *Science of Coercion: Communication Research & Psychological Warfare, 1945–1960*. New York, NY: Open Road.
- Silverstein, Brett. 1987. „Toward a science of propaganda“. *Political Psychology* 8 (1): 49–59.
- Stauber, John und Rampton, Sheldon. 2004. *Toxic Sludge is Good for You: Lies, Damn Lies and the Public Relations Industry*. London: Robinson.
- Teidelbaum, Lucius. 2016. „Die AfD als Partei des (alten) deutschen Militarismus. Informationsstelle Militarisierung“. IMI-Analyse Nr. 17, 15. Juni. <http://www.imi-online.de/download/IMI-Analyse2016-17-AfdLuciusT.pdf>. Zugegriffen: 24. September 2019.
- Walter, Michael. 2017a. *Reformvisionen: Zur Bildpolitik Wirtschafts- und Sozialpolitischer Reforminitiativen*. Köln: Herbert von Halem.
- Walter, Michael. 2017b. „Die symbolische Dekonstruktion des Sozialstaates als elitäres PR-Projekt“. In *Lügen die Medien? Propaganda, Rudeljournalismus und der Kampf um die Öffentliche Meinung*, herausgegeben von Jens Wernicke, 196–211. Frankfurt am Main: Westend.
- Weingart, Peter. 1983. „Verwissenschaftlichung der Gesellschaft – Politisierung der Wissenschaft“. *Zeitschrift für Soziologie* 12 (3): 225–241.
- Winterstein, Richard. 2019. „Die ideologische Integrationsleistung der AfD“. *Telepolis*, 21.4., <https://www.heise.de/tp/features/Die-ideologischen-Integrationsleistungen-der-AfD-4399353.html?seite=all>. Zugegriffen: 24. September 2019.
- Zollmann, Florian. 2019. „Bringing Propaganda Back into News Media Studies“. *Critical Sociology* 45 (3): 329–345.
- Zollmann, Florian. 2017. *Media, Propaganda and the Politics of Intervention*. New York, NY: Peter Lang.

Zollmann, Florian. 2016. „Unterm Brennglas... Warum sind wir die Guten?“ *Publik-Forum Extra Leben*, Februar 2016.

Zollmann, Florian. 2009. „Is it either or? Professional Ideology vs. Corporate-Media Constraints“. *Westminster Papers in Communication and Culture* 6 (2): 97-118.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Agieren deutsche Medien gemäß dem Propagandamodell? Das Beispiel Bombardierung von Krankenhäusern durch die USA und Russland

Kim Kristin Mauch

Keywords: Doppelte Standards, Propagandamodell, Kriegsberichterstattung, Qualitative Inhaltsanalyse

Abstract

Häufig wird der Vorwurf laut, die Medien würden in Bezug auf die Vereinigten Staaten und Russland mit zweierlei Maß messen. Hier wird eine qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt, um zu überprüfen, ob Nachrichten in deutschen Leitmedien tatsächlich ideologisch gefärbt sind. Als theoretischer Hintergrund dient das Propagandamodell von Herman und Chomsky. Es werden zu zwei ähnlichen Vorfällen – die Bombardierung eines Krankenhauses in Afghanistan durch die USA 2015 und die Bombardierung eines Krankenhauses in Syrien durch Russland 2016 – werden dafür Artikel aus überregionalen Tageszeitungen und TV-Nachrichtensendungen ausgewertet. Die These, dass die Opfer von möglichen Kriegsverbrechen unterschiedlicher Konfliktparteien unterschiedlich dargestellt werden („wertvolle“ vs. „wertlose Opfer“), ließ sich nur in Teilen bestätigen. Bestätigt wurde jedoch, dass die USA und Russland als Verantwortliche für die Verbrechen in den Medien unterschiedlich beurteilt wurden.

Mauch, Kim Kristin. 2019. „Agieren deutsche Medien gemäß dem Propagandamodell? Das Beispiel Bombardierung von Krankenhäusern durch die USA und Russland“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 254–268. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.12

Kim Kristin Mauch | Universität Leipzig | kmkrstnmch@gmail.com

1 Einleitung

Viele Menschen haben hohe Erwartungen an die Medien: Sie sollen ohne große Zeitverzögerungen und immer wahrheitsgetreu berichten. Vor allem letzteres ist ihnen besonders wichtig. Doch häufig widersprechen sich unterschiedliche Publikationen oder interpretieren die Ereignisse auf unterschiedliche Weise. Während eine Vielfalt der Meinungen wünschenswert und als Ausdruck von Demokratie verstanden werden kann, ist eine Vielfalt der Wahrheiten eher bedenklich.

Im Rahmen einer Bachelorarbeit habe ich an der Universität Leipzig eine qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt, deren Ziel es war, exemplarisch zu überprüfen, ob Nachrichten in deutschen Medien ideologisch gefärbt sind. Als ideologietheoretischer Hintergrund diente dabei das Propagandamodell von Edward S. Herman und Noam Chomsky.

2 Das Propagandamodell

Das Propagandamodell entwickelten Herman und Chomsky in den 1980er Jahren nach langjährigen Studien zur Arbeitsweise der Medien. Dahinter steht der Grundgedanke, dass das amerikanische Mediensystem den Spielregeln der freien Marktwirtschaft unterliegt und deshalb nicht gänzlich unabhängig berichten kann. Ein potenzielles Bias entsteht beispielsweise bei der Nachrichtenauswahl, aber auch schon bei der Auswahl der Journalisten, die Nachrichten verbreiten. Da viele Journalisten davon überzeugt sind, durch Berufsethik und professionelle Nachrichtenfaktoren objektiv und unabhängig zu berichten, stellen Herman und Chomsky die These auf, dass auch unbewusste Selbstzensur im System eine Rolle spielt. In dem Buch *Manufacturing Consent* vergleichen sie die Berichterstattung von US-Medien zu Menschenrechtsverletzungen und kommen zu dem Schluss: „In sum, a propaganda approach to media coverage suggests a systematic and highly political dichotomization in news coverage based on serviceability to important domestic power interests“ (Herman und Chomsky 1994, 35).

Ihnen zufolge lassen sich fünf Filter identifizieren, die den Informationsfluss in der Regel auf die Inhalte reduzieren, die mit der aktuellen Meinungsspanne unter den politischen und wirtschaftlichen Eliten kompatibel sind.

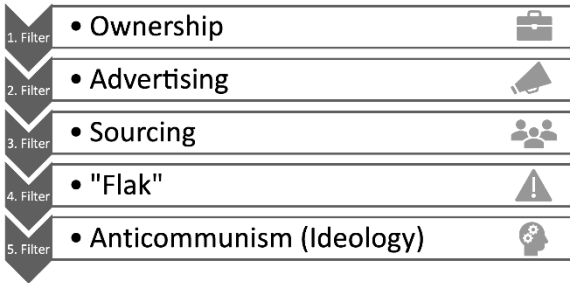


Abb. 1: Die fünf Filter des Propagandamodells

Der erste Filter bezieht sich auf die Interessen der Medieneigentümer. Zum Teil halten einzelne, sehr vermögende Familien eine Mehrheit der Anteile an Medienunternehmen, doch häufig gehören Medien auch einer Vielzahl von Investoren. Beide Gruppen sind in der Regel auch mit anderen Wirtschaftszweigen eng verknüpft. Sie haben deshalb gemeinsame Interessen mit der Wirtschaftselite. Das größte gemeinsame Interesse ist der Profit (ebd., 3-14).

Der zweite Filter besagt, dass Werbung eine gestaltende Wirkung auf die Medienlandschaft hat. In der Marktwirtschaft stehen Zeitungen, Fernsehsender etc. in Konkurrenz zueinander. Diejenigen, die sich zusätzlich über Werbung finanzieren und nicht ausschließlich über die Einnahmen aus dem Verkauf, können ihre Zeitungen günstiger anbieten und so die Reichweite steigern. Um attraktiv für Anzeigen zu sein, müssen die Zeitungen mit ihren Inhalten jedoch ein gutes Umfeld für Werbung bieten (ebd., 14-18).

Der dritte Filter betrifft die Quellen der Berichterstattung nutzen. Journalist*innen sind zu einem großen Teil auf Nachrichtenagenturen und auf die Öffentlichkeitsarbeit ressourcenstarker Organisationen angewiesen, da jeden Tag eine ausreichende Menge an Material zur Verfügung stehen muss und eigenständige Recherche arbeits- und kostenaufwendig ist. Viele der Informationen werden von Regierungsinstitutionen oder

Unternehmen bereitgestellt. Oft sind diese Organisationen auch der einzige Partner, an den sich Journalisten für Informationen wenden können. Die Materialien sind in der Regel an die Bedürfnisse der Journalisten angepasst und werden in der Regel als zuverlässig eingeschätzt. Die Hürde, die diese Art von Informationen überwinden muss, um einen Weg in die Medien zu finden, ist deshalb sehr gering. Dies bedeutet gleichzeitig, dass es Organisationen oder auch Privatpersonen, die im Vergleich mit weniger Ressourcen und Reputation ausgestattet sind, wesentlich schwerer haben, ihre Informationen und ihre Meinung in den Medien zu verbreiten (ebd., 18-26).

Mit dem vierten Filter „Flak“ beschreiben Herman und Chomsky Reaktionen von Staat und Konzernen auf unliebsame Informationen und Meinungen. In Form von direkter oder indirekter Rückmeldung wird Druck ausgeübt, so dass dem Medienunternehmen Kosten und Aufwand entstehen. Unterschiedliche Produzenten von Flak verstärken einander mit ihrer Kritik an der Berichterstattung. Manche Organisationen und Think Tanks wurden eigens zu dem Zweck gegründet, Flak zu produzieren (ebd., 26-31).

Der fünfte Filter nennt sich „Antikommunismus als Kontrollmechanismus“. Er wird als Ideologie benutzt, mit der die Bevölkerung auf einen gemeinsamen Feind eingeschworen werden soll. Da das Konzept „Kommunismus“ jedoch nicht klar definiert ist, kann es gegen jeden verwendet werden, der Besitzinteressen bedroht oder mit Feinden der Regierung sympathisiert. Diesem Filter wohnt inne, dass er Themen in ein dichotomes Framing einbettet, das die Welt in Freunde und Feinde unterteilt (ebd., 31- 35).

Nach Herman und Chomsky hat die Wirkungsweise der Filter zur Folge, dass die Medien in ihrer Berichterstattung mit zweierlei Maß messen. Beachtung finden demnach vor allem Themen, die den Interessen der Elite dienlich sind. In der außenpolitischen Berichterstattung wird zwischen „worthy victims“ und „unworthy victims“ unterschieden. Als „wertvoll“ werden diejenigen Opfer dargestellt, die der Feind verschuldet hat, da sie sich für propagandistische Zwecke nutzen lassen. „Wertlos“ erscheinen dagegen die Opfer, die selbst oder von befreundeten Staaten verursacht wurden (ebd., 42ff.). Es werden große Unterschiede in den Medienbeiträgen über „worthy“ und „unworthy victims“ erwartet, sowohl in

quantitativer als auch in qualitativ-inhaltlicher Hinsicht. Im Fall von „unworthy victims“ werden staatliche Quellen massiv und unkritisch benutzt. Es wird davon ausgegangen, dass der eigene Staat für Frieden, Demokratie und Wahrheit steht. Im Fall von „worthy victims“ geht man davon aus, dass der feindliche Staat das Gegenteil verkörpert. Außerdem werden große investigative Recherchen unternommen, um das Unrecht in feindlichen Staaten aufzudecken und hohe Amtsträger für den Missbrauch von Macht verantwortlich zu machen. Diese Anstrengungen werden jedoch nicht im eigenen Land oder bei Bündnispartnern unternommen. Des Weiteren werden Unterschiede in Umfang, Platzierung und Sprache der Beiträge vermutet (ebd., 35; Chomsky 2003, 202).

An diesem Modell lässt sich in einigen Punkten Kritik üben. So lässt sich beispielsweise nicht bestätigen, dass die Elite tatsächlich einheitliche Interessen vertritt (Klaehn 2002, 154). Außerdem stammen die Erkenntnisse Hermans und Chomskys hauptsächlich aus Analysen der außenpolitischen Berichterstattung, wo in den meisten Fällen der Zugang zu Quellen für Journalist*innen wesentlich schwieriger ist als im Inland (Lang und Lang 2004, 93-100). Am wichtigsten ist jedoch die Erkenntnis, dass sich durch die Filter zwar bestimmte Muster vorhersagen lassen, doch belegt ein Aufzeigen dieser Muster keineswegs die Existenz bzw. Wirkung der spezifischen Filter. Die Prozesse, wie es zu dem Bias kommt, sind nicht belegbar (Corner 2003, 369; Thompson 2009, 74; Krüger 2019, 67). Deswegen bietet das Propagandamodell zwar einen nützlichen Rahmen für eine kritische Betrachtung der Nachrichtenauswahl, es fehlt jedoch an empirischen Methoden, die Schlüsse auf die Wirkungsweise der Filter zulassen.

3 Methodisches Vorgehen

Mit einer Inhaltsanalyse soll die Frage geklärt werden, ob sich die von Herman und Chomsky angenommene Dichotomisierung von „wertvollen“ und „wertlosen Opfern“ auch in deutschen Leitmedien feststellen lässt. Verglichen wird die Berichterstattung über zwei Fälle der Bombardierung eines Krankenhauses.

In Afghanistan wurde in den frühen Morgenstunden des 3. Oktober 2015 ein Krankenhaus der internationalen Organisation Ärzte ohne Gren-

zen in der Stadt Kundus durch mehrere Raketen getroffen. Die Hilfsorganisation sprach von mehreren gezielten Treffern auf das Hauptgebäude, in dem sich Intensivstation und Notaufnahme befanden, und von mindestens 42 Toten, darunter 14 Mitarbeitern und 24 Patienten. Auch drei Kinder sollen bei dem Angriff ums Leben gekommen sein (MSF 2015).

Ein sehr ähnlicher Vorfall ereignete sich in Syrien am 15. Februar 2016. Ein von Ärzten ohne Grenzen unterstütztes Krankenhaus in der Stadt Ma'arat Al Numan in der syrischen Provinz Idlib wurde am Morgen durch einen Luftangriff komplett zerstört. Mindestens 25 Menschen starben, davon gehörten neun zum Personal, 16 Personen waren Patienten. Weitere zehn Menschen wurden schwer verwundet. Ein nahegelegenes Krankenhaus, das die Verwundeten versorgte, wurde laut Ärzten ohne Grenzen nur eine Stunde später ebenfalls zum Ziel (MSF 2016).

Für das Bombardement in Afghanistan wurde die US-amerikanische Luftwaffe verantwortlich gemacht. Der Luftangriff in Syrien wird der Koalition der syrischen Regierung zugeschrieben, an der auch Russland beteiligt ist.

Damit folgt diese Arbeit dem Beispiel von Herman und Chomsky (1994), die in *Manufacturing Consent* die US-Medien auf unterschiedliche Darstellungen von Menschenrechtsverletzungen in El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Vietnam, Kambodscha und Laos untersuchten. Bei der Auswahl der Fälle stand im Vordergrund, dass eine möglichst große Ähnlichkeit zwischen den Ereignissen besteht. Außerdem sollte der zeitliche Abstand gering sein, um ein ähnliches geopolitisches Umfeld und Meinungsklima zu gewährleisten. Ein Paarvergleich wie der hier vorliegende ist deshalb interessant, weil sich die USA und Russland als geopolitische Antagonisten gegenüberstehen und Deutschland im Rahmen der Nato eng an die USA gebunden ist (bzw. damals, vor der Ära Trump, noch war). Die Frage ist also, ob die Berichterstattung deutscher Medien über die beiden sehr ähnlichen Vorfälle von dieser geopolitischen Konstellation beeinflusst ist. In beiden Konflikten war auch Deutschland zu dem betreffenden Zeitpunkt militärisch in den Ländern aktiv, wenn auch nicht an den Angriffen beteiligt.

Zur Analyse wurden 24 Artikel aus sieben überregionalen Zeitungen und 14 Filmbeiträge aus vier TV-Nachrichtensendungen über diese beiden Vorfälle herangezogen. Für das Sample wurden sowohl Leitmedien

bzw. reichweitenstarke Medien als auch einige alternative Blätter ausgewählt, um ein möglichst breites Spektrum der Medienlandschaft in Deutschland abzubilden. Im Fernsbereich wurden die reichwertestärksten Hauptnachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehens ausgewählt: die *ARD-Tagesschau* (20.00-Uhr-Ausgabe), *ZDF heute* (19.00 Uhr), *RTL Aktuell* (18.45 Uhr) und *Sat.1 Nachrichten* (19.55 Uhr). Als überregionale Tageszeitungen wurden die *Bild-Zeitung*, die *Welt*, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, die *Süddeutsche Zeitung*, die *taz*, das *Neue Deutschland* und die *Junge Welt* ausgewählt. Die hier gewählte Reihenfolge entspricht der angenommenen redaktionellen Linie der Blätter im politischen Spektrum von rechts nach links. Die *Bild* ist dabei im Gegensatz zu den Qualitätsblättern als Boulevardzeitung einzustufen. Wegen ihrer enormen Reichweite von 9,9 Mio. Lesern ist sie in der deutschen Medienlandschaft wichtig (Medien-Analyse agma, 2018). Die *Junge Welt* und das *Neue Deutschland* als kleinere linke Tageszeitungen dienen als Kontrollgruppe, um eventuelle Unterschiede zu den „Mainstream-Medien“ zu erkennen.

Der Untersuchungszeitraum wurde eingegrenzt auf den jeweiligen Tag des Ereignisses sowie die drei Folgetage. Es wurden nur Beiträge ausgewählt, in denen die Bombardierung der Krankenhäuser explizit erwähnt wurde. Bei den TV-Beiträgen wurde aus forschungsökonomischen Gründen nur der sprachliche Inhalt analysiert. Die Textpassagen wurden mit Hilfe von MAXQDA kodiert.

Die Kategorien leiten sich aus dem Propagandamodell ab. Um die These der „wertvollen“ und „wertlosen Opfer“ differenziert zu überprüfen, bildeten zwei Dimensionen die Grundlage des Kategoriensystem. Die eine basierte auf den Vorhersagen zu Vorfällen, für die Staaten verantwortlich sind, die keine enge partnerschaftliche Beziehung zu Deutschland haben. Merkmale dafür waren Berichte an prominenter Stelle, in dramatischem Stil und mit vielen menschlichen Attributen der Opfer, Empörung, der Wunsch nach Aufklärung und Sanktionen sowie die geringe Verwendung staatlicher Quellen aus dem verantwortlichen „Feindstaat“. Die zweite Dimension basiert auf den Vorhersagen zu tödlichen Vorfällen, für die Staaten verantwortlich sind, zu denen Deutschland enge partnerschaftliche Beziehungen pflegt. Kategorien hierfür waren die starke und unkritische Verwendung staatlicher Quellen aus dem befreundeten Staat, nur wenig Detailbeschreibung, minimale Vermenschlichung der

Opfer und wenig Kontext. Daneben wurden weitere Merkmale in Sachen Platzierung, Überschriftengebung und Wortgebrauch kodiert.

4 Ergebnisse

Insgesamt fanden sich 24 Zeitungsartikel (davon 6 in der *Jungen Welt* und im *Neuen Deutschland*) und 14 TV-Beiträge zu den Krankenhaus-Bombardierungen. Es wurden insgesamt 662 Textstellen codiert. Für alle Kategorien, die Merkmale für „wertvolle Opfer“ darstellen, wurden mehr Codings in den Artikeln über Syrien gefunden, während es mehr Codings in den Kategorien für „wertlose Opfer“ im Fall von Afghanistan gab. Dies bestätigt zunächst die These von Herman und Chomsky. Die Bestätigung ist noch eindeutiger, betrachtet man die Zahlen für die Mainstream-Medien gesondert. Bezieht man *Junge Welt* und *Neues Deutschland* also nicht mit ein, sind die Unterschiede in der Darstellung der Opfer in Syrien und Afghanistan noch größer (siehe Tab. 1).

Tab. 1: Anzahl der Codings nach Art der Medien

	Afghanistan	Syrien
Merkmale für „wertvolle Opfer“		
Anzahl der Codings insgesamt	187	258
Anzahl der Codings ohne ND und JW	100	242
Merkmale für „wertlose Opfer“		
Anzahl der Codings insgesamt	110	50
Anzahl der Codings ohne ND und JW	102	45

Weil die Anzahl der Codings allein nicht aussagekräftig genug ist, soll das Material im Folgenden möglichst dicht beschrieben werden. Eingegangen wird auf die Position der Beiträge, den Umfang, die Überschriften, die Art der Sprache, die Auswahl der Quellen, die vermittelte Einstellung zum Staat, die Absicht und die zugeschriebene Verantwortung.

4.1 *Position*

Über den Vorfall in Syrien mit russischer Verantwortung wurde häufiger an prominenter Stelle (das heißt auf den ersten drei Seiten oder unter den ersten drei Beiträgen einer Sendung) berichtet als über den Vorfall in Afghanistan mit US-amerikanischer Verantwortung. Der Unterschied fällt bei den Tageszeitungen geringer aus als bei den TV-Sendungen.

4.2 *Umfang*

Die Analyse ergab, dass die Zeitungen (ohne *JW* und *ND*) über den Vorfall in Syrien mit durchschnittlich 283 Wörtern pro Artikel berichteten, über den Vorfall in Afghanistan mit durchschnittlich 307 Wörtern pro Artikel, was der Annahme von Herman und Chomsky zum Umfang widerspricht. Die TV-Beiträge zu Syrien waren im Durchschnitt 1 Minute und 21 Sekunden lang, die TV-Beiträge zu Afghanistan waren im Durchschnitt nur 45 Sekunden lang, was das Propagandamodell bestätigt.

4.3 *Überschriften*

Eine Analyse der Überschriften der Zeitungsartikel ergab, dass in beiden Fällen ähnlich häufig Überschriften gewählt wurden, die sich konkret auf die Bombardierungen, die Opfer oder Kriegsverbrechen beziehen und damit als Anzeichen für „wertvolle Opfer“ gelten. Dies widerspricht also der Annahme, dass es hier deutliche Unterschiede gibt. Am ehesten entspricht dem Propagandamodell die *FAZ*, die zum Vorfall in Afghanistan am 5.10.2015 titelte „Gouverneur: Krankenhaus war eine Taliban-Stellung“ und am Folgetag „Afghanen forderten Luftschlag an“. Diese Überschriften ordnen die Bombardierung also als vernünftig und nachvollziehbar bzw. als bedauerlichen Fehler ein, lenken von den Opfern eher ab und mindern die Verantwortung der US Air Force.

4.4 *Art der Sprache*

Die Analyse der Sprache bezog sich auf die Einstufung der Ereignisse als Kriegsverbrechen, auf Details zu den Angriffen, die medizinische Versorgungslage und die Todesfälle sowie auf die Erwähnung von Kindern, Vermissten oder Verletzten.

Bild, Welt, ZDF, Sat.1 und *RTL* berichteten tendenziell auffälliger über die syrischen Opfer, während *FAZ, Junge Welt* und *Neues Deutschland* die afghanischen Opfer detaillierter beschrieben. Hier verhält sich also die konservative *FAZ* ähnlich wie die linken Zeitungen und entgegen der Annahmen des Propagandamodells. Die Verwendung der Sprache bei *SZ, taz* und *ARD* war hingegen bei beiden Vorfällen sehr ähnlich. Diese Ausgewogenheit widerspricht ebenfalls den Annahmen von Herman und Chomsky.

4.5 *Auswahl der Quellen*

In allen Medienbeiträgen der *Mainstream-Medien* (also ohne *JW* und *ND*) zur Bombardierung in Syrien wurde insgesamt 38-mal eine nicht-staatliche Quelle direkt oder indirekt zitiert, davon 18-mal die Organisation *Ärzte ohne Grenzen* (aber auch vier weitere NGOs). Neunmal wurden oppositionsnahe syrische Organisationen zitiert. In der *Afghanistan-Berichterstattung* wurden nur 22 nicht-staatliche Quellen zitiert, davon allein 19-mal *Ärzte ohne Grenzen*. Außer dieser Organisation wurden nur an drei Stellen Mitarbeiter des Krankenhauses und zwei Mal Augenzeugen zitiert. Die Vielfalt der Quellen im Fall von Syrien war also größer, was den Annahmen des Propagandamodells entspricht.

Für die *Berichterstattung zu Syrien* wurden in den *Mainstream-Medien* 47 staatliche Quellen zitiert. Von diesen Äußerungen wurden 25 von Quellen getätigt, die sich westlichen bzw. Nato-Staaten zuordnen lassen (Deutschland, USA, Türkei, Frankreich) und die starke Kritik an Russland üben. Außerdem wurde zweimal die syrische Opposition zitiert, die sich genau wie die westlichen Quellen gegen Russland und Syrien aussprach. Im Gegensatz dazu kamen 36-mal staatliche Quellen zum Vorfall in Afghanistan zu Wort. In 24 Fällen äußerten sich die US-Regierung oder das Militär selbst zu dem Vorfall, der ihnen angelastet wurde. In weiteren neun Fällen wurde die afghanische Regierung zitiert, die mit den USA zusammenarbeitete. Nur dreimal kamen westliche Quellen zu Wort, die

eine Untersuchung und Aufklärung des Vorfalles fordern (aus Frankreich und Deutschland). Stimmen aus dem nicht-westlichen geopolitischen Spektrum gab es keine.

Die generelle Vorliebe für staatliche Quellen des Westens, die Neigung zu NGOs und Anti-Assad-Gruppen im Fall Syrien und die häufige Zitation von US-Regierung und US-Militär im Fall Afghanistan bestätigen die Annahmen des Propagandamodells.

4.6 *Einstellung zu den verantwortlichen Staaten*

In der Mainstream-Berichterstattung über Syrien und Russland fanden sich 35 Hinweise, dass die Annahmen aus dem Propagandamodell über die Einstellung zu geopolitischen Gegnern stimmen. Mehrere Mainstream-Medien (aber auch das *Neue Deutschland*) stellten Syrien und Russland als Verursacher von Gewalt und Krieg dar. In einigen Textstellen wird beschrieben, wie Russland und Syrien Terrorismus begünstigen. So zitiert etwa die *FAZ* am 16.2.2016 den türkischen Ministerpräsidenten: „Davutoglu sagte bei einem Besuch in Kiew, Russland sei ebenso wie die Terrororganisation ‚Islamischer Staat‘ (IS) verantwortlich für Verbrechen gegen die Menschlichkeit, indem es ‚barbarische Angriffe auf die friedliche Bevölkerung‘ ausführe.“

Ganz im Gegensatz dazu steht die Darstellung von westlichen Ländern in der Syrien-Berichterstattung, genau genommen Deutschland und der USA. Sie wurden als die Kräfte beschrieben, die den Frieden nach Syrien bringen wollen. Häufig wurde über Angela Merkel berichtet, die sich für eine Flugverbotszone aussprach, um die einheimische Bevölkerung zu schützen. Den USA wurde in der *FAZ* um 6.10.2015 Platz eingeräumt für ihre Darstellung der Ereignisse in Afghanistan: „Daraufhin sei ein Luftangriff geflogen worden, um die Bedrohung durch die Taliban ‚auszuschalten‘. Dabei seien ‚mehrere Zivilisten aus Versehen getroffen‘ worden, sagte General Campbell weiter und sprach den Angehörigen der Opfer sein ‚tiefstes Mitgefühl‘ aus.“ Allerdings wurde dieses Zitat anschließend eingeordnet: „Bislang hatte das amerikanische Militär erklärt, dass ihre eigenen Truppen unter Beschuss geraten und Luftunterstützung angefordert hätten.“ Aus diesen Ungereimtheiten eine Schlussfolgerung zu ziehen, wird allerdings den Leser*innen selbst überlassen.

Es gab in der Afghanistan-Berichterstattung Hinweise darauf, dass Gewalt und Krieg auch von den USA ausgehen. An anderer Stelle wurden

die Vereinigten Staaten der Lüge bezichtigt. Manchmal geht diese Schlussfolgerung aber nur implizit aus der Gegenüberstellung der Version des US-Militärs mit der Darstellung von Ärzte ohne Grenzen hervor. Es fiel jedoch auf, dass nur in neun Textstellen negativ über Amerika berichtet wurde. In den alternativen Medien (*JW* und *ND*) finden sich hingegen 20 US-kritische Textstellen.

Dass diese Situation für deutsche Medien eher ungewohnt ist, verdeutlichte ein Artikel der *Welt*. Hier hieß es am 5.10.2015: „Der Angriff in Kundus überschattet Washingtons Kritik an russischen Militäraktionen in Syrien [...] Die Bombardierung des Hospitals in Kundus verschiebt in dieser Debatte auf einen Schlag die moralischen Gewichte.“ Dagegen weisen mehrere Medien zu Gunsten der USA darauf hin, dass sie gemeinsam mit Afghanistan und der Nato den Terror der Taliban bekämpfen.

4.7 Absicht

Der russisch-syrischen Koalition wurde an vielen Stellen böse Absicht unterstellt. Die Vorwürfe lauteten, es habe sich um einen gezielten Angriff gehandelt und es sei eine Strategie gewesen, die Zivilbevölkerung anzugreifen. Außerdem wurde berichtet, es gebe einen Trend dahingehend, Gesundheitseinrichtungen zu zerstören, und die Gewalt würde trotz der angekündigten Feuerpause zunehmen. So heißt es etwa in der *Welt* vom 16.2.2016 „Der Marburger Bund verurteilt die Anschläge. ‚Die fortwährenden Angriffe auf Krankenhäuser in Syrien sind abscheuliche Verbrechen an der Zivilbevölkerung‘, sagte der Verbandsvorsitzende Rudolf Henke.“ Insgesamt 23 Textstellen in dem Material der Mainstream-Medien lassen auf böse Absicht bzw. Vorsatz schließen.

Im Fall Afghanistan berichteten nur die alternativen Medien (*Junge Welt* und *Neues Deutschland*) sowie die *taz* und die *FAZ* über einen gezielten beziehungsweise beabsichtigten Angriff. Die anderen Medien berichteten lediglich über die Darstellung von MSF, nach der die Lage des Krankenhauses an das US-Militär und andere Institutionen übermittelt worden war, sich keine Taliban-Kämpfer in der Klinik befanden und trotzdem der Angriff fortgesetzt wurde. Aus diesen Hinweisen konnten die Leser*innen eigene Schlüsse ziehen. Zusammengefasst ließ sich aus zehn Textstellen eine mögliche Absicht ableiten. Allerdings ließen 28 Textstellen auf

eine andere Darstellung schließen. Mehrere Medien zitierten US-Präsident Barack Obama, der im Zusammenhang mit den Angriffen von einer „Tragödie“ oder einem „tragischen Vorfall“ sprach. Außerdem wurde insgesamt 22-mal über die Äußerungen des US-Militärs und der afghanischen Armee berichtet, es hätten sich Taliban in der Klinik befunden, die US-Truppen angegriffen hätten.

4.8 Verantwortung

In der Frage der Verantwortung für die Vorfälle zeigte sich, dass in der Syrien-Berichterstattung alle Medien Quellen nannten, die die Verantwortung bei Syrien und/oder Russland sehen. Besonders Russland wird 21-mal explizit als möglicher Verursacher genannt. Vier Medien veröffentlichten auch eine Stellungnahme des syrischen Botschafters in Moskau, der die USA für verantwortlich hielt. Andere berichteten, dass bislang noch nicht abschließend geklärt werden konnte, wer verantwortlich sei. Sechs Medien (*FAZ, taz, ND, ARD, Sat.1, ZDF*) erwähnten kurz, dass Russland die Vorwürfe zurückweist.

Über Afghanistan berichteten sechs Medien an insgesamt 14 Stellen, dass die USA für den Angriff auf das Krankenhaus verantwortlich seien. Die Medien *Welt, SZ, ARD* und *Sat.1* berichteten allerdings, es habe sich in Afghanistan offensichtlich um ein Versehen des US-Militärs gehandelt, obwohl die Schilderungen von Ärzten ohne Grenzen einen anderen Schluss nahelegen. So heißt es in der *SZ* vom 5.10.2015 schon in der Überschrift „Obama entschuldigt sich für Bomben auf Klinik – Offenbar irrtümlicherweise griff die US-Armee das Krankenhaus in Kundus an, in dem sich angeblich Taliban verschanzt hatten.“ Zwei Medien äußerten jedoch, dass die Umstände noch unklar seien. Die *SZ* berichtete an den Folgetagen, dass ein Irrtum unwahrscheinlich sei. Auffällig war jedoch, dass in der Afghanistan-Berichterstattung wesentlich häufiger nur zwischen den Zeilen zu finden war, wer die Schuld an dem Unglück trug, während die Verantwortung im Syrien-Fall explizit zugewiesen wurde.

5 Fazit

Kann also von einer starken Dichotomisierung in den deutschen Medien gesprochen werden, bei der die Opfer „unserer“ Gegner emporgehoben, während die selbst verschuldeten Toten verschwiegen werden? Zwar ließen sich Unterschiede in der Darstellung der Opfer von möglichen Kriegsverbrechen feststellen, doch kann nicht bestätigt werden, dass es zu einer Versächlichung oder Entmenschlichung durch die Medien im Fall von Afghanistan gekommen wäre. Die geringe Anzahl von Codings für die These der „wertlosen Opfer“ deutet darauf hin, dass eher die Abwesenheit von Merkmalen für „wertvolle Opfer“ eine Rolle spielt. Die Opfer der Kriegsverbrechen in Afghanistan wurden also weniger häufig betont.

Ein weiteres Ergebnis ist, dass zwischen den untersuchten Fällen wichtige Unterschiede in der medialen Berichterstattung zu erkennen sind. Die Vielfalt der Quellen im Fall von Syrien weist darauf hin, dass hier größere Anstrengungen unternommen wurden, um Gesprächspartner zu finden, die die Menschenrechtsverletzungen kritisieren. Dass verstärkt auf offizielle Quellen aus der westlichen Welt zurückgegriffen wird, mag vielleicht an besseren Zugangsbedingungen liegen. Ebenfalls belegt werden konnte die Tendenz, Russland als Kriegstreiber darzustellen, während die USA und auch Deutschland als Friedensbringer oder Terrorismusbekämpfer daherkommen. Zwar berichten vier Medien über die USA als Verursacher von Gewalt, doch wird in ihrer Berichterstattung der Afghanistan-Vorfall als Irrtum oder Versehen beschrieben. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Verantwortlichkeit im Fall Afghanistan weniger direkt angesprochen wurde als im Fall Syrien.

Damit stimmt die Arbeit überein mit den empirischen Forschungsergebnissen von Zollmann (2017, 211), der ebenfalls zu dem Schluss kommt, dass die Medien (hier: große Medien aus Deutschland, Großbritannien und den USA) kritischer über die Menschenrechtsverletzungen geopolitische Gegner berichten als über die eigenen bzw. die von geopolitischen Partnern. Einen möglichen Erklärungsansatz für die Erkenntnisse liefert Krüger (2017, 253-255). Dieser beschreibt, dass die meisten deutschen Journalisten mit westlichen Werten sozialisiert und deshalb von einer Nähe zur USA und der Nato geprägt sind. Die Arbeit entgegen der eige-

nen Sozialisation und positiver Bilder über den Westen erfordere deswegen ein hohes Maß an Recherchearbeit und sei mit hohem Geld- und Zeitaufwand verbunden.

Literatur

- Chomsky, Noam. 2003. *Media Control. Wie die Medien uns manipulieren*. Hamburg: Europa Verlag GmbH.
- Corner, John. 2003. „The Model in Question: A Response to Klaehn on Herman and Chomsky“. *European Journal of Communication* 18 (3): 367–375.
- Herman, Edward. S., und Noam Chomsky. 1994. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. London: Vintage.
- Klaehn, Jeffery. 2002. „A Critical Review and Assessment of Herman and Chomsky’s ‘Propaganda Model’“. *European Journal of Communication* 17 (2): 147–182.
- Krüger, Uwe. 2019. *Meinungsmacht: der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten: eine kritische Netzwerkanalyse*. 2. Auflage. Köln: Herbert von Halem.
- Krüger, Uwe. 2017. „Medien-Mainstream. Eine Streitrede wider Konformität im Journalismus und für eine kritische Journalistik“. In *Lügenpresse. Anatomie eines politischen Kampfbegriffs* von Volker Lilienthal und Irene Neverla (248–265). Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Lang, Kurt, und Gladys Engel Lang. 2004. „Noam Chomsky and the Manufacture of Consent for American Foreign Policy“. *Political Communication* 21 (1): 93–101.
- MSF. 2015. MSF demands explanations after deadly airstrikes hit hospital in Kunduz (Pressemitteilung). Kabul, Brüssel: Médecins Sans Frontières International. <https://www.msf.org/afghanistan-msf-demands-explanations-after-deadly-airstrikes-hit-hospital-kunduz>. Zugegriffen: 16. November 2019.
- MSF. 2016. At least 11 killed in another MSF-supported hospital attack in Idlib province (Pressemitteilung). Gaziantep: Médecins Sans Frontières International. <https://www.msf.org/syria-least-11-killed-another-msf-supported-hospital-attack-idlib-province>. Zugegriffen: 16. November 2019.
- Thompson, Peter A. 2009. „Market Manipulation? Applying the Propaganda Model to Financial Media Reporting“. *Westminster Papers in Communication and Culture* 6 (2): 73.
- Zollmann, Florian. 2017. *Media, propaganda and the politics of intervention*. New York: Peter Lang.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Mit Ideologiekritik aus der Krise: Über moralisierenden Universalismus im Journalismus und in der Journalismusforschung – ein Essay

Michael Haller

Keywords: Moralischer Universalismus, Elitenbindung, Migrationsthema, Ideologie und Selbstbetrug, Normativität, diskursiver Journalismus

Abstract

Der als Essay gefasste Beitrag geht von der These aus, dass sich in der Journalismusforschung wie auch bei meinungsführenden Leitmedien eine moralisierende Gesinnung breit macht. Im Wissenschaftsdiskurs erhebt sie Hegemonieansprüche gegenüber deliberativ begründeten Diskurstheorien und will diese normativ begründeten Funktionen des Informationsjournalismus destruieren. Der Beitrag plädiert für die Restitution und Anwendung des normativen Bezugsrahmens (auch) für die Journalismusforschung.

Haller, Michael. 2019. „Mit Ideologiekritik aus der Krise: Über moralisierenden Universalismus im Journalismus und in der Journalismusforschung – ein Essay“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevnigani, 270-288. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.13

Michael Haller | EJK Leipzig | haller@uni-leipzig.de

1 Die Trauben hängen (zu) hoch

Um Art und Funktion von Ideologien in der demokratisierten Bürgergesellschaft unserer Zeit deutlich zu machen, griff der Politiktheoretiker Hermann Lübbe vor fünfzig Jahren (der Schreibende saß in seiner Vorlesung) zum altgriechischen Dichter Äsop und seiner Fabel vom Fuchs, der nach den Trauben giert, die ihm zu hoch hängen, aber zu den anderen Tieren sagt, diese seien ihm zu sauer. Lübbe nannte zwei Möglichkeiten, um dieses dissonante Verhalten zu deuten: Entweder will der Fuchs den umstehenden Tieren die Häme nicht gönnen, falls sie erkennen, dass er die Trauben gar nicht greifen kann. Oder er will sich über den Frust, erfolglos nach ihnen gegriffen zu haben, mit dieser Selbstlüge hinwegrösten. „Der erste Fall ist der Fall einer Betrugstheorie; der zweite ist der der Ideologie“, erläuterte Lübbe. „Die Betrugstheorie richtet sich an andere und erfüllt ihren praktischen Zweck, wenn diese anderen sie glauben. Die Ideologie dagegen ist eine Betrugstheorie, die nur dann funktioniert, wenn man selbst daran glaubt.“ Dieses Verständnis, „dass die Vernunft die Wahrheit aus eigenem Antrieb, aus Interesse an dieser Verfehlung verfehlt“, sei das historisch Neue (Lübbe 1974, 17f.). Populär wurde es durch Feuerbach, der die Religion als Projektionsfläche („Entäußerung“) des Individuums und darin als Ideologie beschrieb; berühmt wurde es durch Marx, der das qua Entfremdung objektiv „falsche Bewusstsein“ untersuchte und damit auch die Feuerbach'sche Ideologiebeschreibung als ideologisch denunzierte (vgl. Lenk 1967, 37f.).

So weit, so klar. Was Lübbe indessen nicht in Betracht zog: dass mit dem Äsop'schen Fuchs eventuell beide Möglichkeiten – Ideologie als Selbst- und als Fremdbetrug – zusammenfallen, es also in zweckrationaler Hinsicht um eine doppelte Täuschung geht. Man agiert, was die eigenen egoistischen Beweggründe betrifft, in kognitiver Dissonanz; und man verkauft der Welt als scheinbar wahren Handlungsgrund seine vermeintlich edlen Motive. Dieser Modus – so meine erste These – findet sich heute in der nachmodern genannten Mediengesellschaft dort, wo die kulturelle Elite ihre Privilegien verteidigt und ihre privilegierte Stellung mit moralisierendem Universalismus camoufliert.¹ Er kennzeichnet insbesondere

¹ Während das Attribut „moralisch“ unterstellt, dass der Sprecher intersubjektiv oder kollektiv anerkannte Werte „des Guten“ (Moore 1903) als Maßstab seines Handelns nennt, bedeutet das Attribut „moralisierend“, dass der Sprecher die von ihm

das Verhalten solcher Gruppen, die ihre universalistischen Vorstellungen in der Pose des moralisch Überlegenen (quasi als selbstmandatierter Anwalt der Benachteiligten) gegen Andersdenkende verfechten (vgl. Bröning und Mohr 2017, 10). Sie werden darin – dies ist meine zweite These – von Journalisten bestärkt, die sich zur selben kulturellen Elite rechnen und mit Geltungsansprüchen auftreten, als ob ihre Position einer überlegenen Moralität entsprungen sei. Dasselbe umgekehrt: Die Medien (bzw. deren Berichterstatter und Leitartikler), die für universell gelten sollende Werte eintreten, werden von den moralisierenden Universalisten der kulturellen Elite als bestätigende Rechtfertigung erlebt, zitiert und gefeiert.² Dies zeigt sich beispielsweise im Umgang mit dem Gleichheitsideal, das die Universalisten unbedingt verwirklichen wollen und darum jede Form der Benachteiligung skandalisieren; oder am Projekt der gesellschaftlichen Diversität, mit dem Mehrheiten aufgelöst, Heimat abstrahiert und der tradierte Verfassungsstaat pulverisiert werden soll. Diese Überzeugungen werden nicht erörtert, sondern zur wahren Anschauung und einzig richtigen Handlungsmaxime erkoren (Grau 2017, 29). Sie funktionieren persuasiv und hindern ähnlich gesinnte Journalisten daran, den Verfechtern dieser Ideologie gegenüber auf Distanz zu gehen und die historischen, politischen und ökonomischen Prämissen dieses moralisierenden Universalismus kritisch zu hinterfragen und damit „die Idee wechselseitiger Berechtigung“ (Lessenich 2019, 123) mit Leben zu füllen.

reklamierten Werte (hier: seinen Universalismus) für höherrangig und insofern für stärker legitimiert erklärt als andere moralisch begründete Positionen. Daraus leitet er für seine Position übergreifende Geltungsansprüche ab sowie die Berechtigung, Andersdenkende zu diskreditieren oder auszuschließen (i. S. v. Lübke 1987; Grau 2017, 89ff.; Stegemann 2018, 42).

² Die Chiffre „Universalismus“ deckt zwei Denkmuster des Globalisierungsprozesses ab: Zum einen gibt es den neoliberalen Universalismus zur Rechtfertigung der Ausbeutungsinteressen der westlichen (und wohl auch chinesischen) Industriegesellschaften (Lessenich 2016); zum andern den auf die internationale Solidarität unter regionalen Befreiungsbewegungen zurückgehenden, durch die UN-Menschenrechtscharta und den Klimawandel legitimierten Universalismus, der seine generalisierten Werte den regionalen überordnet. In der Politik der Merkel-Regierung gingen beide Universalismus-Typen eine die Verhältnisse verschleiernde Allianz ein, die während der sogenannten Flüchtlingskrise 2015 mit politischem Moralismus ideologisiert wurde (vgl. Hofbauer 2018). Der hier kritisch reflektierte Universalismus gilt dem zweiten Denkmuster.

Wie nun diese Ideologeme („Diversität!“, „Gleichheit!“ usw.) im Sinne der Metapher „Die Trauben sind sauer“ als Doppelbetrug (auch) in der Journalismusforschung funktionieren, soll eine Episode veranschaulichen, die dem Verfasser widerfuhr (in der Rolle des Betroffenen ist er hier Partei). Sie begann mit seiner von der Otto-Brenner-Stiftung in Auftrag gegebenen und im Juli 2017 publizierten Inhaltsanalyse „Die ‚Flüchtlingskrise‘ in den Medien“ und endet – vorläufig – mit Reaktionen auf die Folgestudie „Zwischen ‚Flüchtlingskrise‘ und ‚Migrationspakt‘ – Mediale Lernprozesse auf dem Prüfstand“, die im Mai 2019 von der Otto-Brenner-Stiftung veröffentlicht wurde (Haller 2017; Haller 2019).

2 Die Trauben sind (zu) sauer

Beiden Studien liegt die deliberative Demokratietheorie (Bessette 1980; Peters, Schultz und Wimmel 2007) zugrunde, deren Einlösung (auch) an das Konzept des diskursiven Journalismus gebunden ist (vgl. u. a. Brosda 2008). Diesem zufolge hat der Informationsjournalismus dafür zu sorgen, dass die verschiedenen Gruppen und Positionen – soweit relevant und vom Grundgesetz gedeckt – erkannt, thematisiert und in den öffentlichen Diskurs verständigungsorientiert eingebracht werden (Haller 2016, 175f.; Haller 2017, 6-10; Haller 2019, 145f.). Nach Maßgabe dieses Konzepts ging die erste Studie u. a. der Forschungsfrage nach, wer in den Medienberichten zum Konfliktthema „Flüchtlinge/Migranten“ des Jahres 2015 bis Frühjahr 2016 *tatsächlich öffentlich* zu Wort kam und, indirekt, wer nicht – eine offene, vorurteilsfreie Fragestellung.

Die Erhebung lieferte zahlreiche Befunde. Einer davon zeigte, dass die Berichterstattung der sogenannten Leitmedien der im Gestus universalistisch, in der Sache jedoch neoliberal (wie: Arbeitskräfteimport) handelnden Regierung und ihren nachgeordneten Behörden kritiklos folgte. Pointiert gesagt: Die sogenannte Flüchtlingskrise fand in den Informationsmedien praktisch ohne die real existierenden Flüchtlinge und deren Helfer, also auch ohne Beschreibung ihrer Nöte und Probleme statt (2017, 33-37).

Dieses Ergebnis bescherte uns Applaus von Seiten der moralischen Universalisten, darunter NGOs, linksidentitäre Gruppen, Leitartikler, Ehrenamtliche, kirchliche Organisationen und Publizisten.³

Ein anderer Befund, der sich auf die Rekonstruktion und Contentanalyse wirtschaftspolitischer Programme seit 2005 stützt, löste umgekehrt wütende Kommentare derselben Universalisten wie auch einschlägiger Medienwissenschaftler aus. Er lautet, dass die von den meisten Informationsmedien als moralisierende Kampagne umgesetzte und von wohlwollenden Bürgern gefeierte „Willkommenskultur“ von den Arbeitgeberverbänden, dann den Regierungsparteien zwecks Generierung ausländischer Fachkräfte in Gang gesetzt, seit 2014 dann zur Entlastung der zuständigen Ausländerbehörden orchestriert wurde. Ebenfalls bitterböse Kommentare löste der Befund aus, dass die untersuchten Medien die zur Merkel'schen Regierungslinie des zweiten Halbjahres 2015 („Politik der offenen Grenzen“) abweichenden Positionen marginalisiert und kritische Äußerungen von Experten wie auch Beteiligten übergangen haben (bekanntlich gaben die Medien stattdessen dem verbalen Schlagabtausch zwischen Merkel/CDU und Seehofer/CSU über das Thema „Flüchtlingsobergrenze“ bis in die feinsten Semantiken nachgeordneter Sprecher viel Raum).

Das Ergebnis wiederum, dass die untersuchten Medien die mit der Unterbringung geflüchteter Muslime auftretenden soziokulturellen Konflikte (etwa in Bezug auf die Rolle der Frau) wie auch gravierende Vollzugsprobleme außer Acht ließen (d. h. nicht recherchierten), dass sie weder Islam-Experten noch Migrationsforscher beizogen, hielten die moralisierenden Universalisten wie auch die mit dem Thema befassten Medienwissenschaftler für irrelevant (z. B. Maurer et al. 2019).

Und schließlich dies: Dass wir die überraschend hohe Konsonanz in der Darstellung des Flüchtlingsthemas als „Mainstream“ apostrophierten, deuteten die moralisierenden Universalisten (inklusive einiger Medienwissenschaftler) als Indiz, dass wir mit unseren Ergebnissen dem Rechtspopulismus zu Diensten seien.⁴ Keiner der Kritiker monierte

³ Die Resonanz zur Studie ist dokumentiert unter: <https://www.otto-brenner-stiftung.de/wissenschaftsportal/informationsseiten-zu-studien/studien-2017/die-fluechtlingskrise-in-den-medien/>

⁴ vgl. u. a. den als „Pressemitteilung“ publizierten Kommentar des Netzwerks Neue deutsche Medienmacher vom 21. Juli 2017 mit unserer Replik vom 25. Juli 2017 (Neue deutsche Medienmacher 2017).

unseren theoretischen Rahmen oder stellte die angewandten Methoden in Frage, keiner diskutierte die für die Bewertung der Befunde maßgebliche Festlegung des Untersuchungsgegenstands. Man darf daraus folgern, dass Konzept, Ansatz und Durchführung unserer Erhebungen aus sozialwissenschaftlich-empirischer Sicht nicht zu bemängeln waren. Von daher war die Kritik wohl ideologisch motiviert, getreu dem Muster: Ich bekomme die Trauben nicht zu fassen, also sind sie (zu) sauer. Dieses Argumentationsmuster möchte ich im Folgenden ideologiekritisch beleuchten.

3 Der neue Moralismus unter Medienwissenschaftlern

Gegenstand der Studie war ein in Deutschland aus verschiedenen (auch spezifisch deutschen) Gründen moralisch besetztes, polarisierendes Konfliktthema. Entsprechend wurde die Veröffentlichung mit einer schrillen Medienresonanz quittiert (Beispiele: „Studie bemängelt ‚unkritische‘ Berichterstattung in Flüchtlingskrise“, *welt.de*, 19.07.2017; „Studie der Otto-Brenner-Stiftung: Die Medien haben in der Flüchtlingskrise versagt“, *zeit.de* vom 19.07.2017; „Medien haben in der Flüchtlingskrise völlig versagt“, *turi2.de* vom 19.07.2017; „Losungen der politischen Elite unkritisch übernommen“, *Meedia.de* vom 20.07.2017; „Alles Versager? Die mediale Sturzgeburt einer Studie“, *uebermedien.de* vom 21.07.2017).

Bereits zwei Tage später veröffentlichte das dem moralisierenden Universalismus verpflichtete Publizisten-Netzwerk Neue deutsche Medienmacher (NdM) e. V. eine Stellungnahme, in der die Studie in toto als politisch schädlich, gar als fremdenfeindlich gebrandmarkt wurde (Zitat: „Haller nutzt aufgeladene Schlagworte wie ‚politische Eliten‘, ‚Mainstreammedien‘ und ‚besorgte Bürger‘ – dabei ist Letzteres ein bekannter Euphemismus und verharmlosende Selbstbezeichnung für Rechtsextreme“ – Quelle siehe Fußnote 3). Dabei tritt das NdM – der auf seiner Webseite publizierten Selbstdarstellung zufolge – u. a. „für eine ausgewogene Berichterstattung ein, die das Einwanderungsland Deutschland adäquat wiedergibt“⁵, eine Auffassung, die sich mit dem normativen Journalismusverständnis unseres Ansatzes sehr wohl deckt. Wir schrieben darum in unserer Entgegnung, „dass es derzeit vielen schwer fällt,

⁵ <https://www.neuemedienmacher.de/>

die eigenen Überzeugungen, Interessen und Vorurteile zu reflektieren und verständigungsorientiert über das Thema zu sprechen. Ihre Äußerung verdreht und entstellt den Ansatz wie auch die Befunde der Studie. [...] Das einzige, was in diesem vergifteten Meinungsklima hilft, ist der um Aufklärung bemühte Diskurs, der Vorurteile und Ideologien aufweicht und damit die Voraussetzung schafft, dass Fronten abgebaut und Gespräche in Gang gesetzt werden.“

Dieser Vorschlag verhallte. Bereits wenige Tage später publizierte Christine Horz, Medienwissenschaftlerin an der Ruhr-Universität Bochum und Mitglied im migrationspolitisch klar positionierten Verein Rat für Migration, einen „Essay“ in dem von ihr mit herausgegebenen Online-Journal *Global Media Journal (German Edition)*, mit dem sie die Polemik der NdM um den Topos Fremdenfeindlichkeit erweiterte. Unter Bezugnahme auf Publikationen vor allem von Hafez und Richter von Anfang des Jahrtausends generalisierte Horz (2017, 4), „dass die Berichterstattung über Asylbewerber, Muslime und andere ‚unerwünschte Minderheiten‘ von Negativthemen, einer deutlichen Politikzentrierung sowie von Stereotypen, Vorurteilen und Feindbildern verzerrt“ sei, eine Situation, die wir für 2015 unabhängig der Faktenlage hätten bekräftigen sollen. Eine von Empirie unbelastete Hypothese von Hafez (die Medien seien von sozialen Akteuren „hochgradig abhängig [...] auch von Rechtsradikalen und Rechtspopulisten“ – Hafez 2016, 3) verwandelte Horz in einen empirischen Sachverhalt: „Demnach orientieren sich Medien häufig an der überwiegend restriktiven Migrationspolitik, aber auch an Rechtsradikalen.“ Demgegenüber würden wir in unserer Blindheit „diese wichtigen Befunde und Differenzierungen gänzlich ausklammern“ (Horz 2017, 4). Also gehe unsere Studie „nicht ergebnisoffen an das Thema heran“ (ebd., 2); wohl aus Mangel an Beweisen werden ein paar entstellte Halbzitate angefügt. Ihr Fazit wirkt vernichtend: „Statt die Beobachtungen des empirisch nachgewiesenen Versagens des Journalismus (das gilt für die nicht zu Wort kommenden Betroffenen) deutlich zu betonen“, würden unsere Befunde „zu argumentativ ähnlichen Frames des rechten Spektrums“ führen, mithin der Sache der Deutschnationalen dienen. Offenbar sind wir Fragen nachgegangen, die man aus moralischen Gründen nicht stellen darf – mit anderen Worten: Die Trauben sind zu sauer.

Selbstverständlich kann man Daten in unterschiedlichen Kontexten verschieden interpretieren und debattieren. Dabei sollten allerdings die vom Äsop'schen Fuchs praktizierten Selbst- und Fremdbetrügereien

ausgeschlossen bleiben. Tatsächlich war unsere Erhebung ergebnisoffen angelegt; deren Operationalisierung und Analyseschritte sind vollständig dokumentiert (der Methodenbericht, der Replikationen möglich macht, steht seit Sommer 2017 für jedermann einsehbar auf der Webseite der Otto-Brenner-Stiftung). Über die Berichterstattung der Medien des Jahres 2015 lagen keine anderen Daten oder Befunde vor, die hätten diskutiert werden können. Wie die Medien zehn, fünfzehn Jahre zuvor über die Radikalisierung der ultrarechten Szene und die Gewaltakte gegen Migranten und Asylunterkünfte berichtet haben, ist untersucht worden. Diese standen in einem anderen gesellschaftspolitischen Kontext, der für das Jahr 2015 nicht zutreffend ist. Von daher ist es schon merkwürdig, dass die moralisierenden Universalisten auf eine Fortschreibung jenes Deutungsmusters unter der Etikette „Anschlussfähigkeit“ bestehen, Motto: Weil in früheren Zeiten Einzelstudien (nach Maßgabe ihrer Fragestellung) die mediale Darstellung des Migrationsthemas als defizient oder einseitig oder stigmatisierend beschrieben haben, sind alle künftigen Untersuchungen determiniert.⁶ Folglich sind Erhebungen, die dieses Narrativ nicht bedienen, für die Verfechter der „Migrationsgesellschaft“ (Horz) nicht ergebnisoffen, vielmehr den Fremdenfeinden dienlich.

Dieser Schwenk vom wissenschaftlichen zum ideologischen Denken tritt in der (vorläufigen) Schlusspointe dieser Episode zutage. Auslöser ist die Veröffentlichung meiner Nachfolgestudie „Zwischen ‚Flüchtlingskrise‘ und ‚Migrationspakt‘ – Mediale Lernprozesse auf dem Prüfstand“, die von der Otto-Brenner-Stiftung im Mai 2019 publiziert wurde. Unsere Untersuchung der Berichterstattung über das Thema „UN-Migrationspakt“ in vier überregionalen Tageszeitungen (Print und online) kommt zu dem Ergebnis, dass die Journalisten zwar erneut der Themenagenda und Themenbewertung der Regierungsparteien folgten, dass aber zwei der vier Redaktionen – im Unterschied zum Jahr 2015 beim Thema Flüchtlingskrise – die dem Diskursjournalismus zugeschriebenen Anforderungen spät, dann aber akribisch eingelöst, d. h. ausgewogen und vielstimmig thematisiert haben (Haller 2019, 30f.). Im rückblickenden Vergleich

⁶ Eine andere Deutung findet sich bei Goetzmann (2019, 56-59): Die Befunde der Haller-Studie würden zeigen, dass die Regierung (und mit ihr konsonant die Medien) die „Flüchtlingskrise“ absichtsvoll inszeniert hätten, um den Zustrom zu kappen.

mit dem Jahr 2015 bescheinigt die Studie diesen Redaktionen einen *Lernprozess* in Richtung *Diskursivität*.⁷

Dieser jedoch scheint unter den moralisierenden Universalisten unerwünscht, vielleicht, weil er als Fahnenflucht empfunden wird. Als ein Kollege auf der Facebook-Seite des *European Journalism Observatory (EJO)* auf eine Rezension unserer Studie in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* hinwies, postete der für seine besonnene Haltung geschätzte Medienwissenschaftler Klaus Meier von der Katholischen Universität Eichstätt (die ein „Zentrum Flucht und Migration“ eingerichtet hat) diesen Eintrag: „Bereits die erste Studie zum Thema Migration von Michael Haller hatte gravierende konzeptionelle Schwächen, wie dieser Beitrag in einem internationalen wissenschaftlichen Journal ausführlich und gut begründet darlegt [es folgt der Link auf die oben referierte Polemik von Christine Horz]. Und jetzt legt er mit einer zweiten undifferenzierten ‚Hau-Drauf‘-Studie nach. Schade, dass sich ein emiritierter [sic!] Kollege in seinem Ruhestand so verrennt.“ Die Trauben hängen hoch, darum sind sie sauer und niemand soll nach ihnen greifen.

Man könnte – diesseits der Äsop’schen Fabel – solchen Moralisten mit Max Weber vorhalten, dass sie auf Sachaussagen mit Werturteilen reagieren, und mit Theodor Geiger könnte man anfügen, dass Kommentatoren wie Horz und Meier ihre subjektiven Werturteile im Kostüm objektivierter Aussagen präsentieren und insofern ideologisch handeln. Doch das Problem geht tiefer (vgl. Stegemann 2018). Es ist meiner Ansicht nach darin zu finden, dass der moralisierende Universalismus der kulturellen Elite sich zum *identitären Denken*⁸ verfestigt und sich vermittels moralisierender Polemiken der argumentativen Überprüfung zu entziehen sucht. Die diesem Denken zugeneigten Medienwissenschaftler*innen interessieren sich nicht (mehr) für die demokratietheoretisch begründeten Ansprüche an den Informationsjournalismus.⁹ Man theoretisiert lieber

⁷ FAZ und *Die Welt* brachten kritische Beiträge von Staatsrechtlern und Politikwissenschaftlern sowie viele Beiträge in ihren Leser-Rubriken. Allerdings unterschlugen alle untersuchten Medien die kontroverse Debatte in der Fraktion der Linken (vgl. Haller 2019, 23f.).

⁸ Ich folge darin der Umschreibung der „identitätslinken“ Ideologie der Migrationsforscherin Sandra Kostner (2019, 27-30).

⁹ Die für aufgeklärte Bürger in unserer Gesellschaft selbstverständliche Handlungsmaxime, dass man in Not gerateten Menschen beizustehen habe, ist eine individuelle Haltung. Wer daraus die Überzeugung ableitet, diese Haltung müsse von den

konstruktivistisch über die Irrelevanz des Faktischen („Aus konstruktivistischer Sicht ist Journalismus deshalb eher ein Produkt, denn ein Bild der Realität“, Horz 2017, 8) und folgt dem Motto: Alles ist irgendwie Kommunikation, und jetzt polemisieren wir im Interesse unserer Hegemonieansprüche.

4 Versuche, den Journalismus abzuschaffen

Im Internetzeitalter ist alles Information, alles Kommunikation: In diese Richtung zielt auch ein Debattenanstoß in der *Publizistik* (Hefte 3 und 4/2016 plus Replik Heft 1/2018), der infolge der Digitalisierung die Ausweitung des Gegenstandsfeldes „gesellschaftliche Kommunikation“ (Theis-Berglmair 2016) postuliert – im Blick auf die Unschärfe zwischen interpersonaler, gruppenbezogener und disperser Kommunikation zumal der Plattformmedien gewiss eine bedenkenswerte Anregung. Doch was folgt daraus für den Gegenstand „Informationsjournalismus“? Etwa seine mit der Entgrenzung eingeleitete Diffusion, die zur Selbstauflösung führen wird?

Ich denke, hier ist Widerstand angesagt. Denn der sozio-ökonomische Wandel, der die Spaltung der Gesellschaft vorantreibt und die Zukurzgekommenen mit eskapistischen Unterhaltungsangeboten ruhigstellt: Auch ihn sollte man mit dem Label Neoliberalismus etikettieren (Welzer 2016, 93ff.). Dieser hat auch die Informationsmedien infiziert, hat deren publizistische Geltung zur „Aufmerksamkeitsökonomie“ transformiert und deren wirtschaftliche Basis destruiert („all for free“). Dieser Prozess spiegelt sich in den Medienwissenschaften und der Journalistik, hier als Theorieschwund.

Gewiss wurde und wird weiterhin intelligent theoretisiert, doch dabei handelt es sich überwiegend um Leihgaben aus der deskriptiven Soziologie, der Sprachwissenschaft und der Sozialpsychologie (vgl. Löffelholz et al. 2016, 11ff.). Die in den 1990ern populäre Systemtheorie etwa

Informationsmedien generalisiert und propagiert werden, der lässt den Gesinnungsjournalismus aus der Zeit des Deutschen Reiches bis zur Weimarer Republik wieder aufleben, als die eigene (partikulare) moralische bzw. politische Position verabsolutiert und die dazu devianten Positionen als Kriegsgegner abgekanzelt wurden – frühe Formen dessen, was man heute Hatespeech nennt.

(man denke an das lange Zeit hippe Theorem der Autopoiesis) und der Konstruktivismus mit dem hübschen Bild des sich selbst beobachtenden Beobachters, weiter die der Konkurrenzwirtschaft nachempfundene Arena-Theorie und die facettenreichen Adaptionen aus der Welt der Cultural Studies, dann der Mix aus System-, Handlungs- und Organisations-theorie, weiter die nun schon spezifischeren Öffentlichkeitstheoreme, aktuell etwa das Konzept der „dissonanten Öffentlichkeiten“ (Pfetsch et al. 2018), die Thesen über die „datafizierte“ Gesellschaft (Hepp 2016)¹⁰ und über „re-figurierte Öffentlichkeiten“¹¹: Sie befassen sich nicht (mehr) mit den Struktur- und Funktionsproblemen des Informationsjournalismus. Ihnen gemeinsam ist offenbar das zunehmende Desinteresse, vielleicht auch die Ratlosigkeit gegenüber den Spezifika des in die Krise geratenen Journalismus im Kontext des Medienwandels. Ihr auf die datafizierte Kommunikationsgesellschaft gerichtetes Interesse kann man als Plädoyer für die Auflösung des Berufsjournalismus deuten – natürlich nicht in der Realität, so doch in der Vorstellungswelt der Medienwissenschaft. Ich denke dabei an Vorschläge wie jenen, in Zukunft gleich die gesamte Internetwelt zur „interpersonal-öffentlichen Kommunikation“ (Brosius 2016) zu abstrahieren. Im schönen Schein solch ausgedachter Netzwerk-Universen verschwimmen die Umrisse des Journalismus wie der Andromedanebel am winterlichen Nachthimmel.

10 Vgl. die Themen des Panels "Datafizierung von Journalismus und Medienmärkten" an der vom "Forschungsverbund NRW Digitale Gesellschaft" ausgerichteten interdisziplinären Tagung „Datafizierte Gesellschaft: Praktiken, Prozesse und Folgen der Datafizierung“ am 24. und 25. September 2019 in Bonn unter: <http://konferenz-datafizierte-gesellschaft.de/programm-speaker/>.

11 Vgl. DFG-Projekt „Journalismus und sein Publikum: Die Re-Figuration einer Beziehung und ihre Folgen für journalistische Aussagenentstehung“ (2019-2022, Leitung Wiebke Loosen), mit dem u. a. die „Beziehung des Journalismus zu seinem Publikum und deren Folgen für journalistische Aussagenentstehung“ untersucht werden soll, unter: <https://www.kommunikative-figurationen.de/de/projekte/die-re-figuration-oeffentlicher-kommunikation-in-zeiten-tiefgreifender-mediatisierung-pionierjournalismus-publikumsbeziehungen-und-oeffentliche-anbindung/journalismus-und-sein-publikum/>.

5 Re-Konstruktion der Normativität

Mit dieser zugespitzten Kurzkritik wollte ich deutlich machen, dass wir uns um die Re-Konturierung eines sehr *spezifischen Typs gesellschaftlicher Kommunikation* kümmern sollten, für den sich im Laufe der vergangenen rund 250 Jahre – synchron mit der Herausbildung der bürgerlichen Gesellschaft – die Bezeichnung *Journalismus* durchgesetzt hat. Mit ihm verbinden sich weitere Setzungen. Vor allem die, dass hier die Informations- und Orientierungsfunktionen im Zentrum stehen, die mit der Geschichte der Demokratien westlichen Typs untrennbar verbunden, zugleich aber von deren antagonistischer Organisation geprägt sind: einerseits das anspruchsvolle Programm, eine über das aktuelle Geschehen in der Welt ausreichend informierte Öffentlichkeit herzustellen; andererseits die Distribution solcher Inhalte als kommerzielles Angebot, das den Spielregeln der kapitalistischen Markt- und Wettbewerbsgesellschaft unterworfen ist.

Die mit dieser Medienorganisation verbundenen Diskrepanzen sind oft beschrieben und doch unter den neoliberalen Kunststoffteppich gekehrt worden. Ich möchte fünf davon hervorholen und kurz in Erinnerung rufen.

Aufklärung und Wettbewerb: Die im Fortgang der Säkularisierung erwachte, von Francis Bacon, John Locke (*Essay Concerning Human Understanding* 1690), David Hume und Immanuel Kant ausgearbeitete Idee der Aufklärung (Slogan: „Überwindung der selbstverschuldeten Unmündigkeit“) materialisierte sich als Bildungsanspruch. Sie belebte die verstädterte, gegen Willkür und Bevormundung aufbegehrende Bürgergesellschaft, die ihren Freiheitsdrang allerdings mit dem Interesse an Konkurrenz und Wettbewerb verband. So war die in England mit dem 18. Jahrhundert beginnende Parlamentsberichterstattung nicht nur ein Kampf um Informationszugang, mithin um politische Öffentlichkeit, sondern von Anfang an auch ein Wettbewerb unter Zeitungsmachern. Nicht das Protokollieren, sondern die gesellschaftspolitische Brisanz und die um Aufmerksamkeit buhlende Verdichtung (Zuspitzung) der Nachrichten beherrschten die öffentliche Kommunikation und die Professionalisierung des englischen Journalismus. So gesehen bewirkte der Wettbewerb im Kontext der Demokratisierungsprozesse nicht nur Pressefreiheit als Abwehrrecht, sondern auch publizistische Meinungsvielfalt als Ausfluss der Gewerbefreiheit. Diese Prozesse intendierten damit – wie Habermas 1962

herausfand – seit dem 18. Jahrhundert die informationsbasierte Diskursivität der politischen Debatten als „öffentliches Gespräch“.

Macht und Machtkontrolle: Mit der Zensurfreiheit und dem Informationszugang der Journalisten öffnete sich die Möglichkeit öffentlicher Machtkontrolle, die von der Bindung der Staatsgewalt an legale und legitime („rationale“) Ziele und Zwecke ausgeht. Von daher stand und steht der Journalismus (in England als „fourth estate“) in einem quasi-natürlichen Spannungsfeld zu den Inhabern staatlicher Gewalt. Umgekehrt haben die Machtinhaber ein Interesse daran, ihre Absichten durchzusetzen und darum Machtkontrolle zu erschweren oder zu unterlaufen. Sie tun dies bis heute, indem sie den politischen Journalismus auf dem Rechtsweg entwaffnen und/oder Journalisten korrumpieren (Politik-PR, Nähe und Vertraulichkeit, Privilegien u. a. m.). Journalismus, der den Namen verdient, lässt sich nicht vereinnahmen: Er konfliktiert per se mit dem Arkaninteresse der Inhaber staatlicher und wirtschaftlicher Macht, unbeschadet ihrer politischen Linie und Programmatik.

Markt und Marktversagen: Die Organisationsform der Marktwirtschaft macht die Verleger zu unaufrichtig agierenden Publizisten; sie operieren quasi janusköpfig als profitorientierte Geschäftsleute und als Statthalter der Öffentlichkeit. Die rasanten Aufstiege und Niedergänge der Zeitungen in England zu Beginn des 18. Jahrhunderts wie auch – nach Aufhebung der Zensur – im Deutschen Reich am Ende des 19. Jahrhunderts ähneln mit ihrer knalligen Kurzlebigkeit vielen heutigen Online-Startups. Denn damals wie heute ist der Informationsjournalismus auf Erlöse (Refinanzierung) angewiesen und insofern erpressbar – von Sonderkonstruktionen (öffentlich-rechtlich organisierte Medien) und Ausnahmen (werbefreie Nischenprodukte) einmal abgesehen. Der Grundsatz, dass die Aussagenproduktion der Journalisten von Einflussnahmen freizuhalten und darin als meritorisches Gut und „service public“ zu behandeln sei, scheitert an den Marktzwängen oder an den Interessen wie auch Rendite-Zielen der Medieneigentümer. Die Ausnahmen – zum Beispiel die Genossenschaft der taz, das auf Spenden angewiesene netzpolitik.org oder das überwiegend von Stiftungen finanzierte Recherchebüro Correctiv! – sind zwar bemerkenswert, weil sie dem Leitbild Unabhängigkeit folgen, bestätigen jedoch die Regel.

Sachverhalte und Meinungen: Zuerst in England führte die Demokratisierung zur Einsicht, dass die Willensbildung des Souveräns in Gestalt der Stimmbürger auf die *zutreffende* Kenntnis der politischen Vorgänge wie

auch Absichten der Kandidaten gestützt sein solle. Während in deutschen Fürstenstaaten der Kampf gegen die Feudalen mit der „richtigen“ Gesinnung („Freiheit!“) ausgetragen wurde, bildete sich im schon freien britischen Journalismus im frühen 19. Jahrhundert der Grundsatz heraus, dass zwischen Sachbericht und Meinung kategorisch zu trennen sei: „Comment is free, but facts are sacred“. Die epistemologisch fundierte Erkenntnis, dass die (als zutreffend überprüften) Nachrichten der Meinungsbildung vorauszusetzen sind, hat der angloamerikanische Informationsjournalismus damals zum Prinzip erhoben. Dieses haben die Alliierten nach dem Zweiten Weltkrieg den deutschen Zeitungsverlegern in ihre Lizenzen hineingeschrieben. Es wurde auch mehrere Jahrzehnte lang beherzigt¹², in die Rundfunkstaatsverträge und Redaktionsordnungen (Statuten, Richtlinien, Codes of conduct)¹³ aufgenommen. Doch seit einiger Zeit dringt der Hang (oder Zwang) zur Meinungsmache wieder durch, werden Nachrichten nach Maßgabe politischer Präferenzen („Frames“) ausgewählt und mit politischen Wertungen durchsetzt – ein von unserer Studie (2017) nachgewiesener Trend, der den moralischen Universalisten wie auch ihren Gegenspielern, den Nationalisten, gut gefällt: Die jeweils „richtige“ Gesinnung soll das Nachrichtenbild prägen.

Rechtsstaatlichkeit und Öffentlichkeitsprinzip: In den autoritären Systemen muss der Journalismus immer wieder scheitern, weil dort die stets labile Balance zwischen Abhängigkeit und Unabhängigkeit nicht zu halten ist. In der westlichen Marktwirtschaft würde ihm – trotz Meinungs- und Pressefreiheit – vermutlich dasselbe widerfahren, gäbe es nicht die Verfahrenssicherheit der rechtsstaatlichen Organisation. Das Prinzip der Gewaltenteilung und die verrechtlichten Prüfverfahren geben dem machtkritischen Journalismus Handlungssicherheit. Aufdeckende Recherchen – aktuelle Beispiele: Panama Papers, Paradise Papers, „Cum-Extrades“-Enthüllung, Ibiza-Video – wären sonst nicht veröffentlicht oder mit Strafurteilen überzogen worden. Doch auch diese Garantien gelten nicht per se, sie sind prekär und müssen immer aufs Neue gesichert

¹² Die Unterscheidung ist auch straf- und presserechtlich relevant, indem Tatsachenbehauptungen der Wahrheitspflicht unterstehen, während Kommentare als Meinungsäußerungen einen „Beitrag zum geistigen Meinungskampf in einer die Öffentlichkeit wesentlich berührenden Frage“ leisten und von der Meinungsfreiheit gedeckt sind (BVerfGE7,212).;

¹³ Unter dem Topos „Innere Pressefreiheit“ wurden Redaktionsstatute in den 1970er Jahren vielerorts eingeführt (vgl. Skriver 1970).

werden. Staatsorgane – zumal die Innenbehörden (Staats- und Verfassungsschutz, Vollzugsbehörden) – wollen ihre Geheimhaltungssphäre ausweiten und das Zeugnisverweigerungsrecht der Journalisten aufweichen. Von daher ist die Informationszugangsfreiheit ein stets gefährdetes Gut, auch wenn es unter dem Paradigma der digitalisierten Zivilgesellschaft vom Journalistenprivileg zu einem Jedermannsrecht zu werden verspricht.

6 Widersprüche fruchtbar machen

Mit dieser Skizze der Diskrepanzen und Paradoxien will ich dieses doppelte Forschungsgebiet in den Fokus stellen: Zum einen hat sich die Aufgabenzuschreibung an den Journalismus im Fortgang der Demokratisierungsprozesse zu einem konsistenten, den Medienwandel überdauernden *normativen Set* verfestigt, das als abstrakter Bezugsrahmen der Erforschung der Medienpraxis dient. Zum andern verweisen die skizzierten Diskrepanzen auf ein breites Krisen- und Konfliktfeld *unterhalb dieses normativen Sets*, auf dem verschiedene Gruppen um hegemoniale Deutungsmacht rivalisieren und (unter den Produktionsbedingungen der kommerzialisierten Medien) um kulturelle Vorherrschaft streiten.

Auf diesem Feld – dies sollte die Episode im ersten Teil zeigen – agieren auch parteiergreifende Medienforscher, die ihr ideologisches Denken mit Moralismus verbrämen. Sie verleugnen die dem Journalismus zugewiesene Normativität und verwandeln ihn zur Waffe auf dem Kampffeld, auf dem sie ihre Deutungshoheit moralisierend verteidigen wollen. Auf der Gegenseite kämpfen die „progressiven Neoliberalen“ (Fraser 2017) als Verfechter des globalisierten *Consumermarktes*. Sie wollen die journalistische Aussagenproduktion über werberelevante Klicks und Quoten domestizieren, ähnlich, wie sie es mit den werbefinanzierten TV-Anbietern, den Online-Plattform-Betreibern und den bloggenden Influencern tun.

Aus meiner Sicht sollte die Medienwissenschaft solche Irreführungen nicht wohlwollend begleiten, sie vielmehr ideologiekritisch analysieren und offenlegen. Sie könnte erkennen, dass der moralisierende Universalismus ins Abseits führt, weil er „die Spannung zwischen Vernunft und Wirklichkeit“ negiert, wie es Richard Münch schon vor 25 Jahren sah (1995, 15). Mit dem von Hermann Lübke eingeführten Sinnbild des

Äsop'schen Fuchses gesprochen: Ideologiekritik begnügt sich nicht damit, den doppelten Betrug als Täuschung und Selbsttäuschung zu entlarven. Unter Bezugnahme auf die oben skizzierten Paradoxien und Diskrepanzen geht es darum, den Fuchs darüber aufzuklären, dass die Trauben – Metapher für das Menschenglück – für alle zu hoch hängen. Und dort auch hängen bleiben. Mit anderen Worten: Aus Sicht der Wissenschaft wie der journalistischen Praxis geht es nicht um die moralische Rechtfertigung des Sollens (Medienkritik) und nicht darum, das Sollen aus dem Sein abzuleiten (dies wäre nach David Hume ein naturalistischer Fehlschluss), wie dies beispielsweise in der aktuellen Debatte um die Regulierung der Onlinekommunikation versucht wird. Es geht, aufs Ganze der Gegenwartsgesellschaft bezogen, um die seit Hume mit der Aufklärung entwickelte moralfreie Normativität, die Demokratisierungsprozesse in Gang gesetzt und die Informations- und Meinungsfreiheit im Kontext des öffentlichen Rechts verwirklicht hat – nicht als beglückende Niederkunft des Sollens, sondern als infiniter Streit. Nebenbei: Dass dies (nur) in Westeuropa und Nordamerika gelang, erklärt der Staatsrechtler Möllers (2015) mit der spezifischen Normativität des öffentlichen Rechts, das immer wieder absichernd als Synchronisator zwischen der Welt der Vorstellungen (= Sollen als normative Ebene) und der Lebenswelt der Erfahrung (= Sein als empirische Ebene) funktioniert – eine Sichtweise, die im Jahr 2019 dazu einlud, im Rückblick auf „70 Jahre Grundgesetz“ die Diskrepanz zwischen der Normativität der Meinungs- und Informationsfreiheit und den Realitäten der digitalen Mediengesellschaft kritisch zu durchleuchten.

7 Medienforschung im Dienst der Diskursivität

Über das Jahr 2019 hinaus möchte ich die Medienwissenschaft ermuntern, ihrerseits diese Brücke zu schlagen: Sie könnte erstens die normativ gut begründeten Qualitäten aus der breiten Medienflut herausfiltern und zum Gegenstand aktueller Forschungsfragen machen. Sie kann zweitens die Aussagenproduktion des Informationsjournalismus im Hinblick auf die Geltung gesellschaftspolitischer Normen moralfrei untersuchen und interpretieren. Drittens kann sie Diskrepanzen zwischen den normativ begründeten Ansprüchen und den medienanalytisch gewonnenen Befunden als Dysfunktionen deuten, die aufzeigen, was zu tun wäre, um die

bereits vor einem halben Jahrhundert für die Medien postulierte „gesellschaftliche Verständigung“ (Habermas 1968, 63f.) zu stärken und indirekt integrativ zu wirken. Sie würde damit, viertens, ideologiekritisch arbeiten, indem sie die partikularen Interessen einflussnehmender Akteure (Gruppen, Parteien, Machtträger, Medieneigner) identifiziert und benennt. Sie könnte zum Beispiel auch jene identifizieren, die mit dem Gestus des moralisch Überlegenen auftreten, tatsächlich aber ihre identitären Denkmuster zur Geltung bringen und abweichende Positionen diffamieren wollen.

Jedes identitäre Denken – ob universalistisch oder nationalistisch eingekleidet – will Diskursivität unterbinden und den normativen Kern des Journalismus durch Zwecke ersetzen, die der Welt der Propaganda zugehören. Diesem Denken dient der Äsop'sche Fuchs mit dem Spruch: Diese Trauben sind für euch zu sauer.

Literatur

- Bessette, Joseph M. 1980. „Deliberative Democracy: The Majority Principle in Republican Government“. In *How Democratic is the Constitution?*, herausgegeben von Robert A. Goldwin und William A. Schambra, 102–116. Washington, D.C.: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Brosda, Carsten. 2008. *Diskursiver Journalismus. Journalistisches Handeln zwischen kommunikativer Vernunft und mediensystemischem Zwang*. Wiesbaden: Springer VS.
- Brosius, Hans-Bernd. 2016. „Warum Kommunikation im Internet öffentlich ist. Zu Andreas Heppes Beitrag ‚Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten‘“. In: *Publizistik* 61, 363–372.
- Bröning, Michael, und Christoph P. Mohr. 2017. „Flucht, Migration, Verantwortung und das progressive Dilemma der Linken. Eine Einführung“. In: *Flucht, Migration und die Linke in Europa*, herausgegeben von Michael Bröning und Christoph P. Mohr, 9–22. Bonn: Verlag J.H.W. Dietz.
- Fraser, Nancy. 2017. „From Progressive Neoliberalism to Trump – and Beyond“. *American Affairs*. Winter, Vol. I, No. 4. <https://americanaffairsjournal.org/2017/11/progressive-neoliberalism-trump-beyond/>. Zugegriffen: 16. November 2019.
- Grau, Alexander. 2017. *Hypermoral - Die neue Lust an der Empörung*. München: Claudius.
- Goeßmann, David. 2017. *Die Erfindung der bedrohten Republik. Wie Flüchtlinge und Demokratie entsorgt werden*. Berlin: Das Neue Berlin.
- Habermas, Jürgen. 1968. *Technik und Wissenschaft als ‚Ideologie‘*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Hafez, Kai. 2016. „Compassion Fatigue der Medien? Warum der deutsche ‚Flüchtlingsommer‘ so rasch wieder verging“. *Global Media Journal (German Edition)* 6 (1): 1-8. https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00035505/GMJ11_Hafez.pdf. Zugegriffen: 16. November 2019.
- Haller, Michael. 2016. „Wie kann Verständigung gelingen? Der Auftrag des Journalismus und das Misstrauen des Publikums“. In *Vielfalt statt Abgrenzung. Wohin steuert Deutschland in der Auseinandersetzung um Einwanderung und Flüchtlinge?*, herausgegeben von der Bertelsmann Stiftung, 171-192. Gütersloh: Bertelsmann.
- Haller, Michael. 2017. *Die ‚Flüchtlingskrise‘ in den Medien – tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information*. Otto Brenner Stiftung, Frankfurt a. M., https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publicationen/AH93_Fluechtlingskrise_Haller_2017_07_20.pdf. Zugegriffen: 16. November 2019.
- Haller, Michael. 2019. *Zwischen ‚Flüchtlingskrise‘ und ‚Migrationspakt‘ – Mediale Lernprozesse auf dem Prüfstand*. Otto Brenner Stiftung, Frankfurt a. M., https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publicationen/AP37_Fluechtlingskrise_II_Haller.pdf. Zugegriffen: 16. November 2019.
- Haller, Michael. 2019. „Lügen? Aufklären? Vernebeln? Über das Scheitern des Medien-Diskurses während der sogenannten Flüchtlingskrise“. In *Migration und Interkulturalität*, herausgegeben von Kerstin Störl, 143-160. Berlin: Peter Lang.
- Hepp, Andreas. 2016. „Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten“. In: *Publizistik* 61: 225-246.
- Hofbauer, Hannes. 2018. *Kritik der Migration. Wer profitiert und wer verliert*. Wien: Promedia.
- Horz, Christine. 2017. Essay: „Zu positive Berichterstattung? Die Studie des Kommunikationswissenschaftlers Michael Haller zur ‚Flüchtlingsberichterstattung‘ in deutschen ‚Leitmedien‘“. In: *Global Media Journal (German Edition)* 7 (2): 1-12, https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00039827/GMJ14_Horz_final.pdf. Zugegriffen: 16. November 2019.
- Kostner, Sandra. 2019. „Identitätslinke Läuterungsagenda. Welche Folgen hat sie für Migrationsgesellschaften?“ In *Identitätslinke Läuterungsagenda*, herausgegeben von Sandra Kostner, 17-73. Stuttgart: ibidem Sachbuch.
- Lenk, Kurt. 1967. „Problemgeschichtliche Einleitung“. In *Ideologie. Ideologiekritik und Wissenssoziologie*, herausgegeben von Kurt Lenk, 15-61. Neuwied: Luchterhand.
- Lessenich, Stephan. 2016. *Neben uns die Sintflut. Die Externalisierungsgesellschaft und ihr Preis*. München: Hanser Berlin.
- Lessenich, Stephan. 2019. „Die Dialektik der Demokratie. Grenzziehungen und Grenzüberschreitungen im Wohlfahrtskapitalismus“. In *Was stimmt nicht in der Demokratie?*, herausgegeben von Hanna Ketterer und Karina Becker, 121-138. Berlin: Suhrkamp.
- Löffelholz, Martin, und Liane Rothenberger. 2016. „Journalismustheorien – Einführung und Überblick“. In *Handbuch Journalismustheorien*, herausgegeben von Martin Löffelholz und Liane Rothenberger, 11-27. Wiesbaden: Springer VS.
- Lübbe, Hermann. 1974. *Politische Philosophie in Deutschland*. München: Piper.

- Lübbe, Hermann. 1987. *Politischer Moralismus: Der Triumph der Gesinnung über die Urteilskraft*. Berlin: Siedler.
- Maurer, Marcus, Jost Pabro, Jörg Haßler, und Simon Kruschinski. 2019. „Auf den Spuren der Lügenpresse. Zur Richtigkeit und Ausgewogenheit der Medienberichterstattung in der ‚Flüchtlingskrise‘“. *Publizistik* 64: 15–35.
- Möllers, Christoph. 2015. *Die Möglichkeit der Normen - Über eine Praxis jenseits von Moralität und Kausalität*. Berlin: Suhrkamp.
- Moore, E. G. 1903. *Principia Ethica*. Cambridge University Press. Digital transkribiert unter: <http://fair-use.org/g-e-moore/principia-ethica/>. Zugegriffen: 16. November 2019.
- Münch, Richard. 1995. *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Neue deutsche Medienmacher. 2017. Stellungnahme: Neue deutsche Medienmacher kritisieren besorgten Wissenschaftler (mit Reaktion und Replik). <https://www.neuemedienmacher.de/pressemitteilung-neue-deutsche-medienmacher-kritisieren-besorgten-wissenschaftler/>. Zugegriffen: 16. November 2019.
- Peters, Bernhard, Tanjev Schultz, und Andreas Wimmel. 2007 [2004]. „Publizistische Beiträge zu einer diskursiven Öffentlichkeit“. Nachgedruckt in *Der Sinn von Öffentlichkeit*, herausgegeben von Hartmut Weßler, 203–247. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Pfetsch, Barbara, Löblich, Maria, und Christiane Eilders. 2018. „Dissonante Öffentlichkeiten als Perspektive kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung“. *Publizistik* 63: 477–495.
- Skriver, Ansgar. 1970. *Schreiben und Schreiben lassen. Innere Pressefreiheit – Redaktionsstatute*. Karlsruhe: Verlag C.F. Müller.
- Stegemann, Bernd. 2018. *Die Moralfalle. Für eine Befreiung linker Politik*. Berlin: Matthes & Seitz.
- Theis-Berglmair, Anna Maria. 2016. „Auf dem Weg zu einer Kommunikationswissenschaft. Zu Andreas Hepps Beitrag ‚Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten‘“. *Publizistik* 61: 385–391.
- Welzer, Harald. 2016. *Die smarte Diktatur. Der Angriff auf unsere Freiheit*. Frankfurt: S. Fischer.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Ideologie und Wissenschaft

Stereotyp und Ideologie. Marginalisierung kritischer Forschung in der Kommunikationswissenschaft

Martina Thiele

Keywords: Stereotyp, Ideologie, Fachgeschichte, Metaanalyse, Phasen

Abstract

Der Beitrag verfolgt zwei Ziele: Zum einen möchte er den Zusammenhang zwischen Stereotypen und Ideologie verdeutlichen, zum anderen Phasen des Aufschwungs und der Marginalisierung kritischer Stereotypenforschung in der deutschen Kommunikationswissenschaft nachzeichnen. Grundlage des Phasenmodells sind Metaanalysen der Forschung zu Stereotypen. Sie führen auch zur Klärung wissenschaftstheoretischer Positionen. Die Marginalisierung (ideologie-)kritischer Positionen wird abschließend durch ein Beispiel – Reaktionen auf das Werk Franz Dröges – veranschaulicht.

Thiele, Martina. 2019. „Stereotyp und Ideologie. Marginalisierung kritischer Forschung in der Kommunikationswissenschaft“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 290–318. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.14

1 Stereotype und Stereotypenforschung

Im Verlauf des 20. Jahrhunderts haben sich Forscher*innen verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen mit der Entstehung und mit möglichen individuellen wie gesellschaftlichen Funktionen von Stereotypen, Feindbildern, Vorurteilen und Klischees beschäftigt. Als ein Klassiker gilt Walter Lippmanns *Public Opinion* von 1922, ein Werk, das erst 1964 auf Deutsch erschienen ist (Lippmann 1922; Lippmann 1964).¹ Lippmann, der *Public Opinion* unter dem Eindruck der im Ersten Weltkrieg verfeinerten Propagandatechniken verfasst hat, definiert Stereotype als „pictures in our heads“ und spricht damit ihre kognitive Dimension an. Zugleich beschreibt er aber auch die politischen und sozialen Folgen stereotyper Wahrnehmungs- und Berichterstattungsmuster und ihre positiven wie negativen Funktionen.

Laut Jürgen Wilke (2007, 603) hat Lippmann den Begriff des Stereotyps „wenn nicht eingeführt, so doch in Umlauf gebracht, noch bevor die sozialpsychologische Stereotypen- und Vorurteilsforschung richtig einsetzte“. Nicht nur aus der Sozialpsychologie, sondern auch der Linguistik, der Politik- und der Geschichtswissenschaft kamen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wichtige Impulse. So haben etwa die Forscher*innen um Theodor W. Adorno in *The Authoritarian Personality* (Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson und Sanford 1950) und später am wiedergegründeten Frankfurter Institut für Sozialforschung theoretische wie empirische Grundlagen für die Stereotypen- und Vorurteilsforschung geschaffen. Die Kommunikations- und Medienwissenschaft hat diese Anregungen zum Teil aufgegriffen, zum Teil aber auch übersehen bzw. nicht zur Kenntnis nehmen wollen. Andererseits sind in den genannten Nachbardisziplinen (Massen-)Medien als Konstrukteure und Vermittler von Stereotypen überwiegend nicht berücksichtigt worden.

Aufschlussreich ist, wie sich im Laufe der Jahrzehnte und je nach akademischer Disziplin sowie theoretischer Positionierung Stereotyp-

¹ Der Berliner Publizistikwissenschaftler Fritz Eberhardt hat das Werk 1964 für die Wochenzeitung *Die Zeit* rezensiert und die mangelhafte Übersetzung kritisiert (Eberhardt 1964). 2018 ist eine Neuübersetzung erschienen. Die Herausgeber*innen Walter Otto Ötsch und Silja Graupe führen in das Werk Lippmanns ein und meinen, es sei höchste Zeit, sich das Wissen über die Macht innerer Bilder und die Manipulation öffentlicher Meinung wieder anzueignen, das vor fast einhundert Jahren bereits vorlag (vgl. Ötsch und Graupe 2018, 53).

definitionen verändert haben. Eine weitere, viel zitierte Definition stammt neben der Walter Lippmanns von der Linguistin Uta Quasthoff. Sie verweist u. a. auf die ungerechtfertigte Pauschalisierung, die mit Stereotypisierung einhergeht: „Ein Stereotyp ist der verbale Ausdruck einer auf soziale Gruppen oder einzelne Personen als deren Mitglieder gerichteten Überzeugung. Es hat die logische Form eines Urteils, das in ungerechtfertigt vereinfachender und generalisierender Weise, mit emotional-wertender Tendenz, einer Klasse von Personen bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen zu- oder abspricht. Linguistisch ist es als Satz beschreibbar“ (Quasthoff 1973, 28).

Ihre Definition ist auch aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht hilfreich, weil Quasthoff die „Bilder in unseren Köpfen“ als etwas Beschreibbares versteht. Ein Stereotyp lässt sich in Worte fassen, unabhängig davon, ob es medial in Form eines Bildes (Karikatur, Foto), in Form einer Bildsequenz oder eines Textes vermittelt worden ist.

Sozialpsychologische Definitionen beschreiben Stereotype vor allem als Kognitionen oder auch als „Korrelationen zwischen Merkmalen und einer (sozialen) Kategorie“ (Six und Six-Materna 2006, 325). Auf ein Werturteil wird meist verzichtet, ebenso auf die Thematisierung einer Unangemessenheit bzw. Realitätsinadäquanz von Stereotypen.

Meine Definition versucht verschiedene Aspekte zu integrieren: Stereotype beruhen auf Kategorisierung und Attribuierung. Bestimmte Eigenschaften werden als eng verbunden mit zuvor kategorisierten Personen(gruppen), Gegenständen, Situationen oder auch abstrakten Dingen und Ideen *wahrgenommen* und diese Wahrnehmungen dann als Behauptungen formuliert, in Medien verbalisiert und visualisiert. Dass es sich bei jenen Behauptungen um nichtzutreffende, auf Fehlwahrnehmungen beruhende Aussagen handeln könnte, ist hier impliziert. Doch geht es nicht nur um richtige oder falsche Attribuierungen. Der vorgelagerte Prozess der Kategorisierung bzw. das Denken in Kategorien und Dualismen ist m. E. und gerade auch mit Blick auf Ideologien wie Rassismus, Klassismus und Sexismus entscheidender als die Zuschreibung von Eigenschaften.

Zu Stereotypdefinitionen ist noch anzumerken, dass sie kaum alle mit Stereotypisierung, ihren Ursachen sowie Folgen verbundenen Aspekte berücksichtigen können, denn Definitionen sollen vor allem kurz und Ausgangspunkt weiterer Forschung sein. Doch fällt auf, dass Stereotypdefinitionen in kommunikationswissenschaftlichen Studien häufig gar

nicht vorgenommen oder aber dadurch ersetzt werden, dass die Autor*innen soziale wie individuelle *Funktionen* von Stereotypen aufzählen und meinen, damit hinreichend erklärt zu haben, was Stereotype *sind*. Umgangen wird so eine tiefergehende theoretische Befassung mit Stereotypen, die zu einer Positionierung in den Debatten führen würde, die in der Stereotypenforschung anhaltend sind und die an anderer Stelle als „epistemologische Herausforderungen“ (Thiele 2015) schon ausführlich beschrieben wurden. Es geht in diesen Theoriedebatten beispielsweise um das Verhältnis von Stereotypen, Realität und Medienrealität, die sogenannte „kernel-of-truth-debate“, um Attribuierungen und die Frage, ob es nicht auch positive Stereotype gibt, um (De-)Kategorisierung und Intersektionalität (Thiele 2017; 2019), um Stereotypenbeständigkeit oder -wandel und selbstverständlich auch um Funktionen von Stereotypen, dann aber auch weitergehend um eine Kritik des Funktionalismus in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung. Denn tendenziell blendet eine funktionalistische Sicht auf Gesellschaft Fragen der Macht und des Machterhalts aus. Sie zielt auf den Erhalt des Status quo und ist damit keineswegs unpolitisch, wie auch Dennis McQuail (1994, 78) betont: „While apolitical in formulation, it suits pluralist and voluntarist conceptions of the fundamental mechanisms of social life and has a conservative bias to the extent that the media are likely to be seen as a means of maintaining society as it is rather than a source of major change.“

Eingedenk dieser kritischen Perspektive auf funktionalistische Ansätze widme ich mich im folgenden Abschnitt einer Funktion bzw. Dysfunktion von Stereotypen, die, wie ich vermute, *aus ideologischen Gründen* in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur nur selten thematisiert wird: der ideologischen Funktion von Stereotypen.

2 Stereotype und Ideologie

Wenn es um Stereotype und ihre Funktionen geht, wird zumeist als erste die der *Komplexitätsreduktion* angeführt. Aussagen wie „Stereotype sind unvermeidlich, weil sie ‚automatisch‘ aktiviert werden“ und „Stereotype erleichtern die Orientierung in einer komplexen Welt“ werden durch Ergebnisse der Kognitionsforschung gestützt und scheinen mehrheitlich akzeptiert. Eine auf Selektionen und Generalisierungen von Informationen basierende Kommunikation gilt als funktional und „effizient“.

In der Literatur sind so gut wie keine kritischen Auseinandersetzungen mit dieser „rationalen“, „ökonomischen“ Sicht zu finden, obwohl sie als ebenfalls stereotyp, als *ideologisch* und als Zeichen für „cognitive laziness“, für Denkfaulheit, gedeutet werden könnte. Schließlich verdecken Stereotype und Vorurteile, wie komplex die Welt nun einmal ist.

In den Blick genommen werden sollten jedenfalls Funktionen wie Dysfunktionen von Stereotypen, denn sie können, je nachdem, ob es um das Individuum oder die soziale Gruppe geht, ob jemand zur Ingroup oder zur Outgroup gehört, stereotypisierende oder stereotypisierte Person ist, positive oder negative Folgen haben. Das ist sofort nachvollziehbar bei Stereotyp-Funktionen wie Orientierung, Wissen, Identitätsbildung und -stabilisierung, Integration und Desintegration.

Doch was ist mit der Ideologiefunktion? Thematisiert wird sie nur von einigen Autor*innen, die sie auch die politische oder propagandistische Funktion von Stereotypen nennen. So befasst sich Franz Dröge in einem Abschnitt seiner Studie *Publizistik und Vorurteil* (1967) mit „Stereotype und Ideologie“, ohne aber auf den Ideologiebegriff näher einzugehen. Insbesondere in Krisenzeiten, wenn die alten Gewissheiten erschüttert werden, erhielten „universelle Lösungen (ideologische Propaganda) den Vorzug vor rationaler, aufklärerischer Wirklichkeitsbewältigung“ (Dröge 1967, 162f.). Eine politisch-ideologische Funktion von Stereotypen ist nach dieser Interpretation eng verbunden mit den Funktionen der Orientierung und Stabilisierung des Selbst. Dröge verweist auf das „Gewißheitsbedürfnis“ und die „Intoleranz für Vieldeutigkeit“ bzw. „Ablehnung von Unbestimmtheit“, die bei „autoritären Persönlichkeiten“ (vgl. Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson und Sanford 1950) noch stärker ausgeprägt seien. Als Beleg für „ein Interdependenzverhältnis zwischen Stereotype und Ideologie einerseits und dem Bedürfnis nach subjektiver Gewißheit, das die Intoleranz für Vieldeutigkeit motiviert, andererseits“ (Dröge 1967, 163) führt er die Situation in Deutschland nach Ende des Ersten Weltkriegs an und argumentiert damit ähnlich wie Walter Lippmann, dessen Auseinandersetzung mit Stereotypen in *Public Opinion* (1922) ebenfalls Folge der Erfahrung des Ersten Weltkriegs ist.

Dass Stereotype Hochkonjunktur in Krisenzeiten hätten und in Umbruchszeiten eine besondere Ideologieanfälligkeit zu konstatieren sei, sind in der Literatur häufig anzutreffende Erklärungen. Ihre empirische Überprüfung ist allerdings schwierig, schon die Bestimmung von „Krise“ oder „Umbruchszeit“ fällt nicht eindeutig aus. Dennoch wird ein

Zusammenhang zwischen politisch unsicherer Lage und Stereotypenhäufigkeit, -verbreitung und -verfestigung hergestellt. Dröge gelangt zu dem Schluss: „Allen Ideologien liegen also Stereotypen zugrunde, weil dies ein Grundzug der Ideologiebildung ist.“ (Dröge 1967, 169)

Was aber meint „Ideologie“ und worin genau besteht die ideologische Funktion von Stereotypen? Mit dem Ideologiebegriff aus politikwissenschaftlicher Sicht setzen sich Autor*innen im von Anton Pelinka 1981 herausgegebenen Band *Ideologien im Bezugsfeld von Geschichte und Gesellschaft* auseinander. Pelinka geht einleitend auf die Vielschichtigkeit des Ideologiebegriffs ein und unterscheidet einen Neutralität beanspruchenden Ideologiebegriff deutlich vom in der Tradition des Marxismus stehenden (vgl. Pelinka 1981, 9). Auch Kurt Lenk (1981, 98f.) trifft diese Unterscheidung zwischen wissenssoziologischen Positionen, wie sie etwa Karl Mannheim vertreten hat, und marxistischen. Sehen Vertreter*innen wissenssoziologischer Positionen in jeder Auslegung von menschlich-historischem Selbstverständnis Ideologie, ist Ideologie nach Karl Marx und Friedrich Engels gesellschaftlich erzeugtes falsches Bewusstsein² und Ausdruck ökonomischer und politischer Gegebenheiten. Sie ergibt sich aus der unterschiedlichen Stellung der Individuen im Produktionsprozess. Wenn auch ihre Inhalte sich wandelten, sei doch ihre Funktion die gleiche: Erhaltung des Status quo und somit der bestehenden Machtverhältnisse im Kapitalismus. Den Ideologiebegriff entwickeln Marx und Engels in verschiedenen Schriften, so in der *Deutschen Ideologie* (vgl. MEW 1958, Bd. 3, 26f.), in der im Vorwort von *Zur Kritik der Politischen Ökonomie* skizzierten Basis-Überbau-Lehre, wo von den „ideologischen Formen“ (MEW 1958, Bd. 13, 8f.) die Rede ist, in der Auseinandersetzung mit gegenläufigen Strömungen innerhalb der Arbeiterbewegung und in den Engelsschen Altersbriefen. Hans-Christoph Rauh (1969) extrahiert aus den verschiedenen Verwendungen des Ideologie-Begriffs bei Marx und Engels eine Definition, die vor allem durch die Camera-Obscura-Metapher in der *Deutschen Ideologie* geprägt scheint. Danach ist Ideologie „das der Wirklichkeit fremd und metaphysisch-fetischisiert gegenüberstehende

2 An Franz Mehring schreibt Friedrich Engels 1893: „Die Ideologie ist ein Prozess, der zwar mit Bewusstsein vom so genannten Denker vollzogen wird, aber mit einem falschen Bewusstsein. Die eigentlichen Triebkräfte, die ihn bewegen, bleiben ihm unbekannt, sonst wäre es eben kein ideologischer Prozess. Er imaginiert sich also falsche resp. scheinbare Triebkräfte.“ (MEW 1958, Bd. 39, 97)

idealistisch-verkehrte Bewußtsein, das die tatsächlichen Verhältnisse auf den Kopf stellt und in diesem Sinne verkehrt widerspiegelt“ (Rauh 1969, 290, zit. nach Sorg 1981, 90).

Gemeinhin wird *Ideologie* mit „Ideenlehre“ oder „Weltanschauung“ übersetzt. Peter Christian Ludz (1981) bietet eine Definition, die er selbst als Substrat und relativ abstrakt bezeichnet. Sie entspricht der von Pelinka (2004, 176) als „bemüht wertfrei“ bezeichneten Variante, die im Gegensatz zum negativ gewerteten Ideologiebegriff in der Tradition von Marx und Engels steht. Ludz also fasst zusammen: „Ideologie ist eine aus einer historisch bedingten Primärerfahrung gespeiste, systemhafte und lehrhafte Kombination von symbolgeladenen theoretischen Annahmen, die spezifischen historisch-sozialen Gruppen ein intentional-utopisches, tendenziell geschlossenes und dadurch verzerrtes Bild von Mensch, Gesellschaft und Welt vermittelt und dieses Bild für eine bestimmte politisch-gesellschaftliche Aktivität bei strenger Freund-Feind-Polarisierung programmatisch-voluntaristisch organisiert.“ (Ludz 1981, 37)

Um Antworten auf die zweite Frage, worin genau die ideologische Funktion von Stereotypen besteht, bemühen sich nur wenige Autor*innen. Zu nennen sind die Linguistin Uta Quasthoff, der polnische Sprachphilosoph Adam Schaff und mit Stuart Hall einer der wichtigsten Vertreter der Cultural Studies, der sich u. a. in dem Beitrag *Das Spektakel der Anderen* (Hall 2004, 108-167) mit Stereotypisierung als Repräsentationspraxis beschäftigt hat.

Nach einer Erläuterung verschiedener Ideologiebegriffe gelangt Quasthoff zu dem Ergebnis, dass „die marxistische Theorie der auf ökonomischen Bedingungen beruhenden Klassengesellschaft [...] für die Problematik der Vorurteile den größten Erklärungswert hat“ (Quasthoff 1973, 129). Danach würden Vorurteile und Stereotype als Herrschaftsmittel eingesetzt und dienen der Machtstabilisierung der herrschenden Klasse. Dennoch sei Differenzierung geboten: „Man wird einzelne soziale Vorurteile oder ‚Stereotype‘ zu betrachten haben, wird fragen müssen, welcher Art von Ideologie sie zuzurechnen sind, welchen Grad von Realitätsgehalt, von Rationalität sie beinhalten, welche Formen gesellschaftlichen Handelns sie implizieren.“ (Quasthoff 1973, 148) „Wertfrei“ könnten diese Fragen sowie die nach den Funktionen von Vorurteilen nicht beantwortet werden, entscheidend sei die Ergründung des *cui bono?* und damit der Interessengebundenheit von Vorurteilen.

Schaff sieht eine enge Verbindung zwischen Stereotypen und Ideologie. In „Rückkopplungsprozessen“ verstärkten sie sich gegenseitig: „Das Denken in Stereotypen unterstützt die Abwehrfunktion der Ideologie [gegenüber anderen Ideologien und ihren spezifischen Stereotypen, M.T.], und das ideologische Denken fördert die Genese und Fixierung der Stereotypen.“ (Schaff 1980, 99) So sei es „nicht weiter erstaunlich, daß die Stereotypen ein geradezu unersetzliches Instrument im Arsenal des politischen Kampfes sind“ und folglich politische Funktionen erfüllen (ebd.). Neben der politischen und der Funktion der Ideologiebildung nennt Schaff die Abwehrfunktion und die sozialintegrative Funktion. Alle vier seien eng miteinander verbunden. „Der gemeinsame Nenner, auf den man diese Funktionen reduzieren kann, ist die Verhüllung der sozialen Wirklichkeit.“ (Schaff 1980, 102).

Stuart Hall ist in seiner Analyse von Stereotypen stark beeinflusst durch die Arbeiten Louis Althusers, der wiederum vom Marx'schen Ideologiebegriff und den Schriften Antonio Gramscis ausgegangen ist, sich aber teilweise vom Marx'schen Ideologiebegriff absetzt.³ Unter dem Eindruck der politischen Proteste von 1968 veröffentlichte Althusser 1970 den Aufsatz *Idéologie et appareils idéologique d'Etat (Notes pour une recherche)*⁴, in dem er sich mit Institutionen („Apparaten“) innerhalb des kapitalistischen Systems und ihrer Macht, Ideologie zu verbreiten, beschäftigt. Zu den ideologischen Staatsapparaten, die die Existenz des repressiven Staatsapparates sichern, zählt Althusser Religion, Schule und Hochschule, Familie, Recht, Politik, korporatistische Verbände, Information und Kultur – sprich „die Medien“ – sowie Literatur, Kunst, Sport etc. (vgl. Althusser 1977, 119f.). Jene Apparate könnten aber, so der Autor, nicht vollständig von den Kapitalisten kontrolliert werden. Umso stärker sei ihr Bemühen, mittels Interpellation („Anrufung“) eine Subjektivierung zu erreichen, die aber nur eine scheinbare Handlungsfähigkeit, in Wirklichkeit

3 Althusser skizziert in *Ideologie und ideologische Staatsapparate* (1970/dt. 1977) u. a. den Entwurf einer „Theorie der Ideologie“ und gelangt zu einer Definition, wonach „Ideologie eine ‚Vorstellung‘ des imaginären Verhältnisses der Individuen zu ihren realen Existenzbedingungen“ (1977, 133) sei.

4 Auf Deutsch erstmals 1971 in der marxistischen Studierendenzeitung *Facit* unter dem Titel *Ideologie und ideologische Staatsapparate (Anmerkungen für eine Untersuchung)* erschienen.

Unterwerfung und gerade nicht SUBJEKTIVIERUNG⁵ bedeute. Althusser erkennt in der Rede von der Handlungsfähigkeit und vom freien Willen zu bekämpfende Ideologie, weil gerade diese Anrufung die bestehenden ausbeuterischen Verhältnisse aufrechterhalte.

Diese Gedanken Althussters greift Stuart Hall auf. Denn wenn ideologische Staatsapparate als „Instanzen der Ausbildung und Vermittlung all dessen, was der Begriff der ‚Kultur‘ umfasst“ (Wolf 2004, 764f.), verstanden werden, ist ihre Analyse, konkret die Analyse von Sozialisationsinstanzen wie Familie, Schule, Religion, Medien, Sport, Militär etc. politisches Programm. Dabei sollte aber Abstand genommen werden von reduktionistischen, deterministischen, essentialistischen Betrachtungen, vielmehr der Zusammenhang zwischen Kultur und Kapitalismus gesehen werden, „wobei jede Seite dieses Zusammenhangs für die andere Ursache und Wirkung zugleich ist“ (Wolf 2004, 765). Dies bezeichnet Althusser (2011/1962, 121f.) als „Überdeterminierung“. So gesehen ist Kultur Ursache wie Effekt von Klassenpositionen. Und so gesehen sind Cultural Studies immer auch ein politisches Projekt.

Mehr noch aber als Althussters Ausführungen zur Ideologie in dem Aufsatz *Ideologie und ideologische Staatsapparate* überzeugt Hall Althussters Annäherung an den Ideologie-Begriff, die jener in dem zuvor publizierten Aufsatz *Für Marx* (1968) vorgenommen hat. Darin beschreibe Althusser, so Hall (2004, 50), Ideologie als „Systeme der Repräsentation, bestehend aus Konzepten, Ideen, Mythen oder Bildern“.⁶ In diesen Systemen der

5 Althusser verdeutlicht durch die Unterscheidung zwischen Groß- und Kleinschreibung von „Subjekt“ bzw. „SUBJEKT“, was er unter der „doppelten Spiegelstruktur der Ideologie“ versteht: „1. die Anrufung der ‚Individuen‘ als Subjekte, 2. ihre Unterwerfung unter das SUBJEKT, 3. Die wechselseitige Wiedererkennung zwischen den Subjekten und dem SUBJEKT sowie der Subjekte untereinander und schließlich die Wiedererkennung des Subjekts durch sich selbst, 4. Die absolute Garantie, daß alles in Ordnung ist und daß alles gut gehen wird, solange die Subjekte nur wiedererkennen, was sie sind, und sich dementsprechend verhalten: ‚Amen!‘ [Hebräisch: ‚Wahrlich, es geschehe!‘].“ (Althusser 1977, 147f.)

6 Diese Beschreibung stammt allerdings tatsächlich mehr von Hall. Althusser hingegen weigert sich in *Für Marx*, Ideologie ausführlich zu definieren: „Es genügt, sehr schematisch zu wissen, dass eine Ideologie ein (seine eigene Logik und seine eigene Strenge besitzendes) System von Vorstellungen (Bildern, Mythen, Ideen oder Begriffen, je nachdem) ist, das im Schoß einer gegebenen Gesellschaft mit einer geschichtlichen Existenz und einer geschichtlichen Rolle begabt ist.“ (Althusser 1968, 181, auch 2011, 295)

Repräsentation würden Menschen „ihre imaginären Beziehungen zu ihren wirklichen Existenzbedingungen leben“ (ebd.). „Leben“ steht für Hall in unmittelbarem Zusammenhang mit Erfahrung. „Durch die [Repräsentation, M. T.] und in den Systemen der Repräsentation der Kultur ‚erfahren‘ wir die Welt: Erfahrung ist das Produkt unserer Verständnisfähigkeit, unserer Interpretationsraster. Folglich gibt es keine Erfahrung außerhalb der Kategorien von Repräsentation oder Ideologie.“ (Hall 2004, 52f.)

Repräsentationsforschung ist für Hall und andere Vertreter*innen der kritischen Cultural Studies dementsprechend Ideologieforschung bzw. in marxistischer Ausdrucksweise: Ideologiekritik. Er beschäftigt sich in *Das Spektakel der Anderen* (im Original *The Spectacle of the „Other“*, 1997) mit „‚Stereotypisierung‘ als Repräsentationspraxis“ und fragt: „Welche typischen Formen und Praktiken werden heute angewandt, um ‚Differenz‘ in der Alltagskultur zu repräsentieren, und wo kommen diese populären Formen und Stereotypen her?“ (Hall 2004, 108) Hall bietet am Ende seiner Analyse rassistischer Stereotype in populären Medien auch Antworten darauf, warum stereotypisiert wird und wer davon profitiert. Ohne offen „funktionalistisch“⁷ zu argumentieren, wird die übergeordnete ideologische Funktion von Stereotypen durch die Nennung offensichtlicher Funktionen wie Reduzierung, Essentialisierung, Naturalisierung, Fixierung von Differenz, Inklusion und Exklusion, schließlich Machterhalt, sehr deutlich.

In diesem Abschnitt, in dem der Zusammenhang zwischen Stereotypen und Ideologie erläutert wurde, sind mit Franz Dröge, Adam Schaff, Uta Quasthoff, Karl Marx und Friedrich Engels, Louis Althusser und Stuart Hall einige Autor*innen zitiert worden, die in der deutschsprachigen Mainstream-Kommunikationswissenschaft nicht sehr häufig Erwähnung finden. Welche Autor*innen und welche Themen in einer Fachdisziplin präsent sind – etwa durch Publikationen und Zitationen – ist aus fachhistorischer Perspektive hochinteressant, ebenso, welche Forschungsgebiete betreten, welche Studien durchgeführt werden und welche nicht. Um den Stellenwert der Stereotypen- und Vorurteilsforschung in der deutsch-

7 Auch an Althusser's Aufsatz wurde kritisiert, dass er „funktionalistische“ Aussagen enthalte (vgl. Bourdieu und Wacquant 1998, 132) und ökonomisch-deterministisch argumentiere – was Althusser in späteren Aufsätzen, z. B. in *Elemente der Selbstkritik* (1975) oder *Anmerkung über die ideologischen Staatsapparate* (1976) zu widerlegen versucht hat.

sprachigen Kommunikationswissenschaft und damit auch um Wissenschaftler*innen, die Stereotypenforschung betrieben haben, geht es im folgenden Abschnitt, in dem ein auf Metaanalysen basierendes Phasenmodell vorgestellt wird.

3 Phasen der Forschung zu Medien und Stereotypen

Wissenschaftliche Konjunkturen, Theorieentwicklungen, Paradigmenwechsel und auch Begriffsbildungen finden nicht unabhängig von der sozialen Umwelt statt, in der Wissenschaft betrieben wird. Das gilt in besonderer Weise für die Sozialwissenschaften, deren Gegenstände sich aus gesellschaftlichem Wandel ergeben und deren Analyseergebnisse wiederum auf die weitere soziale Entwicklung einwirken können. In der Beschäftigung mit kommunikationswissenschaftlicher Stereotypenforschung vermischen sich verschiedene Perspektiven, eine sozialhistorische, eine fachhistorische sowie – mit der fachhistorischen eng verbunden – eine theorien- und ideengeschichtliche. Alle drei sind wichtig, um erklären zu können, warum es wann welche Art von kommunikations- und medienwissenschaftlicher Stereotypenforschung gegeben oder auch nicht gegeben hat oder warum es zu zeitlichen Verzögerungen im Vergleich zu anderen (nationalen) Wissenschaftskulturen gekommen ist.

In der deutschsprachigen Fachgeschichtsschreibung ist die Verbindung von Ideengestalt, Sozialgestalt und Milieu in Anlehnung an Dirk Kaeslers (1984) wissenschaftssoziologische Studie zur frühen deutschen Soziologie und ihren Entstehungsmilieus inzwischen recht verbreitet (vgl. Averbek und Kutsch 2002; 2004; Meyen und Löblich 2006), freilich mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen. So rücken entweder die Entwicklung und Akzeptanz von Ansätzen, Theorien und Methoden in den Mittelpunkt oder aber das Wissenschaftssystem oder die Akteur*innen, die als „Scharnier“ (Meyen und Löblich 2006, 30) zwischen Ideengestalt und Sozialgestalt fungieren. Die deutschsprachige kommunikations- und medienwissenschaftliche Stereotypenforschung haben einige Wissenschaftler*innen in besonderer Weise geprägt, indem sie wie Gerhard Maletzke programmatische Aussagen getroffen und die Stereotypenforschung als dringend zu bearbeitendes Forschungsfeld bezeichnet haben (vgl. Maletzke 1963, 205; Maletzke 1966, 323) oder indem sie wie Franz Dröge (1967) oder Jörg Schweinitz (2006) Monographien zum Thema

vorgelegt haben, die theoretisch wie methodologisch richtungsweisend waren und sind. Andere, wie etwa Franz Ronneberger, haben mehrfach die Gelegenheit genutzt, Studien zu Stereotypen in der *Publizistik* zu rezensieren und auf diese Weise bestimmte Ansätze in der Stereotypenforschung zu protegieren oder zu marginalisieren (vgl. Ronneberger 1987a; 1987b; 1988; 1989). Doch sind es nicht nur einzelne Wissenschaftler*innen, die durch ihre Arbeit einen wesentlichen Beitrag zur Stereotypenforschung leisten, sondern auch mehr oder weniger institutionalisierte und z. T. interdisziplinär zusammengesetzte Gruppen von Forscher*innen wie etwa am *Duisburger Institut für Sprach- und Sozialforschung* (DISS), die mediale Konstruktionen von Geschlecht, Ethnie, Alter etc. analysieren.

Ein weiteres Ziel fachhistorischer Forschung ist neben der Auseinandersetzung mit Ideen- und Sozialgestalt die Identifizierung von *Phasen* in der Entwicklung einer akademischen Disziplin. Für die verhältnismäßig junge Kommunikationswissenschaft liegen zahlreiche Überblicke, jedoch kaum Phasenmodelle vor. Lediglich Arnulf Kutsch und Stephanie Averbek schlagen für den Zeitraum zwischen 1900 und 1960 eine Einteilung vor (vgl. Averbek und Kutsch 2002; 2004), und auch Maria Löblich spricht von Phasen in der Entwicklung der Kommunikationswissenschaft hin zu einer empirischen Sozialwissenschaft (vgl. Löblich 2010, 62f.). In der US-amerikanischen sozialpsychologischen Stereotypen- und Vorurteilsforschung und speziell in der Rassismusforschung sind Phasenmodelle häufiger (vgl. Duckitt 2001; 2010; Dovidio et al. 2010), die z. B. *Historical Shifts in Dominant Theoretical and Social Policy Approaches to Prejudice* (Duckitt 2010, 31) benennen. Auch deutsche Forscher*innen beziehen sich darauf (vgl. Bornewasser und Waage 2006, 769) oder entwickeln wie Andreas Zick ein umfangreiches „Diskurs-Schema“ (vgl. Zick 1997, 17-24). Diese Überblicke und Phasenmodelle sind teilweise auf die kommunikationswissenschaftliche Stereotypenforschung übertragbar, „teilweise“ deshalb, weil sich die genannten Autor*innen mit Rassismus auf *einen* Bereich innerhalb der Vorurteils- und Stereotypenforschung konzentrieren und weil sie – Zicks Studie ausgenommen – die US-amerikanische Forschung sowie die dortigen sozialpolitischen Trends in den Blick nehmen.

Inzwischen liegen aber auch für die Teildisziplin kommunikationswissenschaftliche Stereotypenforschung bzw. das transdisziplinäre Forschungsfeld Medien und Stereotype Daten vor, die es erlauben, Phasen der Stereotypenforschung zu benennen. Erhoben wurden sie mittels Metaanalysen: Zum einen wurden 119 Beiträge zu Stereotypen und

Vorurteilen erfasst, die seit Gründung der beiden Fachzeitschriften *Publizistik* und *Rundfunk und Fernsehen* bzw. *Medien & Kommunikationswissenschaft* bis zum Jahr 2011 erschienen sind (= *Metaanalyse I*), zum anderen wurden Publikationen ausgewertet, die sich mit Medien und Stereotypen befassten, jedoch nicht ausschließlich von Kommunikationswissenschaftler*innen publiziert wurden (= *Metaanalyse II*). Das methodische Vorgehen und die Ergebnisse der Metaanalysen im Einzelnen sind ausführlich dokumentiert (vgl. Thiele 2015). Es geht in diesem Beitrag um die Phasen des Aufschwungs und der Marginalisierung kommunikationswissenschaftlicher Stereotypenforschung, die aufgrund der erhobenen Daten identifiziert werden konnten.

Die folgende Tabelle versammelt einige wichtige Daten zur Geschichte des 20. Jahrhunderts (Spalte 1), zur Fachgeschichte (Spalte 2) und zur Geschichte der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Stereotypenforschung (Spalte 3). Dabei vermischen sich z. T. nationale und transnationale Perspektiven. Die Darstellung in Form einer Tabelle und die Nennung von Jahreszahlen könnten zudem dazu verleiten, von einer Chronologie der Ereignisse auszugehen. Aber gerade wenn es um Theorien und Methoden, die bereits erwähnte Verbindung von „Ideengestalt“, „Sozialgestalt“ und „Milieu“ geht (vgl. Kaesler 1984; Averbeck und Kutsch 2002), ist nicht von einer strikten Abfolge und eindeutigen Kausalitäten auszugehen. Deutlich werden soll vielmehr der Konnex zwischen sozialen und politischen Entwicklungen auf der einen Seite sowie Konjunkturen der Forschung zu Medien und Stereotypen auf der anderen Seite.

Tab. 1: Forschung zu Medien und Stereotypen aus historischer Perspektive
(Quelle: eigene Darstellung)

Geschichte	Fachgeschichte	Geschichte der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung
Erster Weltkrieg 1914-1918	Institutsgründung in Leipzig 1916	
Weimarer Republik Zwischenkriegszeit	weitere Institutsgründungen	1922 Lippmanns <i>Public Opinion</i> . Es folgen empirische Studien von Rice (1926), Katz & Braly (1933) u. a.
1933 NS-Machtübernahme Verfolgung und Emigration Zweiter Weltkrieg 1939-1945 und Holocaust	NS-konforme Zeitungskunde Emigration von Wissenschaftler*innen	Aufschwung der US-Forschung. In Deutschland gibt es keine unabhängige publizistikwissenschaftliche Stereotypenforschung
Nach 1945: Alliierte Besatzung Kalter Krieg Staatengründung/ Teilung Re-Education	Institutsschließungen Personelle Kontinuitäten und Neuanfänge	Stereotypenforschung findet in der Publizistikwissenschaft nicht statt
1950er Jahre „Wirtschaftswunder“ Beginn der Europäischen Einigung	Gründung von <i>Rundfunk und Fernsehen</i> (1953) sowie <i>Publizistik</i> (1956)	In anderen Disziplinen wie der Soziologie und Sozialpsychologie wird zu Stereotypen und Vorurteilen geforscht. US-amerikanische Studien als Vorbilder
1960er Jahre Große Koalition „1968“	Empfehlung des Wissenschaftsrats, Publizistik nur an wenigen Standorten anzubieten Gründung der DGPuK (zunächst DGPuZ) Empirisch-sozialwissenschaftliche Ausrichtung Theorien- und Methodenimport	Übersetzungen und Rezensionen wichtiger Werke Beginn der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung, z. B. in Münster

1970er Jahre Club of Rome, Grenzen des Wachstums „Gastarbeiter“ / Migration Neue soziale Bewegungen	Aufbau, Ausbau, erweitertes Themenspektrum Medienwissenschaftliche Studiengänge, Journalistik	Theoretische und methodische Weiterentwicklungen Impulse aus anderen Disziplinen Ausdifferenzierung, Untersuchung verschiedener Stereotyparten
1980er Jahre 1982 „geistig-moralische Wende“ 1989 Mauerfall	Weiter steigende studentische Nachfrage Konsolidierung	Studien zu nationalen und ethnischen Stereotypen, Geschlechter- und Altersstereotypen
1990er Jahre Kriege (Golfkriege, Jugoslawien, ...) Migration Europäisierung Globalisierung	Institutsneugründungen Inhaltliche und methodische Diversifizierung	Postmoderne Theorien Realismus vs. Konstruktivismus De-Konstruktion, De-Kategorisierung Cultural Studies
21. Jahrhundert „9/11“	Internationalisierung Umsetzung der „Bologna“-Beschlüsse	Intersektionale Ansätze Religiöse Stereotype Transdisziplinarität

Die Forschung zu Medien und Stereotypen setzt im deutschsprachigen Raum mit Verspätung ein: Erst in den 1960er Jahren werden erste Studien publiziert. In den USA hingegen sind bereits, häufig unter Beteiligung emigrierter Wissenschaftler*innen, wegweisende Arbeiten entstanden, die im deutschsprachigen Raum nur einige wenige Forscher*innen zur Kenntnis nehmen. Der Zeitraum zwischen 1945 und 1965 muss mit Blick auf die Publizistikwissenschaft als „Nullphase“ bezeichnet werden. Während in anderen Fächern, insbesondere der Soziologie und Sozialpsychologie, bereits beachtliche Forschungsanstrengungen unternommen werden, ist die westdeutsche Publizistikwissenschaft dazu noch nicht in der Lage.

Für den späten Start der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung gibt es wissenschaftsexterne und -interne Gründe. Erst seit Mitte der 1960er Jahre, so *Metaanalyse I*, erscheinen Beiträge in *Publizistik* sowie *Rundfunk und Fernsehen*, in denen es um Stereotype und Medien geht. Dann aber ist vor allem aufgrund der Publikationen aus dem Münsteraner Institut ein erster Forschungsboom zu erkennen. Die

Orientierung der Publizistikwissenschaft in Richtung empirische Sozialwissenschaft seit den 1960er Jahren scheint sich ebenso wie programmatische Aussagen und die gesellschaftliche Umbruchssituation, für die die Chiffre „1968“ steht, positiv auf den Beginn der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung ausgewirkt zu haben. Doch zeigen sich alsbald auch einige Nachteile der Selbstdefinition der Disziplin als „moderne“ Sozialwissenschaft: Die Kommunikationswissenschaft ist weniger offen für Ansätze und Methoden, die als veraltet und überholt gelten, sie ist weniger offen für abweichende politische und theoretische Positionierungen. Das vertieft die Spaltung in Kommunikations- und Medienwissenschaft, die für die Forschung zu Medien und Stereotypen nicht ohne Folgen bleibt. Es setzt ein arbeitsteiliger Prozess ein, der dazu führt, dass unterschiedliche Forschungsgegenstände als relevant erachtet, Theorieansätze verfolgt und Methoden präferiert werden (vgl. Hickethier 2000; Schäfer 2000).

Insgesamt lässt sich für die 1970er und 1980er Jahre eine institutionelle und thematische Ausdifferenzierung feststellen. Es bilden sich neue Forschungsbereiche innerhalb geistes- und sozialwissenschaftlicher Fächer heraus, die wie z. B. die Imagologie oder die Interkulturelle Kommunikation auch mit Stereotypenforschung zu tun haben. Neben nationalen Stereotypen interessieren des Weiteren Geschlechter-, Alters- und, mit Bezug auf den Journalismus, auch Berufsstereotype (vgl. Fabris 1971; Weischenberg 1976). Die ersten Studien aber zu ‚*Gastarbeitern*‘ (Delgado 1972), zur *Darstellung der Frau im Fernsehen* (Küchenhoff 1975) oder zu *alten Menschen in der Werbung* (Hastenteufel 1980) entstehen in anderen fachlichen Zusammenhängen. Die Kommunikationswissenschaft ist da Nachzüglerin; die Rezensionen in den Fachzeitschriften sind, gerade wenn es um Geschlechterstereotype geht, tendenziell negativ (vgl. Hackforth 1976; Ronneberger 1987a).

Einen Aufschwung nimmt die Forschung zu „Ausländerstereotypen“ und „Rassismus in den Medien“ seit Ende der 1980er Jahre und verstärkt in den 1990er Jahren, als durch rassistisch motivierte Gewalttaten weltweit die Aufmerksamkeit auf das wiedervereinte Deutschland gelenkt ist. Das Sprechen über „Sich und ‚die Anderen‘“ verändert sich, der „Dialog der Kulturen“ und „Integration“ sind häufig verwendete Begriffe in kommunikationswissenschaftlichen Studien, die aber zugleich von der unhinterfragten Existenz dualistischer Konzepte zeugen. Erst die Diffusion postmoderner Theorien führt zur grundsätzlichen Infragestellung

und De-Konstruktion sozialer Kategorien wie Nation und Ethnie, Religion, Geschlecht etc. Versucht wird, das Denken in Gegensätzen zu überwinden, wie sich u. a. an der Transformation der Frauenforschung zu Gender- und Queer-Studies und an den zahlreichen Plädoyers für Transdisziplinarität, Transnationalität und Transkulturalität etc. ablesen lässt. So können vier Phasen der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu Medien und Stereotypen identifiziert und benannt werden:

Vier Phasen der Forschung zu Medien und Stereotypen
1. 1945-1965: die Nullphase
2. 1966-1974: die Startphase
3. 1975-1989: die Phase der Ausdifferenzierung
4. 1990 bis heute: die Phase der De-Konstruktion und Transformation

Abb. 1: Phasen der deutschsprachigen Forschung zu Medien und Stereotypen seit 1945 (Quelle: eigene Darstellung)

Phasen in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Medien und Stereotypen deuten auf veränderte theoretische Positionierungen, auf Paradigmenwechsel und „turns“. Allerdings ist noch einmal zu betonen, dass diese Phasen nicht zwangsläufig als zeitlich aufeinander folgend verstanden werden sollten. Möglich sind immer auch parallele intra- und interdisziplinäre Entwicklungen und mehr oder weniger friedliche Koexistenzen wissenschaftstheoretischer Positionen. Auf sie möchte ich noch eingehen. Um aber nachvollziehbar zu machen, welche Gründe es für die Marginalisierung (ideologie-)kritischer Positionen in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft gibt, wende ich mich abschließend dem Werk Franz Dröges zu, wohlwissend, dass er nur einer von gar nicht so wenigen Kommunikationswissenschaftler*innen ist, deren Forschung ab einem gewissen Zeitpunkt „out“ war.

4 Wissenschaftstheoretische Positionen

Explizite Bezüge zu Theorien finden sich in den meisten Studien zu Medien und Stereotypen nicht, weswegen der Vorwurf der Theorielosigkeit im Raum steht. Beklagt werden jedoch auch die verwirrende Vielfalt oder Beliebigkeit der theoretischen Bezugnahmen sowie ihre Abhängigkeit vom jeweiligen wissenschaftlichen Zeitgeist. Darüber hinaus gibt es in einigen neueren Studien Versuche, die verschiedenen Positionierungen innerhalb der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Stereotypenforschung zu identifizieren (vgl. Pörksen 2000; Hafez 2002; Kessler 2009; Thiele 2015). Mit Verweis auf Winfried Schulz (1989), der zwischen „ptolemäischer und kopernikanischer Weltsicht“ unterschieden hat, werden „realistische“ Positionen von „konstruktivistischen“ abgegrenzt. Doch versammeln sich unter dem Dach „konstruktivistische“ oder aber „realistische“ Forschung“ recht unterschiedliche Positionen. Bei den konstruktivistischen reichen sie von radikalkonstruktivistischen bis hin zu sozialkonstruktivistischen, bei den realistischen von normativen, ideologiekritischen bis hin zu positivistischen, funktionalistischen.

Die normative Perspektive erklärt sich aus den Anfängen der Stereotypen- und Vorurteilsforschung. Aufgrund der Erfahrungen mit Kriegen, Verfolgung, Massenmord und Propaganda in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts entwickelte sich die Einstellungsforschung („attitudes“) und mit ihr die Stereotypen- und Vorurteilsforschung. Die Wissenschaftler*innen wollten verstehen, warum manche Menschen bereit sind, andere auszugrenzen und mit Gewalt und Vernichtung zu bedrohen. Stereotype erscheinen in dieser Perspektive als Fehlwahrnehmungen, als Urteilsverzerrungen, gar als Ergebnis fehlerhafter Denkprozesse, jedenfalls als etwas Inkorrektes (vgl. Lilli 1982). Die ideologiekritische Variante lautet, dass Stereotype Ausdruck eines „von oben“ und „durch die Medien“ induzierten falschen Bewusstseins sind. Dementsprechend scharf ist die Kritik an Ansätzen und Theorien, z. B. der Frustrations-Aggressions-Theorie oder dem Uses-and-Gratifications-Approach, in denen die Neigung zu Vorurteilen und Stereotypisierungen allein auf individuelle, innerpsychische Vorgänge oder auf spezifische Bedürfnisse zurückgeführt wird. Vielmehr sei, so der Politologe und Friedensforscher Fritz Vilmar, „von der grundlegenden geschichtlichen Prägung der politischen Aggressionspotentiale unserer Zeit durch reale materielle Lebensbedingungen und Herrschaftsverhältnisse“ (Vilmar 1971, 363) auszugehen.

Normative und ideologiekritische Ansätze sind in der Stereotypen- und Vorurteilsforschung weit verbreitet. Sie sehen sich aber auch fundamentaler Kritik ausgesetzt, die nicht nur politisch motiviert ist. Kritik richtet sich gegen die erkenntnistheoretischen Prämissen, die einen reflexiven und selbstkritischen Umgang mit Vorurteilen und Stereotypen verhindern würden. Eine Kritik stereotyper Einstellungen und Inhalte stehe schon vor der eigentlichen Analyse fest. Nahezu zwangsläufig ende normative Stereotypenforschung mit der Bestätigung stereotyper Muster und mit Appellen Stereotype abzubauen.

Gerade nicht normative, sondern wertfreie Wissenschaft zu betreiben, lautet dagegen das erklärte Ziel positivistischer Wissenschaft. Vorurteilsforschung solle frei von Vorurteilen sein. Eine Tendenz zu positivistischen und funktionalistischen Zugängen und Erklärungen zeichnet sich innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung nach der sogenannten kognitiven Wende in der Sozialpsychologie und der empirisch-sozialwissenschaftlichen Neuausrichtung in den 1960er Jahren ab. Positivismus und Funktionalismus stehen im Gegensatz zu linken, gesellschaftskritischen, normativen Ansätzen. Es gehe nicht darum, die Welt zu verändern und eine andere Gesellschaftsform zu etablieren, sondern um die neutrale und möglichst objektive Beschreibung dessen, was ist. Funktionale Stereotyp-Erklärungen setzen auf unterschiedlichen Ebenen an, vor allem auf der individuellen und der gesellschaftlichen (Mikro- und Makroperspektive). Einige Funktionen wie die der „Stabilisierung“, „Orientierung“ und „Integration“ werden als zentral betrachtet, auch eine „Ökonomie des Denkens“ und die aus ihr folgende Tendenz zur „Komplexitätsreduktion“ dienen als Erklärung sowohl sozialer als auch individuell-psychischer Prozesse.

Positivistische und funktionalistische Ansätze werden ebenfalls scharf kritisiert, zunächst dafür, dass Stereotype, Vorurteile und Feindbilder als sozialpsychologische Notwendigkeiten gesehen werden. Unglaublich und nicht erfüllbar erscheint der Anspruch, rational und objektiv Stereotype, ihre Funktionen und Dysfunktionen analysieren zu können. Letztlich würden mittels empirischer Forschung Rechtfertigungen für die Existenz und Stabilität von Stereotypen geliefert, wenn nicht gar gleich der Stereotypen-Begriff vermieden und von kognitiven Schemata gesprochen werde. Oder es folge dem rechtfertigenden Funktionskatalog am Ende doch noch der Aufruf zum Stereotypabbau. Schwer wiegt der Vorwurf der politischen Instrumentalisierbarkeit und Theorieferne: Die

Orientierung an naturwissenschaftlichen Methoden und Denkweisen, die mit der sogenannten empirisch-sozialwissenschaftlichen Wende Einzug in die Kommunikationswissenschaft gehalten hat, habe nur eine vermeintliche „Neutralität“ und „Wissenschaftlichkeit“ befördert, stattdessen zu „Empirizismus“ und einer gefährlichen Theorielosigkeit geführt, letztlich Stereotypenforschung verhindert.

Ein Vergleich der beiden Positionen ergibt deutliche Unterschiede im Wissenschaftsverständnis und konkret bei der Konzeption von *Stereotyp*, bei den in den Mittelpunkt gestellten positiven oder negativen Funktionen sowie der Einschätzung der Rolle und Verantwortung der Medien. Beide Positionen gehen jedoch davon aus, dass es möglich ist, einen Abgleich zwischen Medieninhalten und *der* Realität vorzunehmen. In beiden Fällen scheinen die Forschenden überzeugt, eher zu einem objektiveren Blick auf eine von ihnen unabhängig existierende Realität in der Lage zu sein als diejenigen, deren Vorurteile und Stereotype sie analysieren. Konstruktivistische Positionen stellen genau jenes „Außen-vor-Sein“ und damit den Beobachterstandpunkt vermeintlich objektiver Forscher*innen in Frage. Diese Perspektive ist nun, wie hinlänglich von Konstruktivist*innen wie ihren Gegner*innen dargelegt wurde, nicht etwa neu, sondern reicht weit zurück in die Philosophiegeschichte. In Walter Lippmann einen frühen Konstruktivisten zu erkennen (vgl. Wilke 2007), mag da nicht weiter erstaunen. Erstaunlicher ist vielmehr, wie seine in *Public Opinion* versammelten Beobachtungen und Deutungen je nach politischer und wissenschaftlicher Interessenlage eingesetzt worden sind. Konstruktivistische Positionen interessieren sich jedenfalls weniger für den Realitätsgehalt medial vermittelter Botschaften als für ihr Potenzial, gesellschaftliche Realität bzw. das, was für gesellschaftliche Realität gehalten wird, herzustellen. Aus konstruktivistischer Sicht sind Diskussionen über den Realitätsgehalt von Stereotypen, Vorurteilen und Feindbildern müßig. Die sogenannte „kernel-of-truth-debate“ führe deshalb zu nichts, weil weder klar sei, was denn den Kern ausmache, noch was „die Wahrheit“ ist.

So konkurrieren in der wissenschaftlichen Debatte über Stereotype sehr unterschiedliche (erkenntnis-)theoretische Positionen miteinander. Ihre Vertreter*innen sind je nach (wissenschafts-)politischer Situation mehr oder weniger marginalisiert. An einzelnen Personen und Karriereverläufen lässt sich das ebenso nachvollziehen wie an Zusammenschlüssen, Forscher*innengruppen, Netzwerken und Institutionen. Rückblickend hatten (ideologie-)kritische, ebenso wie stärker medien- und

kulturwissenschaftlich orientierte Stereotypenforscher*innen in der deutschen Kommunikationswissenschaft einen eher schweren Stand. Die Fachgesellschaft DGPK (Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft) sowie die wichtigsten Fachzeitschriften dominierten empirisch-sozialwissenschaftlich orientierte Wissenschaftler*innen. Sie haben maßgeblich auch die Kriterien für qualitätsvolle Wissenschaft vorgegeben. Das zeigt sich selbst noch dort, wo es z. B. um *Adornos Erben* (Scheu 2012) geht und die Ausgrenzung kritischer Positionen mit Hilfe ebendieser, aus der Mainstream-Kommunikationswissenschaft stammenden Kriterien erklärt wird (vgl. Thiele 2015, 372).

Am Beispiel Franz Dröge lässt sich sehr gut nachvollziehen, welche Phasen des Aufschwungs und der Marginalisierung kommunikationswissenschaftlicher und gerade auch ideologiekritischer Stereotypenforschung es in der Kommunikationswissenschaft gegeben hat. Denn Dröges frühe Werke, seine Dissertation und Aufsätze, die Ende der 1960er Jahre publiziert und positiv rezensiert worden sind, fallen in die „Startphase“ (vgl. Abb. 1) und stehen für einen Aufschwung der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung. Mit seiner in den folgenden Jahren stattfindenden politischen Positionierung deutlich links von der Sozialdemokratie und seiner Hinwendung zu kultursoziologischen Fragestellungen beginnt jedoch die Marginalisierung seiner Person und seiner Perspektive im Fach. Ideologiekritische Stereotypen- und Vorurteilsforschung kommt erst wieder stärker mit der Etablierung der Cultural Studies im deutschsprachigen Raum zum Zuge. Um das nochmals zu verdeutlichen, möchte ich mit einigen Stellungnahmen zu Dröges Werk, vornehmlich seinen Studien zu Stereotypen, schließen.

5 Marginalisierung

Franz Dröge promoviert 1965 in Münster. Der Titel seiner Arbeit lautet *Kommunikationsgewebe und Stereotypen. Terminologische und systematische Erwägungen zur funktionalen Publizistik*. 1967 erscheint die Dissertation als Buch mit dem kürzeren und auf den Begriff *Stereotyp* verzichtenden Titel *Publizistik und Vorurteil*. Im Mittelpunkt stehen dennoch Stereotype; ihnen und ihrer Rolle im publizistischen Prozess ist die eine Hälfte der „ausdrücklich auf theoretische Fundierung angelegten Arbeit“ (Prakke 1967, 7) gewidmet, die andere klärt einleitend „Grundbegriffe des

publizistischen Systems“. Dröges Studie folgt der funktionalen Publizistik seines Doktorvaters Henk Prakke (vgl. Dröge 1967, 11). Unter *Funktion* versteht der Autor einen „dynamischen Beziehungsbegriff: Die Aussage wird auf den Kommunikator und den Rezipienten bezogen. Darüber hinaus beinhaltet der Begriff *Leistung* [Hervorhebung von M. T.] in zweifacher Hinsicht: einmal für die kommunizierenden Individuen, zum andere für das publizistische System, für eine Kollektivität“ (Dröge 1967, 227).

Gerhard Maletzke bespricht das Werk für *Rundfunk und Fernsehen* und geht auf die funktionale Publizistik ein. Mit ihr setze „sich in der Publizistikwissenschaft ein Ansatz immer mehr durch, [der] die ältere kausalistische Vorstellung eines einfachen Einwirkens der Aussage auf den Rezipienten“ (Maletzke 1968, 60) aufhebe. Stereotype stellen „eine der Variablen in diesem Prozess“ (ebd.) dar. Die wissenschaftliche Beschäftigung mit ihnen hält Maletzke für dringend geboten (vgl. Maletzke 1963, 205; Maletzke 1966, 323). Er lobt Dröges „im Grenzgebiet zwischen Publizistik und Sozialpsychologie“ (Maletzke 1968, 60) angesiedelte Forschung, seine „große Literaturkenntnis“ und das „breite Detailwissen“, findet aber seine „mit Fachbegriffen übermäßig angereicherte Sprache“ eher „anstrengend“ (ebd.).

Hans Heinz Fabris, dessen Rezension zwei Jahre später in der *Publizistik* erscheint, wertet Dröges Arbeit ebenfalls als „gewichtigen Beitrag zur ‚Richtungsdiskussion‘“ (Fabris 1970, 87) und zur Etablierung einer funktionalen Publizistik im Sinne Prakkes. Das große Verdienst der Studie liege darin, eine theoretische Basis für empirische Stereotypenforschung gelegt zu haben. Fabris benennt auch Aufgaben einer künftigen Stereotypenforschung: „Es wird vor allem zu untersuchen sein, in welchem Ausmaß bestehende Stereotypen durch die publizistischen Medien verstärkt werden und wo durch Nutzung des verbleibenden Spielraums zu deren Wandel beigetragen werden kann“ (Fabris 1970, 86).

Der theoretischen Auseinandersetzung mit Stereotypen in *Publizistik und Vorurteil* folgen dann auch empirische Studien. So stellt Dröge 1968 in der *Publizistik* das Konzept einer empirischen Stereotypenforschung zur *Analyse der Bild-Zeitung* (Dröge 1968) vor, das neben methodischen Anregungen auf Ideologiekritik abzielt. Allmählich zeichnet sich eine Abkehr Dröges vom Funktionalismus Münsteraner Prägung und eine Hinwendung zu neomarxistischen Ansätzen ab. Offen Position bezieht Dröge 1973 im Vorwort der 2. Auflage des gemeinsam mit Rainer Weißenborn und Henning Haft herausgegebenen Bandes zu *Wirkungen der Massenkommuni-*

kation. Nach einer Kritik an der bisherigen empirischen Kommunikationsforschung, welcher „Theorieunfähigkeit“ und eine das herrschende politische System legitimierende Forschungspraxis vorgeworfen werden (vgl. Dröge 1969, XX), zeichnet der Verfasser den Gegenentwurf einer marxistischen, in der *Kritik der Politischen Ökonomie* gründenden Massenkommunikationstheorie, die „die ideologischen Zusammenhänge traditioneller Kommunikationstheorie“ (Dröge 1973, XXI) zu kritisieren habe. Auf empirische Forschung und den traditionellen Wirkungsbegriff müsse eine solche Theorie nicht verzichten, zeige sich doch in der Wirkung „die wirkliche Bestimmung der bürgerlichen Massenmedien, die sich aus dem Zirkulationsprozeß des Kapitals als dem wirklichen Bewegungssubjekt der bürgerlichen Gesellschaft ableiten lässt“ (ebd.). Die Ausarbeitung einer kritischen Kommunikationstheorie erfolgt in *Wissen ohne Bewußtsein. Materialien zur Medienanalyse der BRD* (Dröge 1973), ein Werk, das Dröge gemeinsam mit Ilse Modelmog verfasst hat. Ziel ist, unter Berücksichtigung der Methoden historisch-materialistischer Gesellschaftsanalyse aktuelle medienökonomische Entwicklungen im „Spätkapitalismus“ zu kritisieren und „Bewusstsein“ zu schaffen.

Dröges politisches Bekenntnis bleibt nicht ohne Folgen für seine wissenschaftliche Karriere und auch für die kommunikationswissenschaftliche und vor allem ideologiekritische Stereotypenforschung im Fach. Dröge, der so lange erfolgreich innerhalb der Disziplin Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist, wie er als Schüler Henk Prakkes gesehen wird, hat durch die Positionierung links von der Sozialdemokratie sowie die Kritik an einem scheinbar unpolitischen Empirismus und Funktionalismus der Kommunikationswissenschaft seine Karrierechancen im Fach deutlich verringert. Nachfolger auf dem Lehrstuhl Prakkes in Münster wird Winfried B. Lerg, Dröge erhält aber 1972 einen Ruf an die Universität Bremen. Das Thema Stereotype verfolgt er dort nicht weiter, beschäftigt sich jedoch mit kultursoziologischen, öffentlichkeitstheoretischen, medienpädagogischen und -ästhetischen Fragen. Rückblickend erscheinen Publikationen wie der von Suhrkamp verlegte Band *Die Kneipe. Zur Soziologie einer Kulturform oder „Zwei Halbe auf mich!“* (Dröge und Krämer-Badoni 1987) als Beleg dafür, dass Cultural Studies im deutschsprachigen Raum früher als gemeinhin angenommen betrieben worden sind.

In den späten 1970er und in den 1980er Jahren publiziert Dröge kaum mehr in *Publizistik* und *Medien & Kommunikationswissenschaft*. Seine Bücher bleiben dort weitgehend unbeachtet, die wenigen Rezensionen sind

eher negativ. 1998 aber werden in der *Publizistik* eine Zusammenstellung seiner wichtigsten Publikationen seit 1965 und eine Würdigung zum 60. Geburtstag veröffentlicht (vgl. Gebhardt 1998a; b). Hartwig Gebhardt zeichnet darin den wissenschaftlichen Weg Dröges nach und spricht die Folgen der politischen Positionierung seines akademischen Lehrers an: „Mit seinen Überlegungen – z. B.: unter den Bedingungen der Kapitallogik produzieren nicht nur Medien Ideologie, sondern auch Medienforscher – machte er sich allerdings im Fach nicht nur Freunde“ (Gebhardt 1998b, 78).

Andreas M. Scheu zählt 2012 Franz Dröge zu *Adornos Erben*, so der Titel seiner Studie zur Verdrängung kritischer Positionen aus der deutschen Kommunikationswissenschaft (vgl. Scheu 2012). Scheu, der sich unter Berufung auf Bourdieus Habitus-Konzept dem kommunikationswissenschaftlichen Feld und der Gruppe linker Akteure in diesem Feld nähert⁸, spricht von einem teilweise auch selbstverschuldeten Verlust wissenschaftlichen, kulturellen und sozialen Kapitals, der letztlich zur Marginalisierung Dröges im Fach geführt habe (vgl. Scheu 2012, 188ff.). Denn, so Scheu über Dröge: „Er trug zu seiner randständigen Position im Fach auch selbst bei, indem er das Fach und seine Akteure bewusst provokant kritisierte und die Grenze zwischen inhaltlicher und persönlicher Kritik beziehungsweise moralischer Anklage teilweise überschritt [...]“ (Scheu 2012, 197).

Eine etwas andere Sichtweise nimmt demgegenüber Gerd Kopper ein, der nicht nur Kollege und Ko-Autor Dröges, sondern ihm Zeit seines Lebens freundschaftlich verbunden war. In seinem Nachruf greift Kopper auch das von Dröge in die deutsche Kommunikationswissenschaft eingebrachte Thema Stereotype auf: „Die tragische Ironie des Wissenschaftlerlebens von Dröge besteht darin, dass seine Person die (auch heute noch) wirksamste und größte nachwirkende Stereotypisierung als neo-

8 Scheu bedient sich der von Bourdieu geprägten Begrifflichkeiten, um – wie ich finde – mit Bourdieu, aber letztlich gegen Bourdieus eigentliche Intentionen die Ausgrenzung kritischer Positionen aus dem „wissenschaftlichen Feld“ zu erklären. Denn das „Kapital“, das Wissenschaftler wie Horst Holzer, Franz Dröge, Manfred Knoche oder Siegfried Weischenberg erwerben konnten, bemisst der Autor mit Hilfe von Kriterien (z. B. Zahl der Publikationen, Publikationsort, empirische Ausrichtung der Forschung, Teilnahme an Fachtagungen, „Zugehörigkeit zum engeren Kern des Faches“ vs. „Randständigkeit“, „enger Kontakt zu den Akteuren der deutschen Kommunikationswissenschaft“), die aus der Mehrheitskommunikationswissenschaft stammen.

marxistischer Dogmatiker im Wissenschaftsbetrieb der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft erfahren hat.“ (Kopper 2002, 468) Kopper spricht damit etwas an, dessen sich Wissenschaftler*innen bewusst sein sollten: Auch Wissenschaft beruht auf Stereotypisierung, oder wie es Theodor W. Adorno und Max Horkheimer (1998, 206) formuliert haben: „Wissenschaft ist Wiederholung, verfeinert zu beobachteter Regelmäßigkeit, aufbewahrt in Stereotypen.“

Literatur

- Adorno, Theodor W., Else Frenkel-Brunswik, Daniel Levinson, und R. Nevitt Sanford. 1950. *The Authoritarian Personality*. New York, Evanston, London: Harper & Row.
- Adorno, Theodor W., und Max Horkheimer. 1998. „Elemente des Antisemitismus. Grenzen der Aufklärung“. In *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Lizenzausgabe für die Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 192-234. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Althusser, Louis. 1968. *Für Marx*. Aus dem Französischen von Karin Brachmann und Gabriele Sprigath. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Althusser, Louis. 1977. *Ideologie und ideologische Staatsapparate*. Aus dem Französischen von Rolf Löper, Klaus Riepe und Peter Schöttler. Hamburg/Westberlin: VSA.
- Althusser, Louis. 2011 [1962]. „Widerspruch und Überdetermination. Anmerkungen für eine Untersuchung“. In: *Für Marx*. Aus dem Französischen von Werner Nitsch u.a. Vollst. u. durchgesehene Ausgabe. Hrsg. und mit einem Nachwort von Frieder Wolf, 105-60. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Averbeck, Stefanie, und Arnulf Kutsch. 2002. „Thesen zur Geschichte der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft 1900-1960“. *Medien & Zeit* 17 (2/3): 57-67.
- Averbeck, Stefanie, und Arnulf Kutsch. 2004. „Thesen zur Geschichte der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft 1900-1960“. In *Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft*, herausgegeben von Wolfgang Duchkowsch, Fritz Hausjell, und Bernd Semrad, 55-66. Wien: Lit.
- Bornwasser, Manfred, und Marco Waage. 2006. „Rassismus“. In *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie*, herausgegeben von Hans Werner Bierhoff, und Dieter Frey, 764-71. Göttingen: Hogrefe.
- Bourdieu, Pierre, und Loïc J. D. Wacquant. 1998. *Reflexive Anthropologie*. Übers. v. Hella Beister. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Delgado, Manuel J. 1972. *Die „Gastarbeiter“ in der Presse. Eine inhaltsanalytische Studie*. Opladen: Leske.
- Dovidio, John F., Miles Hewstone, Peter Glick, und Victoria M. Esses. 2010. „Prejudice, Stereotyping and Discrimination: Theoretical and Empirical Overview.“ In *The Sage*

- Handbook of Prejudice, Stereotyping and Discrimination*, herausgegeben von Miles Hewstone, Peter Glick, und Victoria M. Esses, 3-28. Los Angeles: Sage.
- Dröge, Franz. 1968. „Konzept einer empirischen Stereotypenforschung. Methodische Überlegungen zu einer Aussagen-Analyse der Bild-Zeitung“. *Publizistik* 13 (2/3): 340-47.
- Dröge, Franz. 1970. „Der Funktionalismus in der Kommunikationswissenschaft. Henk Prakke zum 70. Geburtstag am 26. April 1970“. *Publizistik* 15 (1): 93-97.
- Dröge, Franz. 1973. „Zur Kritik der publizistischen Wirkungsforschung. Anstelle eines Vorworts zur zweiten Auflage“. In *Wirkungen der Massenkommunikation*, herausgegeben von Franz Dröge, Rainer Weißenborn, und Henning Haft, Henning, 2. Aufl. 1973, IX-XXVI. Frankfurt am Main: Athenäum Fischer.
- Dröge, Franz. 1967. *Publizistik und Vorurteil*. Münster: Regensburg.
- Dröge, Franz, und Thomas Krämer-Badoni. 1987. *Die Kneipe. Zur Soziologie einer Kulturform oder „Zwei Halbe auf mich!“*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Dröge, Franz, Winfried B. Lerg, und Michael Schmolke. 1970. *Publizisten zwischen Intuition und Gewißheit. Drei Vorträge*. Assen: Van Gorcum & Comp.
- Dröge, Franz, Rainer Weißenborn, und Henning Haft. 1969. *Wirkungen der Massenkommunikation*, 1. Aufl. 1969. Münster: Regensburg.
- Duckitt, John. 2001. „Reducing Prejudice: A Historical and Multi-Level Approach“. In *Understanding Prejudice, Racism, and Social Conflict*, herausgegeben von Martha Augoustinos, und Katherine J. Reynolds, 253-72. London: Sage.
- Duckitt, John. 2010. „Historical Overview“. In *The Sage Handbook of Prejudice, Stereotyping and Discrimination*, herausgegeben von Miles Hewstone, Peter Glick, und Victoria M. Esses, 29-44. Los Angeles: Sage.
- Eberhard, Fritz. 1964. „Erfahrungen mit Propaganda. Ein Mitgestalter der öffentlichen Meinung reflektiert“. *Die Zeit* (48): 61, 27. November 1964.
- Fabris, Hans Heinz. 1970. Rezension: Franz Dröge. 1970. *Publizistik und Vorurteil*. *Publizistik* 15 (1): 85-87.
- Fabris, Hans Heinz. 1971. „Das Selbstbildnis des Kommunikators bei Tageszeitungen“. *Publizistik* 16 (4): 357-68.
- Gebhardt, Hartwig. 1998a. „Bibliographie Franz Dröge. Eine Zusammenstellung seiner wichtigsten Publikationen 1965-1997 anlässlich seines 60. Geburtstages“. *Publizistik* 43 (1): 84-87.
- Gebhardt, Hartwig. 1998b. „Personalien: Von der Publizistikwissenschaft zur Kulturosoziologie. Franz Dröge zum 60. Geburtstag“. *Publizistik* 43 (1): 78-79.
- Hackforth, Josef. 1976. Rezension: Erich Küchenhoff. 1975. *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen*. *Publizistik* 21 (3): 378-81.
- Hafez, Kai. 2002. *Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Bd. 1: Theoretische Grundlagen*. Baden-Baden: Nomos.
- Hall, Stuart. 2004. *Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften*, Bd. 4. Hrsg. Juha Koivisto, und Andreas Merckens. Hamburg: Argument.
- Hall, Stuart, Hrsg. 1997. *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.

- Hall, Stuart, und Paul Du Gay, Hrsg. 1996. *Questions of Cultural Identity*. London: Sage.
- Hastenteufel, Regina. 1980. *Das Bild von Mann und Frau in der Werbung. Eine Inhaltsanalyse zur Geschlechtsspezifität der Menschendarstellung in der Anzeigenwerbung ausgewählter Zeitschriften unter besonderer Berücksichtigung des alten Menschen*. Dissertation, Universität Bonn, o.V., Druck: Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn.
- Hickethier, Knut. 2000. „Binnendifferenzierung oder Abspaltung – Zum Verhältnis von Medienwissenschaft und Germanistik. Das ‚Hamburger Modell‘ der Medienwissenschaft“. In *Über Bilder sprechen. Positionen und Perspektiven der Medienwissenschaft*, herausgegeben von Heinz-B. Heller, Matthias Kraus, Thomas Meder, Karl Prümml, und Hartmut Winkler, 35-56. Marburg: Schüren.
- Kaesler, Dirk. 1984. *Die frühe deutsche Soziologie 1909 bis 1934 und ihre Entstehungs-Milieus. Eine wissenschaftssoziologische Untersuchung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kessler, Eva-Marie. 2009. „Altersbilder in den Medien: Wirklichkeit oder Illusion?“ In *Medien und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis*, herausgegeben von Bernd Schorb, Anja Hartung, und Wolfgang Reißmann, 146-55. Wiesbaden: VS.
- Kopper, Gerd. 2002. „Personalien: Franz Dröge gestorben“. *Publizistik*, 47 (4): 468-69.
- Küchenhoff, Erich. 1975. *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Eine empirische Untersuchung einer Forschungsgruppe der Universität Münster*. Stuttgart u.a.: Kohlhammer.
- Lenk, Kurt. 1981. „Zum Strukturwandel politischer Ideologien im 19. und 20. Jahrhundert. Begriff und Phänomen des ideologischen Bewußtseins“. In *Ideologien im Bezugsfeld von Geschichte und Gesellschaft*, herausgegeben von Anton Pelinka, 97-107. Innsbruck: Inn-Verlag.
- Lippmann, Walter. 1922. *Public Opinion*. London: Allen and Unwin.
- Lippmann, Walter. 1964. *Die öffentliche Meinung*. München: Rütten + Loening.
- Löblich, Maria. 2010. *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem.
- Ludz, Peter Christian. 1981. „Entwurf einer Typologie des Ideologiebegriffs. Zu einer historisch-kritischen Ideologietheorie“. In *Ideologien im Bezugsfeld von Geschichte und Gesellschaft*, herausgegeben von Anton Pelinka, 35-50. Innsbruck: Inn-Verlag.
- Maletzke, Gerhard. 1963. *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut.
- Maletzke, Gerhard. 1966. Interkulturelle Kommunikation und Publizistikwissenschaft. *Publizistik* 11 (3-4): 318-28.
- Maletzke, Gerhard. 1968. Rezension: Franz Dröge. 1970. *Publizistik und Vorurteil. Rundfunk und Fernsehen* 16 (1): 60-62.
- McQuail, Denis. 1994. *Mass Communication Theory. Third Edition*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- MEW (1958) = Marx-Engels-Werke, Bd. 3, 13, 39 der deutschen Ausgabe, die auf dem vom Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der KPdSU besorgten 2. russ. Ausgabe fußt. Berlin (Ost): Dietz.

- Meyen, Michael, und Maria Löblich. 2006. *Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Ötsch, Walter Otto, und Silja Graupe, Hrsg. 2018. *Walter Lippmann. Die Öffentliche Meinung. Wie sie entsteht und manipuliert wird*. Frankfurt am Main: Westend.
- Pelinka, Anton, Hrsg. 1981. *Ideologien im Bezugsfeld von Geschichte und Gesellschaft*. Innsbruck: Inn-Verlag.
- Pelinka, Anton. 2004. *Grundzüge der Politikwissenschaft*. 2. überarb. u. erw. Aufl. Wien: Böhlau.
- Pörksen, Bernhard. 2000. *Die Konstruktion von Feindbildern. Zum Sprachgebrauch in neonazistischen Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Prakke, Henk. 1967. Zum Geleit. In *Franz W. Dröge. Publizistik und Vorurteil*, 7-8. Münster: Regensburg.
- Quasthoff, Uta. 1973. *Soziales Vorurteil und Kommunikation. Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Ein interdisziplinärer Versuch im Bereich von Linguistik, Sozialwissenschaft und Psychologie*. Frankfurt am Main: Athenäum.
- Ronneberger, Franz. 1987a. Rezension: Christine Blumschein. 1986. Wie man(n) Frauen macht ... Das Fernsehen als Vermittler und Produzent von Geschlechterideologien. *Publizistik* 32 (2): 246.
- Ronneberger, Franz. 1987b. Rezension: Helga Reimann, und Horst Reimann. 1987. Gastarbeiter: Analyse und Perspektiven eines sozialen Problems. *Publizistik* 32 (4): 563-64.
- Ronneberger, Franz. 1988. Rezension: Georg Ruhmann, und Jochem Kollmer. 1988. Ausländerberichterstattung in der Kommune. Inhaltsanalyse Bielefelder Tageszeitungen unter Berücksichtigung „ausländerfeindlicher“ Alltagstheorien. *Publizistik* 33 (4): 708-9.
- Ronneberger, Franz. 1989. Rezension: Roland Hannemann. 1987. Die Welt unterm Regenbogen. Massenkommunikation und Stereotypie am Beispiel der Unterhaltenden Wochenzeitschriften. *Publizistik* 34 (3): 387-9.
- Schaff, Adam. 1980. *Stereotypen und das menschliche Handeln*. Wien, München, Zürich: Europaverlag.
- Scheu, Andreas M. 2012. *Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft. Eine Verdrängungsgeschichte?* Köln: Herbert von Halem.
- Schulz, Winfried. 1989. „Massenmedien und Realität. Die ‚ptolemäische‘ und die ‚kopernikanische‘ Auffassung“. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 30: 135-49, herausgegeben von Max Kaase, und Winfried Schulz.
- Six, Bernd, und Iris Six-Materna. 2006. „Naive Theorien“. In *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie*, herausgegeben von Hans-Werner Bierhoff, und Dieter Frey, 322-29. Göttingen: Hogrefe.
- Sorg, Richard. 1981. „Die Ideologietheorie von Marx, Engels und Lenin. Zur materialistischen Analyse des Inhalts von Klassenbewußtsein“. *Ideologien im Bezugsfeld von Geschichte und Gesellschaft*, herausgegeben von Anton Pelinka, 79-94. Innsbruck: Inn-Verlag.
- Thiele, Martina. 2015. *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes*. Bielefeld: transcript.

- Thiele, Martina. 2017. „Kategorien, Stereotype, Intersektionalität“. In *Von der Reflexion zur Dekonstruktion? Kategorien, Typen und Stereotype als Gegenstand junger Forschung. Beiträge zur zweiten under.docs-Fachtagung zu Kommunikation*, herausgegeben von Barbara Metzler, Julia Himmelsbach, Diotima Bertel, Andreas Riedl, und Lara Möller. Unter Mitarbeit von Christian Berger, Paul Hahnenkamp, Barbara Klaus, und Michael Schwinghammer, 15-32. Wien: danzig & unfried.
- Thiele, Martina. 2019. Intersektionalität und Kommunikationsforschung: was ist mit Medien? In *Feministische Theorie und kritische Medienkulturanalyse. Ausgangspunkte und Perspektiven*, herausgegeben von Tanja Thomas, und Ulla Wischermann. Bielefeld: transcript, 2019 (in Druck)
- Weischenberg, Siegfried. 1976. Funktionshierarchie und Auto-Stereotyp von Kommunikatoren. Beispiel Rundfunk-Sportjournalisten: Unterhalter fühlen sich nicht anerkannt. *Rundfunk und Fernsehen* 24 (4): 344-54.
- Wilke, Jürgen. 2007. „Nicht nur ein Theoretiker der öffentlichen Meinung. Walter Lippmann Revisited“, (Reihe „Klassiker der Kommunikationswissenschaft heute“). *Medien & Kommunikationswissenschaft* 55 (4): 595-612.
- Wolf, Rick. 2004. *Ideologische Staatsapparate/repressiver Staatsapparat*. In *Historisch-kritisches Wörterbuch des Marxismus, Band 6.1: Hegemonie bis Ideologie*, herausgegeben von Wolfgang Haug, Frigga Haus, und Peter Jehle, 761-72. Hamburg: Argument. http://www.inkrit.de/e_inkritpedia/e_maincode/doku.php?id=i:ideologische_staatsapparate_repressiver_staatsapparat. Zugegriffen: 16. November 2019.
- Zick, Andreas. 1997. *Vorurteile und Rassismus. Eine sozialpsychologische Analyse*. Münster u.a.: Waxmann.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Die aktuelle Bedeutung des Subjektspekts für Ideologieproduktion und Ideologiekritik: Menschliche Subjektivität als Teilaspekt der „gesellschaftlichen Natur“ des Menschen

Renatus Schenkel

Keywords: Ideologierezeption, Kritische Psychologie, individuelle Medialkommunikation, Reduktionismus, individuelle Subjektivität, marxistische Subjekttheorie, marxistische Medientheorie

Abstract

Für das qualitative Verständnis der Wechselwirkung von Ideologieproduktion und Ideologienutzung ist die Kenntnis der konkreten Verwendungsmodi von ideologischen Angeboten durch Individuen unverzichtbar. Als diskursive, lautliche oder ikonische Bedeutungskonstellationen sind Ideologieangebote nicht mehr nur determinierende Handlungsbedingungen sondern werden zu Handlungsmöglichkeiten, die in entwickelten kapitalistischen Gesellschaften auf widersprüchliche Weise individuell genutzt, abgelehnt oder nicht zur Kenntnis genommen werden. Auf Basis der Kritischen Psychologie als am weitesten entwickelter marxistischer Subjekttheorie und von marxistischer Medientheorie liefert der nachfolgende Beitrag subjekttheoretische Bausteine zur kritischen Aufklärung grundlegender individueller Wirkungsmechanismen von Ideologieproduktion.

Schenkel, Renatus. 2019. „Die aktuelle Bedeutung des Subjektspekts für Ideologieproduktion und Ideologiekritik: Menschliche Subjektivität als Teilaspekt der ‚gesellschaftlichen Natur‘ des Menschen“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevignani, 320–346. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.15

Renatus Schenkel | HS Magdeburg-Stendal | renatus.schenkel@hs-magdeburg.de

1 Einführung

„Zu verstehen, wie Denk- und Sprachformen für die Herstellung, Aufrechterhaltung und Rechtfertigung von Macht- und Herrschaftsverhältnissen funktional sind“, so ein Ziel der Tagung, aus der dieser Beitrag hervorgegangen ist, erfordert – neben dem Wissen über die gesellschaftlichen Grundlagen der Produktion und der Herrschaftsverwendung von Ideologie – auch die Kenntnis ihrer individuellen Verwendungszusammenhänge. Dieser letztere Subjektaspekt ist aus verschiedenen historischen, aber auch theoretischen Gründen in der kritischen wie marxistischen Diskussion nach wie vor unterbelichtet, in Teilen der traditionellen Medienforschung wird er problematisch verkürzt. Anhand vorhandener Erklärungsdefizite möchte ich vor dem Hintergrund des aktuellen Standes der Kritischen Psychologie – als am weitesten entwickelter marxistischer Subjektwissenschaft – deren Erkenntnispotenziale für eine marxistisch fundierte Ideologiekritik ausleuchten¹.

Da die Kritische Psychologie als eigenständiger Ansatz in der Vielzahl kritischer Psychologieansätze hier vermutlich nur Wenigen bekannt ist und sie – vor allem auf Grund politischer Invektiven² in den 1970er Jahren – bislang nur bruchstückhaft für Medien- und Kommunikations-

-
- ¹ Durch die Überarbeitung des Vortragsmanuskripts ergab sich die Gelegenheit, dieses noch um einige Aspekte zu ergänzen, was gleichwohl in dem verbliebenen Zeitraum nichts an dem nach wie vor skizzenhaften Charakter mancher Sequenzen ändern konnte. In diesem Zusammenhang möchte ich Eric Recke danken, der mir mit inhaltlichen Anregungen und formaler Hilfe die Bearbeitung deutlich erleichtert hat.
 - ² Gemeint sind Berufsverbote für marxistische Wissenschaftler, Nichtberufungen, wodurch vielversprechende Ansätze vor einigen Jahrzehnten abgebrochen wurden und sich so eine marxistische Tradition an deutschen Hochschulen, wie sie in anderen Ländern wie z. B. in Großbritannien üblich ist, nicht etablieren konnte. Die Kritische Psychologie als auch international beachteter Wissenschaftsansatz wurde explizit durch Streichung zum Beispiel der Holzkamp-Professur nach dessen Emeritierung trotz einer über die verschiedenen Lager hinweg einvernehmlich verabschiedeten Berufungsliste und Berufsverboten für Kritische Psychologen durch den Westberliner Wissenschaftssenator und Kommunikationswissenschaftler (!) Glotz und die SPD-Kader im Westberliner Senat stark behindert. Zwar sprechen politische Gegner marxistisch orientierter Organisationen immer gern von deren „Kaderpolitik“. Bei diesen Berufsverbotsverfahren (PR-Bezeichnung: „Radikalenerlass“) ist diese Formulierung ebenso angebracht. Denn natürlich waren auch partei- und wissenschaftspolitisches Konkurrenzdenken ein Motiv für solche undemokratischen wissenschaftspolitischen Eingriffe, die die proklamierte Wissenschaftsfreiheit ad absurdum führte. Vgl. Holzkamp (1977a), Maiers und Markard (1978) sowie Meyen (2017).

wissenschaft genutzt werden konnte³, möchte ich zwecks besserer Einordnung in den interdisziplinären Gesamtkontext der Fragestellung zunächst einige wissenschaftspolitische und -theoretische Bemerkungen voranschicken, um dann wieder zur eigentlichen Fragestellung zurückzukehren. Um Verwechslungen mit anderen kritischen psychologischen Ansätzen zu vermeiden, schreibt sich der Ansatz der Kritischen Psychologie mit großem K.

Immerhin hat sich die Kritische Psychologie, die traditionelle Psychologie aus inneren Widersprüchen heraus überschreitend (vgl. Maiers 1988a und 1988b), flankiert durch eine damals starke Studentenbewegung und massiver politischer Bekämpfung durch SPD-geführte Berliner Hochschulsensoren trotzend (vgl. Anm. 2), durch Aufarbeitung der für das Begreifen menschlicher Psyche relevanten Forschungsergebnisse anderer Einzelwissenschaften wie der Biologie, durch theoretisch vermittelte Rückgriffe auf die Evolutionstheorie und auf die Erkenntnisse des historischen und dialektischen Materialismus und der marxistischen Kritik der Politischen Ökonomie zu einem positiven Gegenkonzept entwickeln können (Holzkamp 1983, Holzkamp-Osterkamp 1976, Maiers 1985/2, Schurig 1975, Maiers 1999).

Ermöglicht wurde dies vor allem durch die Entwicklung des epistemologisch und methodologisch grundlegend neuen Verfahrens der so genannten funktional-historischen Analyse des Mensch-Welt-Zusammenhangs. Erkenntnisleitend war „die Herausarbeitung der biologischen Voraussetzungen menschlicher Gesellschaftlichkeit durch Ableitung aus deren phylogenetischen Entstehungsbedingungen, also sozusagen die Erfassung der ‚gesellschaftlichen Natur‘ des Menschen in ihren verschiedenen funktionalen Aspekten.“ (Holzkamp 1977 b, 417-418). Erst damit sah sich die Kritische Psychologie zunehmend in in den Stand versetzt, die aus der Vernachlässigung der phylogenetischen Grundlagen psychischer Funktionsaspekte resultierenden grundsätzlichen Defizite der bürgerlichen Psychologie zu überwinden.

Das so fundierte Gegenkonzept knüpfte hierbei an die grundlegende Kritik der bürgerlichen Psychologie durch den zur kulturhistorischen Schule zählenden sowjetischen Psychologen A.N. Leontjew an. Deren

³ Explizit rekurrieren auf die Kritische Psychologie in der Medien- und Kommunikationstheorie historisch wie aktuell Holzer 1974/1978, Hoffmann 1976, Schenkel 1984/2019 und Sevignani 2019, vgl. Anmerkung 14.

Kernstück ist „die Zurückweisung [...] des so genannten ‚Unmittelbarkeitspostulats‘ der bürgerlichen Psychologie, [...] ihre Auffassung von der (lediglichen, R.S.) ‚Zweigliedrigkeit‘ der Beziehung des Menschen zur Welt als Hervorbringung von Reaktionen der Individuen auf Grund unmittelbarer Einwirkungen aus der Umwelt. [...] Dies ist die Basis für eine scharfe Kritik am Reduktionismus der bürgerlichen Psychologie, besonders als biologistische Einebnung der menschlichen, also gesellschaftlichen Spezifik der Lebenstätigkeit auf das organismische Niveau hin (aber ebenso auch als ‚soziologistische‘ Reduktion), womit eine solche Psychologie die zentralen Probleme der gesellschaftlichen Existenz von Individuen von vornherein verfehlen muß“ (Holzkamp 1982, 2-3, sowie allgemein Leontjew 1977). Auch in der Kommunikationswissenschaft lassen sich vergleichbare Probleme verorten, da zusammen mit anderen Anleihen auch dieser Reduktionismus aus der traditionellen Psychologie übernommen wurde, ohne deren innerwissenschaftliche Kontroversen zu reflektieren und gegebenenfalls entsprechende Konsequenzen für die Kommunikationswissenschaften zu ziehen. Die Folge ist ein verkürzter Begriff individueller Subjektivität, der eine adäquate Erfassung des individuellen Umgangs mit Medien und mit ideologisch geprägten Denkformen erschwert, wenn nicht verhindert. Ich komme darauf später zurück.

2 Marxistische Medientheorie und Subjekttheorie der Kritischen Psychologie

In den Kommunikations- und Medienwissenschaften kam es darüber hinaus auf Grund noch anderer innerwissenschaftlicher Gegebenheiten und ebenfalls massiver politischer Eingriffe – berüchtigtes Beispiel ist das verfassungswidrige Berufsverbot für den renommierten Kommunikationswissenschaftler Horst Holzer mit Verlust seiner Professur in München – gar nicht erst zu einer weiter entwickelten marxistischen Medienkonzeption, obwohl Ansätze von Horst Holzer, Franz Dröge, Wulf D. Hundt, Burkhard Hoffmann, Volker Gransow, Jochen Bach, Chup Friemert und anderen ebenfalls vielversprechend waren. Gleichwohl hatte es noch eine Phase der Annäherung kritischer kommunikationstheoretischer Ansätze an die Kritische Psychologie z. B. durch Horst Holzer, Burkard Hoffmann, mir und einige andere gegeben. Wir hatten beispielsweise Holzer für Gastvorträge am Institut für Publizistik der FU Berlin gewinnen können

(vgl. etwa Holzer 1978), mit Chancen auf eine Professur, die aber durch politische und interne Intrigen unter anderem des dort damals dominierenden, heute gern als liberal bezeichneten Professors zunichte gemacht wurden.

In der Spätphase seines Wirkens hat Horst Holzer in Aufarbeitung des damaligen Standes der Kritischen Psychologie die gleichrangige Bedeutung der gesellschafts- wie der persönlichkeits-theoretischen Kritik an traditioneller Kommunikations- und Medientheorie hervorgehoben. So formulierte er etwa auf dem 4. Kongress für Kritische Psychologie in seinen Thesen zur Fruchtbarkeit des kritisch-psychologischen Ansatzes, dass auf dieser Basis zweierlei zu leisten sei:

- Kritik an den herrschenden positivistischen kommunikationswissenschaftlichen Positionen und
- die Entwicklung einer alternativen, historisch-materialistisch fundierten Kommunikations- und Medientheorie.

Kritik wie Alternative seien dabei sowohl gesellschaftstheoretisch wie *persönlichkeitstheoretisch* auszurichten (Holzer 1977, 449). Anzusetzen sei bei verhaltens- und handlungstheoretischen Konzepten von Kommunikation und Massenkommunikation und „dabei auf den Angelpunkt materialistischer Kommunikationstheorie zu beziehen: auf die dialektische Verschränktheit von Arbeits-, Erkenntnis- und Kommunikationsprozessen und deren Verankerung im Stoffwechselprozeß Mensch/Natur, damit auf diesen Stoffwechselprozeß als materiell begründetem, kommunikativ-kooperativem Handlungsvollzug“ (ebd., 450).

Die Beschäftigung mit dem Verhalten des Individuums zu den gesellschaftlichen Bedeutungskonstellationen als Teil des Spezifikums menschlicher Subjektivität – die ideologischen Angebote in der bürgerlichen Gesellschaft sind als Denkformen und Symbolbedeutungen Teil dieser Konstellationen – kann also nicht nur nachgeordnet, quasi abgeleitet von gesellschaftstheoretischen Positionen oder gar in diesen schon als aufgehoben geltend geschehen, sondern muss ganz im Sinne von Holzers Erkenntnissen methodisch bereits persönlichkeits-theoretisch, und das bedeutet: *subjekttheoretisch* fundiert (siehe Anm. 3) erfolgen und sich ebenfalls der phylogenetischen Grundlagen kommunikativen und medialen Handelns – als naturhistorischer *Prozess* des Stoffwechsels – annehmen, um die kommunikativen Anteile bei Herausbildung und Stabilisierung

der gesellschaftlichen Natur des Menschen bis hin in die kapitalistische Gegenwart herausarbeiten zu können.⁴

In Bezug auf ihren psychologischen Gegenstand hat die Kritische Psychologie dies wie bereits erwähnt unter Rückgriff auf grundlegende phylogenetische und anthropogene Entwicklungsansätze und – bezüglich gesellschaftlicher Evolution – auf Basis der marxistischen Gesellschaftstheorie unternommen, weshalb sie sich ihrem eigenen Anspruch nach auch als eine marxistisch fundierte subjektwissenschaftliche Psychologie (Maiers 2019, 131) versteht. Erst durch den Rückgriff auf die Evolutionstheorie und mit dem Blick auf die über drei Millionen Jahre währende Entwicklung von den ersten Australopithecinen bis hin zum Jetzt-Menschen (*homo sapiens sapiens*) wird nämlich sichtbar, dass dessen biologisch-genetische Natur ihn als einziges existierendes Lebewesen befähigt, aber auch *zwingt*, gesellschaftlich zu leben und dies in einem dialektischen Prozess von Vergegenständlichung und Aneignung der vorgefundenen Lebensbedingungen einschließlich aller Lebens-, Mittel' im umfassenden Sinn zu tun mit dem Ergebnis der Schaffung einer überdauernden externen Lebensumwelt.

Diese materiell-gegenständliche Lebensumwelt wird nach Durchsetzung des historisch-gesellschaftlichen gegenüber dem naturhistorischen Prozess zum überdauernden materiellen Träger der menschlichen Traditionsbildung. Die übergreifenden zentralen Triebkräfte der gesellschaftlich-historischen Entwicklung sind dann gemäß Marx und Engels nicht mehr primär durch natur-evolutionäre Mechanismen bestimmt, obwohl Evolution natürlich weiter wirkt, sondern durch eine neue Dialektik von Produktivkräften und Produktionsverhältnissen, deren jeweils historisch unterschiedlicher Stand die spezifische Entwicklungsdynamik einer historischen Formation ausmacht, also durch eine gesellschaftlich-

4 Holz-kamps Analysen der Lern- und Aneignungsprozesse von Gegenstands- und Symbolbedeutungen durch Wahrnehmung zeigen zum Beispiel, wie unter bürgerlich-kapitalistischen Verhältnissen bereits in der frühen Kindheit die notwendige Aneignung der sich widersprechenden Gebrauchswert- und Tauschwertcharakteristika als Bedeutungen zu einem verkürzten Weltverständnis führt, das den Boden für bürgerliche Ideologeentstehung und -wirkung bildet, die erst durch eine Umstrukturierung von Denken und Wahrnehmung im begreifenden Denken überwunden werden kann (Holzkamp 1973, 233ff., ders. 1983, 317, 364ff. und 400f.). Zum Begriff des Ideologischen aus Sicht der Kritischen Psychologie in Abhebung zu anderen Ansätzen vgl. H.-Osterkamp (1983, 7ff.).

evolutionäre Entwicklung, die gleichwohl nach wie vor als Teil der natürlichen Evolution – als diese in neuer Qualität – zu verstehen ist, da die Menschen ja Naturwesen – als einzige auf dem Planeten auf diesem neuen Niveau nach Aussterben beziehungsweise genetischer Absorption des Neander-thalers (*homo sapiens neanderthalensis*) – bleiben und dies in zunehmender Wechselwirkung mit den übrigen Lebewesen. Auch aus diesem Aspekt heraus ergibt sich jenseits unmittelbar ethischer Argumente und der mittlerweile unübersehbaren direkten Auswirkungen menschlicher Tätigkeit auf deren Lebensqualität eine tieferer Zusammenhang für die planetare Verantwortlichkeit des Menschen bei jeglicher Thematik, ob dies Klima, Artenvielfalt, Atmosphärenzusammensetzung und anderes mehr betrifft.

Der menschliche Lebensvollzug gestaltet sich innerhalb sozialer und darüber hinaus gehender kooperativer Beziehungen mit den anderen Menschen fürderhin als Teil des gesellschaftlichen Stoffwechselprozesses in Wechselwirkung mit der gegenständlich-materiellen Welt. Dabei sind vom Individuum von Geburt an und genetisch zwingend seine konkret es umgebenden gesellschaftlich-gegenständlichen Bedeutungs- und anderen Strukturen anzueignen und im fortschreitenden Sozialisationsprozess zunehmend aktiv mitzugestalten und umzuändern, nur so kann nach Auffassung der Kritischen Psychologie das Individuum seine persönliche *Subjektivität* entfalten. Ist dieser Prozess behindert, kommt es zu fundamentalen Defiziten, wie dies mit dem bekannten Beispiel von Kaspar Hauser illustriert werden kann.⁵ Die Summierung aller dieser Aktivitäten der lebenden Individuen bewirkt letztlich die historische Weiterentwicklung ihrer Produktionsverhältnisse und -mittel; es muss damit nicht mehr auf ein wie auch immer geartetes gesondertes Movens wie etwa den Hegelschen „Weltgeist“ oder andere, übersinnlich-mystische Ursachen als Erklärungsfaktor für gesellschaftliche Entwicklung zurückgegriffen

⁵ Kaspar Hauser war angeblich als Kind im Wald ausgesetzt oder auch in einem Verlies eingesperrt worden und ohne jeglichen menschlichen sozialen Kontakt aufgewachsen, bis er im Alter von 16 Jahren auf eine menschliche Gemeinschaft traf. Dadurch litt er unter fundamentalen personellen Defiziten. Sie werden heute in der Psychologie als besondere beziehungsweise extremste Form des so genannten Hospitalismus gefasst, mit dem die negativen Folgen eines länger anhaltenden Entzugs körperlicher und psychischer Reize, sei es durch Deprivation, Isolation, Folter oder andere gewalttätige Einwirkungen, zum Thema gemacht werden. Zu Hauser vgl. z. B. Hesse (1916) oder weiterführend Struve (1999).

werden. Diese Erkenntnis ist einerseits ernüchternd, wirft den Menschen quasi auf sich selbst zurück. Andererseits wirkt sie aber auch befreiend, denn sie eröffnet den Weg zur begrifflichen Fassung der eigentlichen menschlichen Freiheit, wie sie bereits Friedrich Engels im „Antidürring“ in Übernahme der Argumentation Hegels als Einsicht in die Notwendigkeit und Beherrschbarkeit natürlicher und gesellschaftlicher Prozesse definierte: „Nicht in der geträumten Unabhängigkeit von den Naturgesetzen liegt die Freiheit, sondern in der Erkenntnis dieser Gesetze, und in der damit gegebenen Möglichkeit, sie planmäßig zu bestimmten Zwecken wirken zu lassen“ (Engels 1877-1878, 106).

3 Zusammenhangsdenken versus Reduktionismus

Da die das Individuum umgebenden Bedeutungskonstellationen somit nur mehr einen *Möglichkeitsraum* für sein individuelles Handeln bilden und es zu ihnen in einer prinzipiellen Möglichkeitsbeziehung steht, in der es konkret jeweils so, aber auch anders handeln kann, ist es also nicht mehr nur den Bedingungen unterworfen. Vielmehr kann es über diese – nach Maßgabe der je historisch vorhandenen gesellschaftlichen Mittel – ein Stück weit verfügen. Damit kann dieser Prozess prinzipiell nicht mehr angemessen durch Konzepte abgebildet werden, die auf veraltete Ansätze in Psychologie (Maiers 2019, 134f.) und Soziologie zurückgreifen, die sich nicht vom oben erwähnten Unmittelbarkeitspostulat gelöst haben und sich weiterhin direkt oder indirekt am Stimulus-Response-Modell oder anderen behavioristischen Vorstellungen orientieren. Der Mensch wird dort nicht auf seiner gesellschaftlich-historischen, sondern lediglich auf seiner tierisch-vorgesellschaftlichen Stufe betrachtet, was sich beispielsweise an den zahlreichen aus Tierexperimenten gewonnenen Aussagen in oft umstandsloser Übertragung auf menschliches Verhalten zeigt. Eine weitere Variante der Reduzierung der gesellschaftlichen Natur des Menschen ist die (ursprünglich im Kognitivismus entwickelte) Variante der Gleichsetzung menschlicher Funktionsweisen mit denen eines Computers. Ich selbst habe zeitweise im Unterricht zu Illustrationszwecken gern auf Shannon und Weavers (1963) eingängiges mathematisches Wirkungsmodell von Kommunikation zurückgegriffen, bis mir die Problematik der grundsätzlichen Unangemessenheit des Modells für soziale Kommunikationsprozesse klar wurde. Allerdings war das meinem damals verkürzten

Denken geschuldet und nicht den Autoren anzulasten. Denn Shannon und Weaver hatten das Modell primär für technische Zusammenhänge konzipiert, vor allem um „Rauschen“ und Informationsverlust während des Übertragungsprozesses anschaulich zu machen. Dass sie sich in ihrer natur- und technikwissenschaftlichen Herangehensweise dabei im Denken des „Newtonschen Weltbilds“ bewegen, ist durchaus angemessen, soweit sie nicht, ihre Fächer überschreitend, sozialwissenschaftliche Schlussfolgerungen ziehen.

Natürlich gibt es in der Kommunikationswissenschaft inzwischen eine differenzierte qualitative Forschung, gibt es mit den Cultural Studies und anderen Konzepten Ansätze, die längst behaviouristisches Denken zurückgedrängt haben. Doch scheint mir die quantitative Methodik mit Orientierung an Stimulus-Response-Modellen in vielen Kernbereichen der Medienforschung wie der Labor- und Umfrageforschung nach wie vor nicht obsolet, gerade also in den Bereichen des subjektiven Handelns, um die es hier geht (z. B. bei Messung und Interpretation von Einschaltquoten im Fernsehen oder der Meinungsforschung durch Umfragen), sodass eine Auseinandersetzung mit diesen notwendig bleibt. Quantitative Forschung hat ihren notwendigen, da unersetzlichen Platz bei Forschungsfragen in gesellschaftlicher, ökonomischer, technischer oder überindividueller Dimension. Aber die nach wie vor noch übliche Reduktion auch bei subjekttheoretischen Fragestellungen auf ein quasi-naturwissenschaftliches Vorgehen als der vermeintlich ‚härteren‘ Methodik, die sich faktisch doch an unterschiedlichen behavioristischen Ansätzen etwa eines Skinner oder Pawlow orientiert, wirkt zunehmend eigenartig. Denn nicht nur in der Psychologie ist wie gezeigt ein solcher Reduktionismus umstritten. Selbst die Naturwissenschaften, aus denen diese Denkweise ursprünglich übernommen wurde, setzen sich seit Längerem deutlich gegen einen derartigen Reduktionismus zur Wehr. Noch scheint kaum zur Kenntnis genommen worden zu sein, dass etwa ein Werner Heisenberg, einer der Schöpfer der Quantenmechanik und der Unbestimmtheitsrelation und wahrlich kein ‚Weichling‘ in Bezug auf physikalische Methodik, in seiner Abhandlung „Ordnung der Wirklichkeit“ (1989, 99ff. und 117) das Grundproblem der Abgrenzung von Quanten- und klassischer Physik, Chemie, Biologie und menschlichem Leben in Anlehnung an Niels Bohr inzwischen präzise auf den Punkt gebracht hat. Er verwendet in diesem Zusammenhang den Begriff der je höheren Organisationsformen, die nicht auf niedrigere (physikalische) reduzierbar seien und meint mit den

höheren die Lebens- und Sozialwissenschaften. Besonders prononciert formuliert diese Kritik am Reduktionismus auch der Physiknobelpreisträger Robert B. Laughlin: „Die Natur wird nicht allein durch eine Grundlage von Gesetzen auf mikroskopischer Ebene gesteuert, sondern durch starke und allgemeine Ordnungsprinzipien [...]. Was wir sehen, ist eine Veränderung der Weltsicht, in deren Verlauf das Ziel, die Natur durch Zerlegung in immer kleinere Teile zu verstehen, durch das Ziel ersetzt wird, dass man versteht, wie die Natur sich selbst organisiert“ (Laughlin 2007, 25). Aus dieser „self-organization of matter“, die der Chemienobelpreisträger und Philosoph Ilya Prigogine bereits in den 1980er Jahren analysierte (vgl. Schenkel 1988, 15f.), bildet sich ein neues „physikalisches Ordnungsprinzip“, das auch mit dem Terminus der „Emergenz“ (Laughlin) bezeichnet wird.

Bemerkenswert: Es war eine Entdeckung des deutschen Nobelpreisträgers Klaus von Klitzing, die letztlich für diesen Wendepunkt im physikalischen Weltverständnis sorgte (vgl. Laughlin 2007, 124). Durch die Fixierung auf das ‚Newtonsche Weltbild‘ der Physik als der vermeintlich grundlegenden Wissenschaft ist vielen Sozial- und Kommunikationswissenschaftlerinnen und Kommunikationswissenschaftlern diese fundamentale Umorientierung in der Physik offenbar entgangen, wenn sie nach wie vor nur deren „hartes“ methodisches Vorgehen als alleinigen Garanten für die Wissenschaftlichkeit ihrer quantitativen Empirie gelten lassen wollen. Zu den weiteren problematischen Implikationen, die mit dieser Art Reduktionismus im Medienbereich verbunden sind, habe ich mich bereits an anderer Stelle ausführlicher geäußert (Schenkel 2019), worauf ich hier noch zurückgreifen werde.

Es sollte klar geworden sein, dass damit auch eine marxistische Ideologiekritik nicht umhin kommt, sich ganz praktisch mit dem konkreten Verhalten⁶ menschlicher Individuen zu gesellschaftlichen Denk- und Sprachformen, den damit übermittelten Inhalten und ihrer tatsächlichen Nutzung bei der individuellen Lebensbewältigung dann unter subjekttheoretischem Blickwinkel auseinanderzusetzen statt beispielsweise darauf zu vertrauen, dass dies Alles in der „Kritik der Politischen Ökono-

⁶ Die Kritische Psychologie hat einen ganz anderen Verhaltensbegriff als behaviouristisch gefärbte Ansätze. Er ist immer als „Verhalten Zu“ gesellschaftlichen Handlungsmöglichkeiten definiert, also aktiv eingreifend im Gegensatz zum „Verhalten unter“ Bedingungen, siehe Holzkamp 1983, 277 ff.

mie“ schon objektiv auf den Punkt gebracht sei oder aber andererseits zu meinen, diese einfach um die Freudsche Psychoanalyse zu ergänzen. Eine gängige Fehlinterpretation der sechsten Feuerbachthese von Karl Marx, die er 1845/46 in seiner gemeinsam mit Friedrich Engels verfassten Schrift „Die Deutsche Ideologie“ veröffentlicht hatte, mit der folgenschweren Verkürzung des menschlichen Individuums als „Ensemble menschlicher Verhältnisse“, hat auch in kritischen wie marxistisch argumentierenden Ansätzen eine solche Vorstellung der weitgehenden Determiniertheit subjektiven Handelns durch die objektiven Verhältnisse befördert, z. B. in diversen Manipulationstheorien, denen selbst der eigentlich differenziert argumentierende Adorno mit grob verabsolutierenden Formulierungen die eingängigen Stichworte geliefert hat (Horkheimer und Adorno 1997/98, 141ff.).⁷

Wir werden sehen, dass solche Verkürzungen beziehungsweise „Ergänzungen“ vor dem Hintergrund kritisch-psychologischer Konzepte nicht mehr haltbar sind.

Aus marxistischer Perspektive, wie sie etwa Horst Holzer und Burkhard Hoffmann in der Medientheorie und Klaus Holzkamp in der Kritischen Psychologie verkörpern, versteht sich eigentlich eine „antireduktionistische“ Positionierung quasi von selbst. Denn für Marx und Engels war die Einheit von Natur und Gesellschaft in Gegensatz zu Hegel, aber auch zu den von ihnen etwas abschätzig bezeichneten „Vulgärmaterialisten“, eine aus der Logik und den Forschungsergebnissen von Naturwissen-

⁷ Marx hatte in der 6. Feuerbach-These geschrieben: „Feuerbach löst das religiöse Wesen in das menschliche Wesen auf. Aber das menschliche Wesen ist kein dem einzelnen Individuum innewohnendes Abstraktum. In seiner Wirklichkeit ist es das ensemble der gesellschaftlichen Verhältnisse. [...] Feuerbach sieht daher nicht, daß das „religiöse Gemüt“ selbst ein gesellschaftliches Produkt ist und daß das abstrakte Individuum, das er analysiert, einer bestimmten Gesellschaftsform angehört“ (Marx 1845, 6.). Eine marxistisch orientierte *Subjekttheorie* muss hingegen, wie schon im zweiten Abschnitt dargelegt, begreiflich machen, „wie menschliche Naturwesen die Fähigkeits- und Bedürfnisdispositionen entwickeln konnten, sich an der Schaffung und Veränderung gesellschaftlicher Lebensverhältnisse zu beteiligen“, sonst laufe man Gefahr, „in einen theoretischen *Objektivismus* zu verfallen: sei es, dass in einer Art *soziologistischen Reduktionismus* die Individuen zu bloßen Schnittpunkten gesellschaftlicher Daseinsumstände degradiert, ihre sinnlich-stoffliche Existenz und darin begründeten subjektiven Lebensnotwendigkeiten also weggeleugnet (und unter der Hand und gegen alle erklärte Absicht ideologisch orientierten, wissenschaftlich beschränkten naturalistischen Theoriebildungen überlassen) werden“, so Wolfgang Maiers (2019, 4).

schaften und übergreifender Evolutionstheorie sich ergebende zwingende Grundlage ihrer ‚logischen und historischen Methode‘. Bei dieser Methode handelt es sich nicht, wie manche Kritiker, die Marx und Engels offenbar gar nicht im Original kennen, unterstellen, um einen besonders raffinierten geistigen Taschenspielertrick. Vielmehr formulierte Friedrich Engels den wesentlichen Grundgedanken dieses Forschungsprinzips in seiner naturwissenschaftlich orientierten und in den Jahren 1873 bis 1886 entstandenen Schrift „Dialektik der Natur“ so: „Jetzt auch die ganze Natur in Geschichte aufgelöst, und die Geschichte nur als Entwicklungsprozeß selbstbewußter Organismen von der Geschichte der Natur verschiedenen“ (MEW 20, 504)⁸. Insofern muss man wie Kedrow und Kröber dieses Werk „als eine Art ‚VorKapital‘ auffassen, als ein naturwissenschaftliches Heranführen an das Marxsche ‚Kapital‘“ (zit. nach Maiers 2019, 143).

Interessanterweise wird auch in den Kommunikations- und Medienwissenschaften seit Jahrzehnten immer wieder ein entsprechendes übergreifendes Zusammenhangsdenken angemahnt, früh etwa von Gerhard Maletzke oder Klaus Merten (vgl. Schenkel 1988, 183 ff. und 200 ff.), neuerdings wieder von Autoren wie Friedrich Krotz (zuletzt 2018, 36 und 41), freilich bis heute ohne große Konsequenzen. Die Gründe hierfür liegen weniger in persönlichen Defiziten, was ja bei wechselnden Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen über diesen langen Zeitraum hinweg verwunderlich wäre, sondern in einem nach wie vor grundlegend zu beschränkten theoretischen und methodischen Horizont. Aber auch historisch-materialistische Ansätze jener Zeit waren nicht frei von bestimmten Verkürzungen (Schenkel 1988, 255 ff.).

Zusammenhangsdenken in der Kommunikationswissenschaft bedeutet, über die Jetztzeit hinaus natur- wie geschichtshistorische Wurzeln und historisch-gesellschaftliche Entwicklungen von Medien und Kommunikation im *Gesamt*zusammenhang zu analysieren, damit Natur-, Gesellschafts- und Individualgeschichte als eine komplexe Einheit zu fassen, was von der Kritischen Psychologie in Anlehnung an Leontjew für die Sozialwissenschaft Psychologie paradigmatisch konkretisiert worden war. Dies ist der Grund, warum ich in diesem Beitrag speziell auf deren

⁸ Detailliert zur logischen und historischen Methode siehe Engels in seiner Rezension von „Karl Marx Kritik der Politischen Ökonomie“ in der Zeitschrift „Das Volk“ vom 20.08.1859 (MEW 13, 474 ff.) sowie dann auf heute bezogen Holzkamp (2015, 98–181) und Maiers (1999, 1134–1140).

Ergebnisse rekurriere (vgl. Maiers 1985). Dies bedeutet eben aber auch, die phylogenetischen wie anthropogenetischen Grundlagen menschlicher Kommunikation methodisch mit einzubeziehen. Auch nach dem Umschlag von Natur- in Gesellschaftsgeschichte bleibt der Mensch wie erwähnt ein Teil der Natur, wobei sich in der evolutionären Entwicklung während der Anthropogenese seine Natur zu seiner gesellschaftlichen Natur als neue Qualität biologischer Ausstattung herausgebildet hat (vgl. Holzkamp 1983, 178ff. und Maiers 2019).⁹ Der Jetztmensch hat dadurch nicht nur die Fähigkeit, sondern auch den Zwang zur Gesellschaftlichkeit buchstäblich in seinen Genen. Der nur scheinbar absolute Gegensatz von Mensch und Natur, wie er sich etwa beim Klimawandel zuspitzt, kann nur deshalb in der öffentlichen Diskussion als ein äußerer und absoluter erscheinen, weil die durch die verselbständigten konkret-historischen kapitalistischen Verwertungszwänge der Energiekonzerne verursachten Verkehrungen in der Vorstellungswelt dies so erscheinen lassen und für das Alltagsdenken auseinanderreißen, Täuschungen, deren Wurzeln Marx und Engels schon im ersten Band des Kapital (1864, 86f.) als zwangsläufig aus den Verkehrtheiten der Wertform entstehenden „Warenfetisch“, beziehungsweise – bei voller Entfaltung des Kapitals – im dritten Band (1894, 412) als „Kapitalfetisch“ analysiert haben. Er ist damit letztlich keine „naturegegebene“ Problematik, wie dies die Alltagssprache nahelegt, sondern eine gesellschaftlich-soziale, durch Profitmaximierung verursachte Problematik, die ohne gravierende Eingriffe auch auf dieser Ebene nicht gelöst werden kann.

4 Individuelle Kommunikation als Teil der gesellschaftlichen Natur des Menschen

Wenn jenseits der Einseitigkeiten einer rein naturevolutionistischen oder aber andererseits einer rein soziologischen Sicht die biologisch verankerte gesellschaftliche Natur des Menschen mit ihrem Teilaspekt des auf Medien bezogenen Handelns in einer einheitlichen Gesamtsicht erfasst

⁹ Vgl. nochmals Friedrich Engels 1873–1878 in *Dialektik der Natur* (MEW 20, 317ff.) sowie Holzkamp (1984, 2f.). Zu den gravierenden methodologischen Konsequenzen für die Sozialwissenschaften vgl. Maiers (1985, 119ff.).

werden soll, muss der wirkliche Zusammenhang dieser Ebenen wissenschaftlich nachvollziehbar werden.

Was bedeutet das nun für menschliche Kommunikation und darin eingebettet die Kommunikation von konkreten Individuen im Spannungsfeld von persönlicher Kommunikation und Mediennutzung? Selbstverständlich ist ihre Entwicklung in diesen evolutionären Prozess eingebettet und nicht Ergebnis einer wie auch immer gearteten Emanation höherer Mächte, wie es das bekannte Zitat aus dem Johannesevangelium: „Im Anfang war das Wort“ unterstellt (Württembergische Landesbibliothek Stuttgart 2019). Vielmehr sind die kommunikativen und ‚medialen‘ Aspekte menschlichen Daseins in einem natürlichen Entwicklungsprozess bereits weit vor der Durchsetzung menschlicher Gesellschaftlichkeit in einem Jahrtausenden währenden evolutionären Prozess und nicht plötzlich entstanden. Schon früh haben sich mit dem Entstehen von Information und deren Übermittlung zunächst Frühformen physischer Träger, ‚Medien‘ herausgebildet, die dann zu physikalischen und biologischen ‚Mittlern‘ der entstehenden Kommunikation von Lebewesen wurden. Jenseits kommunikations- und medienwissenschaftlicher Fragestellungen sind Information und deren Träger ja auch Gegenstand anderer Einzelwissenschaften wie der Kosmologie, der Teilchenphysik, der Astronomie, der Informationswissenschaft, der Informatik, der Geologie, der Naturevolution oder der Biologie (Phylognese des Lebens und Tierkommunikation) geworden, lange bevor sich die Kommunikationswissenschaft als eigenständige Fachdisziplin herausgebildet hat – einer der Gründe für die Kommunikationswissenschaften, sich als interdisziplinär zu definieren.

Ein lediglich bausteinmäßiges Zusammenfügen unterschiedlicher Erkenntnisse aus verschiedenen Wissenschaftszweigen ohne wissenschaftstheoretische Vermittlung, wie wir das in kommunikationswissenschaftlicher Literatur öfters vorfinden¹⁰, birgt die Gefahr eines Eklektizismus ohne zusätzlichen Erkenntnisgewinn oder – weit gefährlicher – von Fehleinschätzungen und des Übersehens wichtiger Zusammenhänge. Weisen

¹⁰ Leider sind dieser Versuchung selbst sonst sehr akkurat argumentierende Autoren wie Klaus Merten erlegen, als er einmal meinte, die Heisenbergsche Unbestimmtheitsrelation zur Klärung menschlicher Kommunikation/Wirkungen mit heranziehen zu können, was aber Heisenbergs Gesamtdenken völlig widerspricht (Merten 1982, 41). Natürlich haben wir heute aber einen besseren Überblick über die verschiedenen Qualitäten dieser Ebenen als vor 40 Jahren.

vorfindliche Phänomene der Wirklichkeit wie gegenseitiger Informationsaustausch – er ist ja eines der Kriterien für Kommunikation – auf Gemeinsamkeiten in unterschiedlichen Wissenschaftsgegenständen hin, muss über die Aneinanderreihung der bloßen Forschungsergebnisse der unterschiedlichen wissenschaftlichen Ansätze hinaus eine wissenschaftstheoretische Vermittlung ihrer jeweils zugrundeliegenden Theorien geleistet werden. Es ist also zum Beispiel zu prüfen, ob sie überhaupt von einer gleichen Definition von „Kommunikation“ ausgehen, ferner sind qualitative Übergänge von einer Ebene zur anderen wissenschaftlich abzubilden, Geltungsbedingungen abzugleichen und anderes mehr.

Individuelle und generell menschliche Kommunikation sind also von ihrer Entstehung an ein Teilaspekt der naturhistorischen Prozesse. Menschliche Kultur und Kommunikation sind keineswegs erst späte Zutat zur naturevolutionären und anthropogenetischen sowie dann gesellschaftlich-historischen Entwicklung, im Gegenteil: Studien zur Kommunikations-, Symbol- und Zeichenentstehung haben gezeigt, dass diese zu fassen sind als „kulturelle und darin einbegriffene kommunikative virtuelle wie reale Aktivitäten [...], gleichursprüngliche Wesenheiten menschlicher Entwicklung [...], die ihre Wurzeln bereits in der vormenschlichen Evolution haben“ (Schenkel 2017, 101ff.) und so sogar zur mächtigen Triebkraft der Anthropogenese hin zu einem gesellschaftlich-historischen System wurden.

Schon *während* ihrer naturhistorischen Herausbildung auf tierischer Ebene hat sich Kommunikation als informationsspezifischer Aspekt der tierischen und dann vor- und frühmenschlichen Sozialität verselbständigt, wenngleich sie trotz zunehmender Eigenständigkeit an diese gekoppelt bleibt. Mit Durchsetzung des gesellschaftlich-historischen Prozesses in der menschlichen Lebensweise verändert sich Kommunikation hin zu einer neuen, gesellschaftlichen Qualität, die über die weiterhin wirkenden biologisch-genetischen Grundlagen hinaus zum dominanten Bestimmungsmoment wird: „Die Informationsbeziehungen der naturwüchsigen Sozialität werden zum spezifischen Informationsaspekt der Beziehung Mensch-Geräte-Umwelt und damit einbegriffener innergesellschaftlicher Informationsentwicklung“ (ebd.). *Kommunikation* ist also jetzt zu verstehen *als spezifischer Informationsaspekt des menschlichen Sozialen*, damit aber nach wie vor nicht auf dieses reduzierbar oder mit diesem gleichzusetzen, wie das noch in manchen Konzepten nach dem Motto soziales Handeln ist gleich Kommunikation geschieht.

In einer Koevolution von Werkzeug-, Kommunikations- und Symbolverhalten (Maiers 2006, 49) in diesem natur- und dann zunehmend gesellschaftshistorischen Prozess haben menschliche Kommunikation und (Bedeutungs-)Wahrnehmung Spezifika gewonnen, die zu entscheidenden Faktoren für die Stabilisierung der Gattung gegenüber anderen hochentwickelten Organismensozietäten und für die Herausbildung ihrer spezifischen psychischen Fähigkeiten und der dadurch möglichen komplexen Kommunikationsfähigkeit wurden (vgl. auch Holzkamp 1983, 301ff.). Gerade die „symbolische Repräsentation von Umwelttatbeständen und -erfordernissen im Prozess der Aneignungs- und Vergegenständlichungsaktivitäten ermöglichte eine raumzeitlich und Generationen überdauernde Weitergabe von Informationen und Fertigkeiten als mächtige Grundlage gesellschaftshistorischer Entwicklung“ (Schenkel 2017, 103f.). In gewisser Weise wäre das schon ein evolutionär unterfüttertes ganz früh ansetzendes Argument für die außerordentliche Bedeutung von Medien, die inzwischen unter dem Begriff der Medialisierung als abhebbarer eigenständiger Gegenstand in der Kommunikationstheorie thematisiert wird (vgl. Schenkel 2019). Denn Kommunikation benötigt gleichursprünglich ein Medium als Träger ihres Informationsaustausches. In frühen Stadien der Tierkommunikation waren das zunächst körpereigene Teile wie der Fuß des stampfenden Elefanten, der dadurch mittels des Bodens – ebenfalls ein Medium – tieffrequent über weite Entfernungen kommunizieren kann oder der Brustkorb des Primaten, den dieser aus Imponiergehabe zum Trommeln benutzt – anschauliche Beispiele übrigens, wie ursprünglich motorische Fähigkeiten für zusätzliche kommunikative Zwecke umfunktioniert werden (vgl. dazu Schurig 1975 Band 1, 179, 185). Die auf tierischer Ebene noch an körperliche und natürliche Umgebungsmomente gebundenen Aktivitäten entwickeln sich dann im Verlauf der anthropogenen Entwicklung zu Aneignungs- und Vergegenständlichungsaktivitäten mit Werkzeugen und veränderten Umgebungsqualitäten weiter, die dann als Medien im eigentlichen Sinne bezeichnet werden.

Auf gegenwärtigem weit fortgeschrittenen Niveau spätkapitalistischer Warenproduktion sind nicht nur die technisch höchst elaborierten medialen Instrumente für netzbasierte Kommunikationsmöglichkeiten, die ganz im Sinne des etwas nonchalant argumentierenden Marshal McLuhan (McLuhan und Powers 1995) als Erweiterungen des menschlichen Körpers verstanden werden können, als neuer Wirkfaktor einzubeziehen, sondern auch die spezifischen Verwertungsimperative des

Kapitals und auch die durch Digitalisierungsprozesse gegebenen Modifizierungen (vgl. Seignani 2018; Fuchs und Seignani 2013) in Rechnung zu stellen, die natürlich ebenfalls die Voraussetzungen der prinzipiellen Möglichkeitsbeziehung menschlicher Subjekte tangieren.

Nicht nur aus marxistischer Perspektive sind es neben den gesellschaftlich-formationsspezifischen Grundlagen bürgerlicher Ideologieproduktion wie Waren- bzw. Monopolfetisch, machtinduzierter politischer Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und PR vor allem die individuell je unterschiedlichen Verwendungszusammenhänge (Rezeptionsweisen) von Kommunikaten, die die konkreten Wirkungsweisen von Ideologie ermöglichen und die es zu entschlüsseln gilt. Übrigens findet sich diese Sichtweise auch in neueren Versuchen ‚personalisierter‘ netzbasierter Zielgruppenansprachen im Marketing, das sich weit entfernt wähnt von kritischen oder gar marxistischen Perspektiven. Die mir im Umfeld dieses Beitrages zu Bedenken gegebene interessante Frage, ob solche Phänomene als kapitalistisch überformte Subjektaspekte interpretierbar sind oder diese im Gegenteil gerade unterlaufen, müsste sicher genauer untersucht werden.

5 Restriktive Handlungsfähigkeit und deutendes Denken

Die verkürzende Sicht des Unmittelbarkeitspostulats und des Stimulus-Response-Modells, das übergeordnete gesellschaftliche Imperative meist nicht als Variable in Laborversuchen abbildet, bedeutet noch lange nicht, dass menschliches Handeln tatsächlich von den produktivkraftbedingten, je gesellschaftlich-historisch unterschiedlichen Rahmenbedingungen ohne Verlust seiner Wesensbestimmungen isolierbar ist. Bei genauem Hinsehen schlagen diese Rahmenbedingungen oft doch als Faktoren in Untersuchungsdesigns durch und müssen dann als ‚Stör‘-faktoren mühsam wieder weginterpretiert werden.¹¹ Gesellschaftliche Zwänge führen im Gegenteil - hier auf spät- oder monopolkapitalistisch geprägte

¹¹ Vgl. dazu die fundamentale wissenschaftstheoretische Kritik an dieser Art von Wissensgewinnung der Experimentalpsychologie durch Holzkamp (1964) und zusammengefasst in Holzkamp (1972).

Lebenszusammenhänge fokussiert – dazu, dass sich die Möglichkeitsbeziehung des Individuums in zwei Richtungen ihrer personalen Handlungsfähigkeit entwickelt, die im kritisch-psychologischen Verständnis als restriktive und verallgemeinerte Handlungsfähigkeit bezeichnet werden. Ihre Entgegensetzung ist nur relativ zu verstehen als unterschiedliche Aspekte der Handlungsfähigkeit, also nicht im Sinne von verselbständigten Handlungsweisen (Holzkamp 1983, 374ff.). Fundiert ist diese zweisehlächlige Handlungsfähigkeit mit jeweils unterschiedlichen emotionalen und kognitiven Befindlichkeiten, so einem entsprechenden Denkvermögen zwischen seinen beiden Polen des deutenden und begreifenden Denkens, die wiederum für den Ideologieaspekt von herausgehobener Bedeutung sind. Das von Holzkamp „deutend“ genannte Denken im Rahmen restriktiver Handlungsfähigkeit ist gekennzeichnet als ein *verkürztes* Denken, indem eine real mögliche Verfügungserweiterung unbewusst gehalten werden muss und das Individuum sich auf das kognitive Erfassen von „Faktizitäten“ beschränkt. Dies ist dann verknüpft mit einer Reduzierung auf Muster wie „Privatheit“ und auf die bereits genannte Unmittelbarkeitsverhaftetheit, so als ob Probleme nur individuell oder interaktiv lösbar wären, wobei dann der ja trotzdem objektiv in den umgebenden Bedeutungsstrukturen vorhandene gesamtgesellschaftliche Verweisungszusammenhang ausgeblendet wird (Holzkamp 1983, 388, Leontjew 1977, 241ff.). Dies charakterisiert die Kritische Psychologie in kritischer Aufhebung Freudscher Erkenntnisse als Verdrängungsprozess (Holzkamp 1984, 15ff.). Damit findet dann zum Beispiel keine Unterscheidung mehr statt zwischen Erscheinung und Wesen vorhandener Gegebenheiten, die ja oft nicht zusammenfallen. In Bezug auf Andere wird dann die Möglichkeit des gemeinsamen Bezugs auf allgemeinwohlorientierte Ziele im kooperativen Handeln ausgeklammert, bleiben lediglich persönliche, ‚instrumentelle‘ Beziehungen, übrig, in denen das Gegenüber nur noch unter dem Aspekt der Nützlichkeit für die eigenen Partikularinteressen betrachtet wird.

6 „Subkutane“ Ideologiebildung als Rezeptionsangebot

Zur Nutzung angeboten werden solche Muster – und damit sind wir wieder beim Thema Ideologieproduktion und -verarbeitung – in vielen

gängigen Filmen sowohl der Kinoproduktion als auch der privaten und leider oft – entgegen ihrem Programmauftrag – der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten. Dadurch entsteht gleichsam eine ‚subkutane‘ Ideologieproduktion zur Stabilisierung der Herrschaftsverhältnisse, ohne dass sie als solche sofort unmittelbar empfunden oder erkennbar würde. Gerade das erhöht den Grad ihrer Wirksamkeit. In der Regel kann erst eine differenziert Film- und Fernsehanalyse solche Muster sichtbar machen, für die aber auf den einschlägigen Fernsehseiten der Presse leider immer weniger Platz eingeräumt wird.

Als konkretes Beispiel für subkutane Ideologiebildung, das für viele stehen kann, nehme ich den in der ARD am 15.05.2018 zur Hauptsendezeit ausgestrahlten Fernsehfilm „13 Uhr mittags“. Dieser ist als Persiflage angelegt auf den legendären preisgekrönten Western „12 Uhr mittags“ („High Noon“) von Fred Zinnemann – mit Gary Cooper und Grace Kelly in den Hauptrollen –, sehr gut inszeniert und mit dem prominenten Schauspieler Jörg Schüttauf in der Hauptrolle besetzt. Tatsächlich verkehrt er aber – und darin liegt hier die Raffinesse der Ideologiebildung – die humanistische Botschaft des Ursprungsfilms in das völlige Gegenteil einer individuell-utilitaristischen Sichtweise. Im historischen Film kämpft bekanntlich ein moralisch integrierender Marshall (verkörpert von Gary Cooper) vergeblich gegen die angepasste Doppelmoral der Kleinbürger seiner Stadt an. Sie lassen ihn im entscheidenden Augenblick im Stich und wollen ihn erst wieder nach seinem überraschenden Erfolg gegen eine kriminelle Bande anstellen, was er dann dankend ablehnt. Das war eine für die Zeit seiner Entstehung 1952 erstaunliche Kritik an den inneren US-Verhältnissen, die dem Film und seinem Regisseur prompt landesweit Boykottaufrufe und den Vorwurf „unpatriotischen“ Verhaltens etwa durch den reaktionären „Law and Order“-Schauspieler John Wayne eintrugen.

In dem Fernsehfilm „13 Uhr mittags“ hingegen verkehrt sich diese inhaltliche Stoßrichtung des Plots ins Gegenteil: Hier wird ein korrupter Polizist, der durch seine Falschaussage einen Dieb so ins Gefängnis bringt, dass er sich dessen verschwundene Beute später unter den Nagel reißen kann, auf witzige Weise zum sympathischen und in seinen Handlungen letztlich versteh- und nachahmenswerten Helden stilisiert, gut illustrierend, was deutendes Denken und unmittelbares Verhaftetheitbleiben in den Verhältnissen meint. Klare Botschaft: Sei clever, verfolge deinen persönlichen Vorteil, ist doch nichts dabei, das schadet ja der Öffentlichkeit

nicht; also ein gut verpacktes ideologisches Angebot, sich doch mit den Verhältnissen zufrieden zu geben und persönlich schadlos zu halten, um in ihnen glücklich werden zu können, ohne sie konfliktreich verändern zu müssen.

Derartige subkutan verabreichte Muster häufen sich seit einigen Jahren auffällig auch in öffentlich-rechtlichen Produkten, zum Beispiel in den sonntäglichen, zunehmend nur noch persönliche Beziehungstagen thematisierenden Tatorten wie kürzlich im Dresdner ARD-Tatort „Nemesis“ am 18.08.2019. Verweise auf mafiöse Strukturen und systematische Geldwäsche dienen hier letztlich nur noch als Staffage für individuelle Mordgeschichten. Sicher wäre es eine noch tiefer gehende Analyse wert, inwieweit dies lediglich das Durchschlagen einer blinden, der bürgerlichen Oberfläche verhafteten Sichtweise der Drehbuchautor*innen und Programmverantwortlichen durch deutendes Denken ganz im Sinne des Marxschen Kapitalfetischs oder doch gezielteren Absichten geschuldet ist.¹²

Die damit einhergehende Verinnerlichung und Psychisierung gesellschaftlicher Widersprüche durch Verdrängung und Abschieben des Gewussten als Unbewusstes bleibt wie gesagt brüchig, da Verdrängung, ein dynamischer Prozess ist, sich diese Variante der Handlungsfähigkeitssicherung stets durchsetzen muss gegen die in der je umgebenden

¹² Leider ist eher Letzteres anzunehmen, scheint diese Programmpolitik nicht dem Zufall geschuldet, sondern vorsätzlich zu sein. Denn gleichzeitig werden qualitativ hervorragende und gleichwohl unterhaltsame Sendungen wie etwa die sechsteilige Serie „Die Neue Zeit“ über die Entwicklung des Bauhauses mit einem Schwerpunkt auf dessen heiklen Umgang mit Frauen im ZDF oder kritische Satiresendungen nicht etwa um 20.15 Uhr sondern nur zu nachtschlafender Zeit nach 22 Uhr gezeigt, obwohl die Gebühren finanzierten ARD und ZDF keinerlei Zwang zur Einschaltquote unterworfen sind wie die sich darüber finanzierenden Privatsender. Sie verstoßen damit massiv gegen ihren in den Rundfunkstaatsverträgen formulierten quasiöffentlichen Auftrag, nach dem sie nicht nur eine freie „individuelle und öffentliche Meinungsbildung fördern und ein umfassendes Bild der deutschen Wirklichkeit“ vermitteln (ZDF 2018, § 5), sondern damit „auch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft“ erfüllen sollen, indem sie „Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten“ haben (Medienanstalten 2019, § 11). Dieses Programm-Missmanagement bietet fahrlässig eine weitere offene Flanke für immer wiederkehrende Forderungen nach ihrer Verkleinerung beziehungsweise Privatisierung, die inzwischen nicht nur von CSU und AfD erhoben werden. Denn wenn sie sich nicht mehr in Qualität und Angebotsspektrum von privaten Sendeanstalten oder Streaming-Portalen unterscheiden, wird ihrer Existenz langfristig der Boden entzogen

Bedeutungskonstellation ebenfalls vorhandenen und damit auch der menschlichen Wahrnehmung zugänglich bleibenden Denkmöglichkeiten verallgemeinerter Handlungsfähigkeit (Holzkamp-Osterkamp 1976, 192ff.). Dies macht die gesamte Persönlichkeit brüchig und widersprüchlich und kann, da sich der real existierende Zusammenhang nicht völlig verdrängen lässt, zu einer Selbstfeindschaft (Osterkamp) führen mit allen Konsequenzen der psychischen Nicht-Bewältigung und Symptomen bis hin zur psychischen Krankheit oder Sucht. Denn Anpassungsverhalten dient zwar im Augenblick tatsächlich der kurzfristigen Absicherung der eigenen Handlungs- und Lebensfähigkeit, untergräbt aber damit deren langfristige Absicherung, die nur durch Änderung der Verhältnisse und den Kampf dafür herbeigeführt werden kann (vgl. Holzkamp 1983, 377ff.).

7 Ausblick: Individualkommunikation und Kommunikationscharaktere

Die unterschiedliche Nutzung von Medien bei der Sicherung individueller Handlungsfähigkeit ist damit notwendig ebenfalls zwiespältiger Natur, die bei jeder Analyse zu berücksichtigen ist. Hinzu kommt, dass durch die aktuellen medialen Entwicklungen neue Möglichkeitsräume für die Sicherung von Handlungsfähigkeit entstehen. Gegenwärtig sind wir Zeuge einer Verschiebung von klassischer linearer Mediennutzung hin zu einer örtlich und zeitlich ungebundenen, immer stärker non-linearen Nutzung generisch digitaler Angebote und dies zunehmend auf mobile Weise (Frees, Kupferschmidt und Müller 2019, 326ff., Engel, Maier und Müller 2018, 330), womit die individuellen Nutzungsmuster noch persönlicher und vielfältiger werden können. Wie aber werden diese vor dem Hintergrund des fortschreitenden historischen Vergesellschaftungsprozesses und seiner Realisierung über politökonomische Verwertungszwänge der Medienkonzerne noch sozialwissenschaftlich erschließbar, ohne eine Reduktion der Individuen auf ihre statistisch erfassbaren Eigenschaften, die das nicht wissenschaftlich abbilden kann? Bedingt durch die sich ausdehnende Medialisierung der Verhältnisse gewinnt die individuelle Mediennutzung zwangsläufig eine wachsende Funktionalität für die Sicherung individueller Handlungsfähigkeit. Menschliche Handlungs-

fähigkeit als generelle Möglichkeitsbeziehung zur gesellschaftlich geschaffenen Umwelt macht die umgebenden gesellschaftlichen Bedeutungsstrukturen zu Prämissen individuellen Handelns, die dieses nicht mehr determinieren wie im klassischen Unmittelbarkeitspostulat unterstellt. Dadurch werden auch die historischen Gegebenheiten nur mehr zu einem mit zu berücksichtigenden Erklärungsfaktor. Da gesellschaftliche Verhältnisse bislang immer Klassenverhältnisse mit gegensätzlichen Interessensgruppen sind, kann sich je nach Klassen- und Schichtenzugehörigkeit individuelle Handlungsfähigkeit aber nur im Spannungsverhältnis zwischen Anpassung und Widerstand gegenüber solchen Verhältnissen realisieren und damit im Ringen um ein spezifisches Verhältnis der eigenen restriktiven beziehungsweise verallgemeinerten Handlungsfähigkeit. Auch die menschliche individuelle Kommunikation und Mediennutzung als zwingender Bestandteil der Sicherung von individueller Handlungsfähigkeit ist damit in ihren restriktiven wie verallgemeinerten Anteilen bei deren Realisierung zu berücksichtigen und zu erforschen. In den je vorgegebenen gesellschaftlichen Kommunikationsverhältnissen haben sich aber produktivkraft- und – im Kapitalismus – verwertungsbedingt spezifische objektive Informationsraster herausgebildet, aktuell z. B. objektive Möglichkeiten wie Mails schreiben, Einweg- oder Streaming-Fernsehen oder Facebook und Instagram nutzen usw., die ich in Anlehnung an Marx als „Kommunikations-Charaktere“ charakterisiert hatte (Schenkel 1988, 270ff. und 306)¹³. Auch zu diesen Kommunikations-Charakteren (= Kommunikationsmustern) als Handlungsmöglichkeiten verhalten sich Individuen aktiv unterschiedlich. Ihre tatsächliche Nutzung als Prämissen für ihr kommunikatives Handeln wird dann ebenfalls anhand der Alternative: restriktive Handlungsfähigkeit als individuell-unmittelbare Bedürfnisbefriedigung oder verallgemeinerte Handlungsfähigkeit als gemeinsame kollektive Erweiterung der gesellschaftlichen Lebensmöglichkeiten untersuchbar. Erst durch einen solchen theoretischen Einbezug der unterschiedlichen Ebenen von Gesellschaft, Sozialität und individuellem Handeln kann eine Verabsolutierung oder Vereinseitigung je einer dieser

¹³ Friedrich Krotz spricht später in seiner Habilitationsschrift von 2001 unter Bezug auf den Symbolischen Interaktionismus ebenfalls verblüffend ähnlich von Medienkommunikation als Modifikation von interpersonaler Kommunikation und von der Ausbildung eines durch die Kommunikationsumgebung geprägten spezifischen „Kommunikationscharakters“ (Krotz 2001, 92), ohne allerdings meine Arbeit von 1988 zu erwähnen.

Ebenen vermieden werden. Damit wird aber andererseits auch über allgemeine Ideologiekritik hinaus ein Instrument erschließbar, um tatsächliche Rezeptions- und Wirkungsweisen von Ideologie durch konkrete Individuen zu untersuchen.¹⁴ Insofern kann die Untersuchung individueller Medialkommunikation unter Fruchtbarmachung kritisch-psychologischer Erkenntnisse auch über spezifisch marxistische Ansätze hinaus eine Bereicherung für kritische Kommunikationswissenschaft darstellen.

Literatur

- Engels, Friedrich. 1859. Rezension von ‚Karl Marx Kritik der Politischen Ökonomie‘ in der Zeitschrift *Das Volk* vom 20.8.1859. MEW 13, 474ff.
- Engels, Friedrich. 1873–1883. *Dialektik der Natur*. MEW 20, 317ff.
- Engels, Friedrich. 1877–1878. *Antidürring*. MEW 20, 259ff., 504
- Engels, Friedrich. 1845/46 (zusammen mit Karl Marx). *Die Deutsche Ideologie*, MEW 3, 9ff.
- Engel, Bernhard, Lothar Mai und Thorsten Müller. 2018. Massenkommunikation Trends 2018: Intermediale Nutzungsportfolios. *Media Perspektiven* 7-8: 330–347, https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2018/070818_Engel_Mai_Mueller.pdf. Zugegriffen: 28. November 2019.
- Frees, Beate, Thomas Kupferschmidt, und Thorsten Müller. 2019. ARD/ZDF-Massenkommunikation. Trends 2019: Non-lineare Mediennutzung nimmt zu. *Media Perspektiven* 7-8: 314–333, https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2019/070819_Frees_Kupferschmitt_Mueller.pdf. Zugegriffen: 28. November 2019.
- Fuchs, Christian, und Sebastian Sevignani. 2013. What Is Digital Labour? What Is Digital Work? What’s their Difference? And Why Do These Questions Matter for Understanding Social Media? *Triple C* 11 (2): 237–293, <https://triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/461>. Zugegriffen: 28. November 2019.
- Haug, Frigga, Wolfgang Maiers, und Ute Osterkamp. 2015. *Klaus Holzkamp Schriften VI*. Hamburg: Argument.
- Heisenberg, Werner. 1989. *Ordnung der Wirklichkeit*. München/Zürich: Piper.

¹⁴ Aus einem subjektwissenschaftlichen Anspruch heraus erfordert dies eine andere empirische Methodik, die grundsätzlich über die als kontrollwissenschaftlich charakterisierten Methoden hinausgeht (Holzkamp 1983, 522) und von der Kritischen Psychologie inzwischen ansatzweise entwickelt wurde (vgl. etwa Markard 2017, 174ff.). Für die Kommunikationswissenschaften konnte das bislang nicht geleistet werden. Dies bleibt eine große Herausforderung.

- Hesse, Günther. 1916. Kaspar Hauser, das Kind von Europa, der Sohn des Pfarrers und Botanikers Wolfgang Hechenberger aus Tirol, spricht Latein.: Und kommt aus M.L.Ö.!
- Hoffmann, Burkhard. 1976. Die Entwicklung einer materialistischen Theorie der Massenkommunikation in der BRD. *Argument-Sonderband 10*: 306-319.
- Holzer, Horst. 1969. *Massenkommunikation und Demokratie in der Bundesrepublik Deutschland*. Opladen: Leske.
- Holzer, Horst. 1977. Referat auf dem 4. Kongress Kritische Psychologie vom 6.-9. Februar 1977 an der FU Berlin, Kongressbericht Band 2.
- Holzer, Horst. 1978. Der Gebrauchswert gesellschaftlicher Kommunikation und die Medienwirklichkeit. Manuskript des Gastvortrages im Rahmen des Seminars „Kritische Psychologie und Kommunikationswissenschaft“ (Schenkel) am Institut für Publizistik der FU-Berlin, gehalten am 07.07.1978.
- Holzer, Horst. 1978. Der ‚Gebrauchswert‘ gesellschaftlicher Kommunikation und die kapitalistische Medienwirklichkeit. Manuskript des Gastvortrages am 07.07.1978 im Rahmen des Seminars „Kritische Psychologie und Kommunikationswissenschaft“ (Schenkel) am Institut für Publizistik der FU-Berlin.
- Holzcamp, Klaus. 1964. Theorie und Experiment in der Psychologie. Eine grundlagenkritische Untersuchung, in: Holzcamp, Klaus (2005), *Gesammelte Schriften Band II*.
- Holzcamp, Klaus. 1972. Verborgene anthropologische Voraussetzungen der allgemeinen Psychologie, in: Holzcamp, Klaus: *Kritische Psychologie. Vorbereitende Arbeiten*, 35-73
- Holzcamp, Klaus. 1973. *Sinnliche Erkenntnis – Historischer Ursprung und gesellschaftliche Funktion der Wahrnehmung*. Hamburg: Argument.
- Holzcamp, Klaus. 1977a. Berufsverbot im Öffentlichen Dienst: Wer Indoktriniert wen? Rede, gehalten am 28. Januar 1977 im Rahmen einer Veranstaltung der Aktionsgemeinschaften von Demokraten und Sozialisten (ADSen) der Hochschulen Westberlins „Gegen den Abbau demokratischer Rechte“. In *Klaus Holzcamp Schriften VI*, herausgegeben von Frigga Haug, Wolfgang Maiers, und Ute Osterkamp (2015). 393ff., Hamburg: Argument.
- Holzcamp, Klaus. 1977b. Die kategoriale theoretische Erfassung der Vermittlung zwischen konkreten Individuen und ihren gesellschaftlichen Lebensbedingungen durch die Kritische Psychologie. In *Klaus Holzcamp Schriften VI*, herausgegeben von Frigga Haug, Wolfgang Maiers, und Ute Osterkamp (2015). 417ff., Hamburg: Argument.
- Holzcamp, Klaus. 1982. Einführende Vorbemerkungen in: A. N. Leontjew. 1982. *Tätigkeit, Bewußtsein, Persönlichkeit*. Köln.
- Holzcamp, Klaus. 1983. *Grundlegung der Psychologie*. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Holzcamp, Klaus. 1984. Zum Verhältnis zwischen gesellschaftlichem Prozess und individuellem Lebensprozess. *Konsequent Sonderband 6. Streitbarer Materialismus*. Berlin (West).
- Holzcamp, Klaus. 2015. Die historische Methode des wissenschaftlichen Sozialismus und ihre Verkennung durch J. Bischoff. In *Klaus Holzcamp Schriften VI*, herausgegeben von Frigga Haug, Wolfgang Maiers, und Ute Osterkamp. Hamburg: Argument.

- Holzcamp-Osterkamp, Ute. 1976. *Grundlagen der psychologischen Motivationsforschung 2 – Die Besonderheit menschlicher Bedürfnisse – Problematik und Erkenntnisgehalt der Psychoanalyse*. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Holzcamp-Osterkamp, Ute. 1983. Ideologismus als Konsequenz des Ökonomismus, Zur Kritik am Projekt Ideologietheorie (PIT). *Forum Kritische Psychologie*, Nr. 11.
- Horkheimer, Max und Theodor Adorno. 1997/98. Aufklärung als Massenbetrug. In *Dialektik der Aufklärung, Gesammelte Schriften Band 3*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hund, Wulf D. 1976. *Nachricht und Informationsföetisch. Zur Theorie der gesellschaftlichen Kommunikation*. Darmstadt: Luchterhand.
- Krotz, Friedrich. 2001. *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und Sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Krotz, Friedrich. 2018. Medienwandel und Mediatisierung. Einstieg und Überblick. In *Mediatisierte Gesellschaften. Medienkommunikation und Sozialwelten im Wandel*, herausgegeben von Andreas Kalina, Friedrich Krotz, Matthias Rath, und Caroline Roth-Ebner. Baden-Baden: Nomos.
- Kruse, Norbert, und Manfred Ramme. 1988. Hamburger Ringvorlesung. Kritische Psychologie. Wissenschaftskritik, Kategorien, Anwendungsgebiete.
- Laughlin, Robert B. 2007. *Abschied von der Weltformel. Die Neuerung der Physik*. München: Piper.
- Leontjew, A.N. 1977. *Probleme der Entwicklung des Psychischen*. Mit einer Einführung von Klaus Holzcamp und Volker Schurig. Kronberg/Ts.: Athenäum-Verlag.
- Markard, Morus. 2017. Kritische Psychologie. Forschung vom Standpunkt des Subjekts. In *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*, herausgegeben von Günter Mey und Katja Mruck. 166ff., Wiesbaden: Springer.
- Marx, Karl. 1867. *Das Kapital*, Erster Band, MEW 23
- Marx, Karl. 1885. *Das Kapital*, Zweiter Band, Hrsg. v. Friedrich Engels, MEW 24
- Marx, Karl. 1894. *Das Kapital* Dritter Band, MEW 25
- Marx, Karl, und Friedrich Engels. 1969. Werke (MEW). Band 3, herausgegeben vom Institut für Marxismus-Leninismus beim Zentralkomitee (ZK) der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands (SED). Berlin (DDR): Dietz.
- Marx, Karl, und Friedrich Engels. 1981. Werke (MEW). Band 13, herausgegeben vom Institut für Marxismus-Leninismus beim Zentralkomitee (ZK) der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands (SED). Berlin (DDR): Dietz.
- Marx, Karl und Engels, Friedrich. 1962. Werke (MEW). Band 20, herausgegeben vom Institut für Marxismus-Leninismus beim Zentralkomitee (ZK) der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands (SED). Berlin (DDR): Dietz.
- Marx, Karl. 1845. Thesen über Feuerbach. In Karl Marx und Friedrich Engels MEW 3, 5-7.
- Maiers, Wolfgang. 1988. Sechzig Jahre Krise der Psychologie. *Forum Kritische Psychologie* 21, 23-82.

- Maiers, Wolfgang. 1985 (1). Methodologische Implikationen des Leontjewschen Tätigkeitskonzepts. *Forum Kritische Psychologie* 15, 110ff.
- Maiers, Wolfgang. 1985 (2). Menschliche Subjektivität und Natur In *Forum Kritische Psychologie* 15, 1985, herausgegeben von Klaus Holzkamp. Berlin (West): Argument Verlag.
- Maiers, Wolfgang, und Morus Markard. 1987. Der Beitrag der Kritischen Psychologie zur Erkennbarkeit und Emanzipation menschlicher Subjektivität, in *Kritische Psychologie als Subjektwissenschaft. Klaus Holzkamp zum 60. Geburtstag*.
- Maiers, Wolfgang. 1988 (a). Sechzig Jahre Krise der Psychologie. *Forum Kritische Psychologie* 21, 23-82.
- Maiers, Wolfgang. 1988 (b). Problemgeschichte der Kritischen Psychologie, in: Kruse, Norbert/Ramme, Manfred. 1988, 13ff.
- Maiers, Wolfgang. 1999. Funktional-historische Analyse. In *Historisch-kritisches Wörterbuch des Marxismus Band 4*, herausgegeben von Wolfgang Fritz Haug. Berlin/Hamburg: Argument Verlag.
- Maiers, Wolfgang. 2006. Präsentative Symbolik in der menschlichen Stammesgeschichte. Vorbemerkung zu Ekkehard Jürgens. *Forum Kritische Psychologie* 49, 58ff.
- Maiers, Wolfgang. 2019. Menschliche Subjektivität und Natur. Wissenschaftlicher Humanismus bei Karl Marx und in der Kritischen Psychologie. In *Marx bleibt aktuell. Perspektiven für die Einzelwissenschaften*, herausgegeben von Wolfgang Maiers und Renuatus Schenkel, 131-159. Halle (Saale): Mitteldeutscher Verlag.
- Maiers, Wolfgang, und Morus Markard. 1978. Zur Existenzweise marxistischer Wissenschaft unter dem Berufsverbot. *Forum Kritische Psychologie* 3, 7-12.
- Maletzke, Gerhard. 1963. *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*. Hamburg: Verlag Hans Bredow-Institut.
- McLuhan, Marshall, und Bruce R. Powers. 1995. *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Oxford University Press.
- Medienanstalten, Die. 2019. Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien in der Fassung vom 01. Mai 2019, auf: www.die-medienanstalten.de
- Meyen, Michael. 2017. Die (doppelt) konservative Wende in der Kommunikationswissenschaft. Vortrag auf der Gründungstagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft, Ludwig-Maximilians-Universität München 30.11.-1.12.2017, online: <https://www.youtube.com/watch?v=Qtium9RjnpQ&feature=youtu.be> (min. 0:53:04 bis 1:15:30). Zugegriffen: 15. November 2019.
- Merten, Klaus. 1982. Wirkungen der Massenkommunikation. Ein theoretisch-methodischer Problemaufriß. *Publizistik* 27 (1-2).
- Prigogine, Ilya. 1985. *Vom Sein zum Werden. Zeit und Komplexität in den Naturwissenschaften*. München/Zürich: Piper.
- Sevignani, Sebastian. 2018. „Historisch-Materialistische Medien- und Kommunikationstheorie 2.0“. *Maske und Kothurn: Internationale Beiträge zur Theater-, Film- und Medienwissenschaft* 64 (1/2): 59-88.
- Schenkel, Renuatus. 1988. *Kommunikation und Wirkung. Gesellschaftliche und psychische Voraussetzungen medialer Kommunikation*. Frankfurt am Main/New York: Campus.

- Schenkel, Renatus. 2015. Fankultur im medialen Zeitalter. In *Fußball global. Ein Spiel dauert länger als 90 Minuten. Interdisziplinäre Beiträge zu Phänomenen des Fußballsports*, herausgegeben von Peter Ulrich Wendt, Stefan Roggenthin, Renatus Schenkel, Titus Simon und Michael Thomas, 101ff. Halle (Saale): Mitteldeutscher Verlag.
- Schenkel, Renatus. 2018. Vorwort. in: Engelman, Nikolay. 2018. *Virtual Reality Gaming - Potential der Technologie für die Welt der digitalen Spiele*, 6ff.
- Schenkel, Renatus. 2019. Marx und Medien. ‚Medialisierung‘ als zentraler Trend im Spätkapitalismus? In *Marx bleibt aktuell. Perspektiven für die Einzelwissenschaften*, herausgegeben von Wolfgang Maiers und Renatus Schenkel, Halle (Saale): Mitteldeutscher Verlag.
- Schurig, Volker. 1975. *Naturgeschichte des Psychischen 1 und 2*.
- Sevignani, Sebastian. 2018. Historisch-Materialistische Medien- und Kommunikationstheorie, in: Schröder/Heilmann, 9 ff.
- Schröder, Jens, Heilmann, Till A. 2018. Maske und Koturn. *Internationale Beiträge zur Theater-, Film- und Medienwissenschaft* 64 (1-2)
- Shannon, Claude E., Weaver, Warren. 1963. *Mathematical Theory of Communications*. University of Illinois Press.
- Struve, Ulrich. 1999. Anmerkungen zur Kaspar-Hauser-Rezeption: Ein bibliographischer Bericht (1840-1998), <https://www.mtholyoke.edu/courses/gdavis/325kaspar/kasparbib.htm>
- Württembergische Landesbibliothek Stuttgart. 2019. Neues Testament, <https://www.wlb-stuttgart.de/referate/theologie/swvotxt/kwbint.pdf>, Abruf 05.03.2019
- ZDF. 2018. ZDF-Staatsvertrag vom 31. August 1991, in der Fassung des Einundzwanzigsten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Einundzwanzigster Rundfunkänderungsstaatsvertrag) in Kraft seit 25. Mai 2018.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Erfolgsbedingungen ideologiekritischer Praxis und das Problem des Paternalismus

Patrick Körner

Keywords: Ideologiekritik, Aufklärung, Marxismus, Methodologie, Aufklärungstechnologie, Psychologie, Backfire Effects, Mündigkeit, Paternalismus

Abstract

Der praktische Anspruch von Ideologiekritik – die Reduzierung und Überwindung von Ideologien – kann nur durch die Berücksichtigung der Ergebnisse der empirischen Einzelwissenschaften und die Förderung der kritischen Kompetenzen der aufzuklärenden Akteure eingelöst werden. Am Beispiel der „Backfire Effects“ wird nachgewiesen, weshalb Aufklärungstechnologien und die Einschätzungen ihres Erfolgspotentials auf die empirischen und idealiter experimentell verfahrenen Einzelwissenschaften angewiesen sind. Das bei der Anwendung dieser Ergebnisse deutlich werdende Paternalismusproblem kann entschärft werden – und die Lösung dieses Problems verdeutlicht schließlich sowohl die zweckmäßige Auswahl des aufklärungstechnologisch einzusetzenden Sachwissens als auch die Grenzen eines allein auf klassische Aufklärungsarbeit setzenden Verständnisses praktischer Ideologiekritik.

Körner, Patrick. 2019. „Erfolgsbedingungen ideologiekritischer Praxis und das Problem des Paternalismus“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Sevigani, 348–372. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.16

Patrick Körner | Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf | patrick.koerner@hhu.de

1 Einleitung

Es ist *eine* Sache, Ideologien zu erkennen, ihren problematischen Charakter näher zu bestimmen und ihre systematische Entstehung und Persistenz zu erklären. Eine *andere* ist es, Methoden zu finden, die eine erfolgreiche *Reduzierung* bestehender und *Verhinderung* potentieller Ideologien ermöglichen. Eine solche Überwindung oder zumindest Reduzierung von Ideologien ist typischerweise der *praktische Anspruch* der Ideologiekritik. Der Begriff „Aufklärungstechnologie“ bezeichnet hier die Kontexte, in denen dieser praktische Anspruch eingelöst werden soll.

Das Ziel des vorliegenden Beitrags besteht darin, aufzuzeigen, dass eine solche Aufklärungstechnologie mit den *empirischen* Einzelwissenschaften kooperieren muss, wenn sie ihren Anspruch einlösen will. Zudem wird dafür argumentiert, dass eine bestimmte Form der *klassischen Wissensvermittlung*, wie sie in der Aufklärungsphilosophie als Hauptinstrument ideologiekritischer Aufklärungstechnologie angesehen wurde, für jede Aufklärungstechnologie zu berücksichtigen ist, die beansprucht, nicht nur Ideologien zu bekämpfen, sondern zugleich die *Mündigkeit* und damit die *kritischen Kompetenzen* der aufzuklärenden Akteure zu erhöhen. Aus dem Ziel der Förderung der Mündigkeit der Adressaten resultiert ein Paternalismusedilemma, das am Ende des Beitrags aufgelöst wird.

Anschließend an die Charakterisierung des Gegenstands der Aufklärungstechnologie wird ein Beispiel aus neueren Diskussionen in der angelsächsischen Psychologie herangezogen, das nahe legt, dass die Praxis der Irrtumskorrektur mit Problemen zu kämpfen hat, die auch ideologiekritische Aufklärungstechnologien dazu zwingt, neue Wege zu gehen. Im Fokus stehen hier sogenannte „Backfire Effects“.¹

Die erste Hauptthese dieses Beitrags ist, dass Ideologiekritiken ihren praktischen Anspruch nur dann einlösen können, wenn sie im Rahmen entsprechender Aufklärungstechnologien auf die empirischen Einzelwissenschaften zurückgreifen; ansonsten operieren sie blind nach dem

¹ „Backfire Effects“ bezeichnen die bereits gut untersuchten Phänomene, wenn der Versuch, Irrtümer zu korrigieren, unter bestimmten Umständen systematisch zu einer Verstärkung dieser Irrtümer führt, statt zu ihrer Reduzierung. Um diesem Effekt zu entgehen, empfehlen einige Psychologinnen, die Methoden der rationalen Diskussion und Wissensvermittlung durch *indirekte* Taktiken der Handlungs- und Überzeugungsänderung zu ersetzen. Hiermit gerät der ideologiekritische Anspruch jedoch in einen *Konflikt* mit den nötigen Mitteln zu seiner Realisierung: das Paternalismusedilemma.

wenig erfolgsversprechenden „Prinzip Hoffnung“, also ohne die Erueierung erfolgsversprechender Methoden – da die Beurteilung einer Methode als *erfolgsversprechend* sich allein durch empirische Prüfungen erweisen kann, und nicht etwa aus einer Theorie deduziert zu werden kann.

Und zweitens kann ein derartiger Rückgriff auf die empirischen Einzelwissenschaften zu bisher wenig beachteten – aber gerade *deswegen relevanten* – Problemen der Aufklärungstechnologie führen. Das exemplarisch aufgeworfene Problem erzwingt sodann bestimmte bildungs- und sozialpolitische Maßnahmen zu seiner Lösung, gibt Aufklärungstechnologien also bereits einen gewissen *Inhalt*, der wiederum auf die Notwendigkeit bestimmten *empirischen Sachwissens* zu Zwecken der Ideologiekritik zurückverweist, wie im Fazit verdeutlicht wird.

2 Begriffliche Vorklärungen

Anfänglich sind begriffliche Konkretisierung der Begriffe „Ideologie“ und „Ideologiekritik“ unerlässlich, da beide Begriffe in höchstem Maße ambig, also mehrdeutig sind. Die Ambiguität wird zwar in vielen Standardwerken erkannt – mustergültig etwa zu Beginn von Eagletons Monographie *Ideologie* (2000 [1993]) – doch werden selten die nötigen, anti-essentialistischen Konsequenzen daraus gezogen.

Diese Ambiguität ist in einem ersten Schritt aufzulösen – und zwar, ohne dem begriffsessentialistischen Fehlschluss aufzusitzen, die Operation mit einem „Wort“ für die Identität eines „Begriffs“ anzunehmen und dessen *Einheit zu unterstellen*. So sind etwa einige Autorinnen (bspw. Elster 1986) der Ansicht, dass sich im Werk von Marx und Engels *mehrere* Ideologiebegriffe ausfindig machen lassen, die nicht nur unterschiedliche Zwecke verfolgen, sondern auch nicht in einem einheitlichen Begriff aufgehoben werden können. In nicht-marxistischen Paradigmen – etwa im Neopositivismus oder im Kritischen Rationalismus – finden sich wiederum *andere* Ideologiebegriffe. Wenn die Ambiguität eines Begriffs derart manifest ist, muss die Klarheit des bezeichneten Gegenstands *stipulativ* sichergestellt werden – also durch die *Festsetzung* alternativer Begriffe, die die jeweiligen disparaten Konzepte „des“ Ideologiebegriffs voneinander abgrenzen (Tepe 2012, 13ff; Körner 2018, 4–6).

Ich verwende im Folgenden den Begriff „Ideologie“ ausschließlich in einem sehr formalen, weitgefassten und *erkenntniskritischen* Sinne: „Ideologien“ sind dieser formalen Definition nach systematisch zustande gekommene epistemisch defiziente Überzeugungen. Es handelt sich also um bestimmte Überzeugungen, und zwar solche, die systematisch – und nicht etwa arbiträr – zustande kommen und epistemisch defizient, also in erkenntnismäßiger Hinsicht problematisch sind, etwa sachlich falsch oder einseitig verzerrt (Körner 2015).

Zudem sei erwähnt, dass „der“ Ideologiebegriff in fast in allen Fällen – außer vielleicht seiner *positiven* Identifizierung mit dem Begriff „Klassenbewusstsein“, etwa in Teilen der DDR-Philosophie (die eine positive Besetzung und damit etwa Zuschreibungen wie „unsere Ideologie ...“ ermöglicht) – tatsächlich *erkenntniskritisch*² ist: Denn es wird stets behauptet, dass zumindest die Überzeugungen *zweiter Ordnung*³ der Akteure, die einer Ideologie anhängen, *unzutreffend* sind; im anderen Falle müssten die Akteure *wissen*, dass ihre Überzeugungen beispielsweise die Funktion hätten, die herrschenden Verhältnisse zu reproduzieren. Wenn die Akteure dies wüssten, würde es allerdings keiner Ideologiekritik bedürfen (Körner 2015, 8–9), da mit dem richtigen Bewusstsein eben keine Ideologie mehr vorläge.

² Eine kritische Zurückweisung kann auf verschiedene Weisen vor sich gehen, also verschiedene Gründe für eine Zurückweisung bemühen. Doch es gibt nur eine Art solcher Zurückweisungsgründe, die beanspruchen kann, intersubjektiv gerechtfertigt und verständlich zu sein – nämlich, indem der fraglichen Theorie oder Ideologie nachgewiesen werden kann, dass sie in bestimmten Hinsichten *epistemisch defizient* ist. Die verbreitete zweite Art der Zurückweisung ist die, die sich auf moralisch-ethische Gründe stützt. Doch da eine strenge und intersubjektiv vernünftig nachvollziehbare Rechtfertigung moralisch-ethischer Grundsätze nicht verfügbar scheint, kann eine solche Art der Zurückweisung nur auf die letztlich arbiträre *Sympathie* anderer Akteure hoffen, *nicht* aber darauf, dass die Zurückweisung als intersubjektiv gerechtfertigt und verständlich angesehen wird. Derartige „Fronten“ zu konstruieren, erfüllt keinen guten erkenntnispraktischen Zweck, verhindert sie doch die kritische Reflexion der eigenen Position und ist willkürlich herstellbar – eine *gerechtfertigte* Zurückweisung muss stattdessen stets vor dem Tribunal der universellen Menschenvernunft bestehen können. Deshalb kann nur eine *epistemische* Kritik intersubjektiv nachvollziehbare Geltung beanspruchen (Körner 2018, 2, Fußnote 5) und ist aus diesem Grunde auch in der öffentlichen Auseinandersetzung mit politischen Ideologien unverzichtbar, da sie der eigenen Agenda die nötige intersubjektive Legitimität verleiht.

³ Überzeugungen zweiter Ordnung sind Überzeugungen *über andere* Überzeugungen, vor allem über ihre Genese, Geltung und Funktion.

Der Begriff „Ideologiekritik“ wird indessen für Theorien verwendet, die einerseits näher festlegen, worin genau *epistemische Defizienz* besteht – in welcher Hinsicht die von ihnen als „Ideologie“ kritisierten Überzeugungen erkenntnismäßig problematisch sind – und Ideologien andererseits *erklären* wollen: Weshalb sie entstehen, weshalb sie persistieren und aus welchen Gründen sie welche Konsequenzen zeitigen. Die Bewältigung dieser beiden Aufgaben – der *Klärung* der kritisierten epistemischen Defizienz und der *Erklärung* der problematisierten Überzeugungen, sowie ggf. ihrer Konsequenzen – ist der *theoretische* Anspruch ideologiekritischer Theorien.⁴

Wie anfangs erwähnt besteht der *praktische* Anspruch der Ideologiekritik hingegen darin, Ideologien zu reduzieren, präventiv zu verhindern oder gar zu überwinden. Um diesen Anspruch erfolgreich in die Tat umzusetzen, kommen verschiedene *Mittel* in Frage, weshalb ich diesen Kontext den der „Aufklärungstechnologie“ nenne, also eine Technologie, die die Mittel zum Zwecke der praktischen Bekämpfung von Ideologien und ihren Ursachen zu eruieren sucht.

3 Aufklärungstechnologischer Methodenmonismus

Ideologiekritische Theorien setzen ihr Vertrauen in die Instrumente der Bekämpfung von Ideologien, also der Mittel ihrer expliziten oder impliziten Aufklärungstechnologie, nun leider typischerweise im Rahmen eines *Methodenmonismus*. Ich verwende diesen Begriff hier etwas eigenwillig und bezeichne damit das aufklärungstechnologische Programm, sich nur auf *eine* Art von Methode zur Bekämpfung von Ideologien zu verlassen. Typischerweise ist diese Beschränkung bereits *begrifflich* vorentschieden, während es doch eigentlich eine *empirisch* zu beantwortende Frage sein sollte, welche aufklärungstechnologischen Methoden zielführend sind (Körner 2015; Körner 2018).

⁴ Auch in diesem erkenntniskritischen Sinne von „Ideologiekritik“ ist es indessen unproblematisch, wenn sich einzelne ideologiekritische Theorien auf ganz *bestimmte* epistemisch defiziente Überzeugungen beschränken – etwa solche, die gewisse, als unethisch angesehene sozio-politische Konsequenzen zeitigen – sofern eine derartige Einschränkung des Gegenstandsbereichs transparent gemacht wird (Körner 2015, 15–16).

So herrscht beispielsweise in der klassischen Tradition, die man auch die „aufklärerische Tradition“ von Aufklärungstechnologien nennen könnte und die sich ideengeschichtlich von Francis Bacons Idolenlehre bis zu den ideologiekritischen Ansätzen des Neopositivismus und des Kritischen Rationalismus zieht, die Ansicht vor, dass Ideologien dadurch zurückgedrängt werden, indem den Akteuren das *richtige Wissen* vermittelt würde – insbesondere das Wissen über diese Ideologietheorien *selbst*. Hinter diesem Vertrauen in die aufklärende Kraft des relevanten Sachwissens steckt die Idee, dass der Bann „falscher Ideen“ gebrochen würde, wenn man von ihnen, ihrer Entstehung, ihrer Funktion und ihrem Verfestigungsmechanismus *Kunde hat*. Andere Methoden außer dieser Vermittlung ideologiekritischer Bildung werden typischerweise entweder nicht in Betracht gezogen oder haben nur eine andienende Funktion für die Primärmethode der Bildungsvermittlung. Der Kürze halber wird diese Methode im Folgenden als „ideelle Aufklärung“ bezeichnet.

Das andere große ideologiekritische Paradigma zur programmatischen Gestaltung von Aufklärungstechnologien findet sich vor allem in der Tradition des Marxismus.⁵ Die marxistische Ideologiekritik kritisiert unter anderem die – ihrer Theorie nach – *falsche* Vorstellung der „Selbstständigkeit“ der Ideen vor dem Hintergrund ihrer praktischen Veränderung: Denn wenn die marxistische Ideologiekritik wahr ist, kann der klassisch aufklärerische Anspruch, epistemisch defizientes Denken durch die Vermittlung zutreffender Theorien zurückzudrängen, nicht eingelöst werden. Stattdessen sei eine *Änderung der sozio-ökonomischen Bedingungen erforderlich*, um das Denken und damit die Überzeugungen der Akteure zu ändern. Die junghegelianischen Religionskritiker gelten Marx eben *deshalb* als „Ideologen“, da sie „die revolutionäre Veränderung des Bestehenden unterlaufen, indem sie diese *als Bewußtseinsveränderung* interpretierten“ (Bohlender 2010, 44, kursiv von PK). Diese Erkenntniskritik an Überzeugungen zweiter Ordnung bestimmt den zentralen Charakter des Ideologischen in *dem* systematischen Irrtum, dass das Denken *nicht* durch äußere Bedingungen präformiert und bedingt sei. Das Denken wird also *irrtümlicherweise* als unabhängig – und damit von den konkreten Lebensbedingungen getrennt – verstanden.

⁵ Der Fokus liegt hier und im Folgenden auf dem Konzept in der *Deutschen Ideologie* (Marx und Engels 1978 [1958]).

Die Pointe der frühen Ideologiekritik Marxens zeigt sich vor allem in ihrer Anwendung auf den Gegenstand der Aufklärungstechnologie – denn Marx wirft den Philosophen vor, durch ihre rein theoretisch bleibende Kritik und ihren klassisch aufklärerischen Anspruch, die Welt zu verbessern, indem sie unsere *Interpretationen* von der Welt verbessern, völlig fruchtlos zu bleiben und auf diese Weise sogar den Status quo der herrschenden Verhältnisse zu zementieren, während eine recht verstandene Kritik nach Marx nur in einer *praktischen* Änderung des Bestehenden *Erfolge* zeitigen und durch diese Veränderung des Bestehenden auch erst das Denken ändern könne. Im Folgenden wird dieses auf die Veränderung der Lebensumstände der aufzuklärenden Akteure abzielende ideologiekritische Programm als „materielle Aufklärung“ bezeichnet.

Marxens Pointe beruht allerdings auf einer *Konfundierung* ideologiekritischer *Analyse* mit Strategien der *Aufklärungstechnologie*. Es folgen zwei Beispiele für die logische Unabhängigkeit aufklärungstechnologischer Methoden von ideologiekritischen Analysen.

Selbst dann, wenn die These vom Primat der sozio-ökonomischen Bedingungen als zutreffend angesehen wird, müsste die *Persistenz* der Ursachen – also konkreter sozio-ökonomischer Bedingungen – *nicht zwangsläufig* die Unüberwindbarkeit ihrer Effekte implizieren, solange diese Ursachen selbst nicht ausgeräumt sind. Es *könnte* sich prinzipiell auch so verhalten, dass trotz Persistenz der Ursachen ihre Symptome auf anderen Feldern erfolgreich bekämpft werden können – so wie eine *Impfung* auch dann gegen Krankheitserreger schützt, wenn Letztere weiterhin wirksam sind. Beispielhaft für eine derartige Strategie wäre das bereits erwähnte aufklärungsphilosophische und auch in der modernen Psychologie manifeste Vertrauen, dass die *Kenntnis der Wirkungsweise* erkenntnisverzerrender Faktoren auch deren *Effekte zu kontrollieren* helfe.

Ebenso ist es *möglich*, dass die einmal generierten Effekte sozio-ökonomischer Bedingungen eine Art Eigenleben führen, in kulturelle Traditionen und Institutionen Einzug finden oder sich auf andere Weise verselbstständigen,⁶ sodass die Änderung sozio-ökonomischer *Bedingungen* nicht auch eine Änderung ihrer *Effekte* mit sich bringen muss.⁷

⁶ Hierfür müsste eine gewisse Eigendynamik des „Überbaus“ im Sinn der marxschen Theorie anerkannt werden, was Marx ja auch später tatsächlich konzediert.

⁷ Eine derartige Verselbstständigung ist auch auf der Ebene begründungsfundierter Überzeugungen zu beobachten: „Psychologische Experimente haben eindrucksvoll

Die materielle Aufklärung setzt also *Ätiologie* und *Therapie* vorschnell gleich: Demnach könne die Behebung der Effekte, die eine Ursache hervorbringt, *allein* durch die Behebung dieser Ursache zustande gebracht werden. In Analogie etwa zur Psychoanalyse erscheint es zwar plausibel, dass eine Symptombekämpfung ohne Ursachenbekämpfung nicht sonderlich zielführend sein dürfte (da sich die Ursache dann in anderer Gestalt dennoch geltend machen würde) – es ist allerdings eine *empirische* Frage, ob es sich im jeweiligen Falle wirklich so verhält. Dennoch geht materielle Aufklärung apodiktisch davon aus, dass Ideologien dann und nur dann absterben, wenn ihre Ursachen beseitigt werden – und wenn man sich den *politischen* Kontext der marxistischen Ideologiekritik vor Augen führt, ist das Festhalten an diesem vorschnellen Schluss auch sehr naheliegend, da es sich um eine Theorie handelt, die zu praktisch-politischer Veränderung drängt und diese zu *legitimieren* versucht.⁸

Gegen die Engführung materieller Aufklärung, laut der die Bekämpfung von Ideologien *nur und ausschließlich* durch die Bekämpfung ihrer sozio-ökonomischen Ursachen erfolgreich sein kann, können wir also zumindest skizzenhaft folgende Alternative stellen: Auch wenn wir die *Genese* und *Adaption* unserer Überzeugungen kaum kontrollieren können, so doch in größerem Ausmaß die Art, wie wir *post hoc* mit ihnen verfahren. Wir können uns selbst auf unsere Überzeugungen und deren Vernünftigkeit hin befragen, wir können uns – ggf. mit Hilfe von Anderen – selbst kritisieren, uns von unseren Überzeugungen lösen oder sie schärfen und veredeln.

gezeigt, dass Menschen in der Tat dazu neigen, an Überzeugungen auch dann festzuhalten, wenn die ursprünglichen Rechtfertiger verschwinden und keine neue[n] Evidenzen an ihre Stelle treten.“ (Baumann 2006, 186)

⁸ Hinter dem Programm sowohl der ideellen wie der materiellen Aufklärung steckt freilich eine in der klassischen Philosophie populäre Idee, und zwar, dass Irrtümer und andere epistemisch defiziente Überzeugungen ausschließlich durch Faktoren bedingt seien, die gewissermaßen *außerhalb der Vernunft und ihrer angemessenen Anwendung liegen* – etwa Wünsche und Bedürfnisse oder aber eben sozio-ökonomische Bedingungen. Erst in der Aufklärungsphilosophie dämmerte eine Ahnung, die schließlich von der empirischen Psychologie bestätigt wurde: Unsere Vernunft ist nicht so „rein“ und autonom, wie erhofft, sondern einige Faktoren für Verzerrungseffekte sind in unserem kognitiven Apparat angelegt. Diesen Einsichten Rechnung zu tragen hieße deshalb auch, Erkenntniskritik nicht allein über die Konzentration auf vernunft-externe Faktoren betreiben zu können. Auf die somit problematisch gewordene *Selbstüberschätzung der Vernunft* sei im Folgenden noch zurückzukommen.

Die Tradition der materiellen Aufklärung hat auch in dieser Hinsicht zu viel Gewicht auf das *Zustandekommen* defizienter Überzeugungen gelegt – doch die intellektuelle Arbeit mit und *an* unseren Überzeugungen, die wir tagtäglich beobachten können, hat keine Konsequenz für dieses Aufklärungsprogramm gezeitigt, obwohl eine solche Berücksichtigung vor allem für Philosophinnen und andere Intellektuelle performativ nahe liegen dürfte: Wir können nicht widerspruchslos denken, dass unsere Theorien und deren Beurteilung *nicht* zumindest *auch* durch vernünftiges Rasonieren, sondern allein durch unsere sozio-ökonomischen Umstände bestimmt werden (Körner 2018, 7–12). Wenn wir materielle Aufklärung ernst nähmen, könnten wir dieses Aufklärungsprogramm selbst kaum zufriedenstellend erklären: Auf die Frage, weshalb es jemand als *plausibel* ansieht und sich um eine dementsprechende ideologiekritische Verbesserung der Welt bemüht, müsste auf Einsicht und Argumente, die eigene Bildungsbiographie, das Lesen einschlägiger Texte oder die Diskussion mit Kolleginnen oder Genossinnen verwiesen werden – womit bereits *praktisch plausibilisiert* wäre, dass *selbst* im Rahmen eines materiellen Aufklärungsprogramms *auch* ideelle Aufklärung *qua* *Bildungsvermittlung* berücksichtigt werden muss.

Diesem Instrument der Bildungsvermittlung zur Bekämpfung von Ideologien werde ich mich nun zuwenden.

4 Selbstbefreiung durch das Wissen

Traditionell wird das Ziel der Aufklärung darin gesehen, die *Unmündigkeit* des Menschen zu reduzieren und seine *Autonomie* zu forcieren – was durch Selbstdenken, die Emanzipation von Autoritäten und *zutreffendes Sachwissen* geleistet werden soll. Aus diesem Grunde sollten Aberglauben, Vorurteile, Irrtümer und illegitime Rechtfertigungen sozialer Ordnungen bekämpft werden, die den Menschen im Banne halten. Karl R. Popper brachte diese Agenda durch das Ideal der „Selbstbefreiung durch

das Wissen“ auf den Begriff.⁹ Doch der Begriff lässt unbestimmt, welche *Arten* von Wissen für die Realisierung dieses Ideals in Frage kommen.¹⁰

Bevor ich mich dieser Frage zuwende, ist eine kurze Anmerkung nötig: Es muss betont werden, dass das aufklärerische Programm der „Selbstbefreiung durch das Wissen“ über den praktischen Anspruch der Ideologiekritik hinaus auch noch ein weiteres Ziel verfolgt, und zwar das gerade bereits genannte Ziel, die *Autonomie* der aufzuklärenden Akteure – und damit auch ihre epistemische wie politische *Mündigkeit* – zu erhöhen (Gröbl-Steinbach Schuster 2011, 180). Auch wenn eine Förderung individueller Autonomie meist als implizites Ziel *jeder* Ideologiekritik genannt wird, wäre es logisch möglich, sowohl einerseits bestimmte epistemisch defiziente Überzeugungen zu bekämpfen als auch andererseits auf das zusätzliche Ziel der Förderung der Autonomie zu verzichten. Doch das Aufklärungsprogramm der „Selbstbefreiung durch das Wissen“ zielt nicht nur auf den aufklärungstechnologisch vermittelten Kampf gegen Ideologien ab, sondern beabsichtigt *dadurch zugleich* die Autonomie der betroffenen Akteure zu erhöhen. Die Voraussetzung dieser charakteristischen Zielkonstellation führt allerdings schließlich zu dem noch zu thematisierenden Paternalismusedilemma.

Die Förderung der Autonomie soll dem Menschen im Rahmen eines egalitären Erkenntnisprogramms zum Status eines mündigen Subjekts verhelfen, das die Freiheit in der Verfolgung eigener Ziele besitzt, was impliziert, mögliche und faktische *Beschränkungen* dieser Freiheit angemessen erkennen und kontrollieren zu können, wozu externe Faktoren – etwa die Autorität des Klerus – und interne Faktoren – wie Wunschdenken in den *idola tribus* Francis Bacons – gehören, die die eigenen Überzeugungen

⁹ „So enthielt die Idee der Selbstbefreiung durch das Wissen, die die Aufklärung vertrat, von Anfang an auch die Idee, dass wir lernen müssen, uns von unseren eigenen Ideen zu distanzieren, statt uns mit unseren Ideen zu identifizieren. Die Erkenntnis von der geistigen Macht der Ideen führt zu der Aufgabe, uns von der geistigen Übermacht falscher Ideen zu befreien. Im Interesse der Wahrheitssuche und der Befreiung vom Irrtum müssen wir uns dazu erziehen, unsere eigenen Ideen ebenso kritisch betrachten zu können wie die Ideen, gegen die wir kämpfen.“ (Popper 2006 [1987], 162)

¹⁰ Anbei sei der Vorwurf der historischen Relativität unseres „Wissens“ zu entkräften: Selbst dann, wenn sich das verwendete Sachwissen als *falsch* herausstellen mag, so *sensibilisiert* uns die methodische Herangehensweise, die unsere Überzeugungen zum Objekt kritischer Beurteilung macht und ihre mögliche Falschheit anerkennt, für unsere Rechtfertigungspraxis und mögliche Fehlstellungen, die dabei auftreten können.

präformieren.¹¹ Diese Faktoren könnten – so das aufklärerische Motiv – kontrolliert und somit abgestellt werden, wenn sie *erkannt* würden. Dies macht es nötig, die Menschen über jene Faktoren zu belehren und die Lehre so zu formulieren, dass sie ihr ohne Rückgriff auf Autoritätsargumente Folge leisten können.

Hiermit ist auch bereits eine Antwort auf die Frage nach dem nötigen *Sachwissen* gefunden, das eine „Selbstbefreiung“ anleiten kann: Gefordert ist nicht einfach jedes *beliebige* Wissen über die Erfahrungswelt, sondern vor allem ein Wissen über unsere Erkenntnis- und Rechtfertigungspraxis: über die Ursachen unserer Überzeugungen und damit verbundene Gründe für Irrtümer und Verzerrungen. Wir benötigen also Sachwissen über die *Unvollständigkeit unserer Rationalität* (Elster 1987) – und dies ist ein Wissen, das wir vor allem aus den akademischen Disziplinen der Psychologie und Soziologie kennen – man denke etwa an die Studien zum autoritären Charakter von Milgram und Zimbardo.

Mit Sachwissen über die Unvollständigkeit unserer Rationalität sollen zwei Formen der Korrektur Hand in Hand gehen: einerseits die Korrektur von Irrtümern, die dem Akteur zuvor nicht als Irrtümer erschienen; und andererseits über Gründe und Ursachen für diese Irrtümer.

Da es im Speziellen um *fehlerhafte* Arten des Rasonierens geht und sich dies erst vor der Kontrastfolie *vernünftigen* Rasonierens zeigt, sind für das von der ideellen Aufklärung angestrebte Ziel auch Theoreme aus der Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie nötig.¹² Denn erst das Wissen aus

¹¹ Es ist zu beachten, dass Sachwissen die Anzahl von Handlungsalternativen nicht per se erhöht, wohl jedoch die Zielerfüllung unserer Handlungen optimiert. Dass Sachwissen auch zu einer Beschränkung von Handlungsalternativen führen kann, verdeutlichen Beispiele über das Wissen hinsichtlich unerwünschter Konsequenzen und Implikationen unserer Handlungen, die herausstellen, dass zuvor als unproblematisch angesehene Handlungen de facto im Konflikt mit bestimmten Werten oder Überzeugungen stehen – wie es etwa beim Wissen über ökologische Konsequenzen des Personenflugverkehrs oder des Kaufes tierischer Produkte der Fall ist.

¹² Die Idee hinter der aufklärungstechnologischen Relevanz der philosophischen Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie basiert auf der formalen, erkenntnistheoretischen Trennung von *Geltung* und *Genese* einer Überzeugung unter der Vermeidung genetischer Fehlschlüsse: Allein durch die Genese einer Überzeugung lässt sich noch kein Urteil über die Geltung jener Überzeugung rechtfertigen – Letztere müsse unter der Voraussetzung formaler Strenge eigenständig beurteilt werden. Die durch die empirischen Einzelwissenschaften vermittelte Kenntnis der Genese problematischer Überzeugungen kann allein der *Heuristik des Verdachts* dienen. Doch Autonomie hin-

diesen philosophischen Disziplinen erlaubt eine *methodische* Kritik, die auch die Kritik an den *eigenen* Überzeugungen anzuleiten vermag. Und erst mit diesem Wissen ist es möglich, vernünftig zu entscheiden, ob eine Theorie oder Überzeugung als glaubwürdig oder unglaubwürdig angesehen werden muss: Soll etwa entschieden werden, ob eine marxistische Erklärung eines bestimmten Phänomens, oder die konkurrierende Erklärung, die sich auf verschwörungstheoretische Überlegungen stützt, bevorzugt werden soll, ist der Rückgriff auf Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie, sowie die Berücksichtigung eigener Affinitäten für kognitive Fehlleistungen unabdingbar.¹³

Zusammengenommen ließe sich sagen: Kritisches Denken setzt spezifisches Sachwissen *über* kritisches wie unkritisches Denken voraus.¹⁴

Die ideologiekritische Emanzipation der Vernunft muss nun das Wissen um die *Grenzen* und *Schwächen* der Vernunft reflektiert integrieren, denn sonst gibt sie sich – analog zu anderen szientistischen Kontexten, also solchen, in denen wissenschaftliche Leistungsfähigkeit *überschätzt* wird – systematisch ein *Zerrbild* ihrer selbst und behindert damit praktische Emanzipation, also die Erfüllung ihres Ziels. Eine autonome Selbstkontrolle ist erst dann möglich, wenn die Potentiale eigener Fehlleistungen bekannt sind – und deshalb benötigt man *Wissen* über die *unvoll-*

sichtlich Erkenntnisfragen muss die Kompetenz implizieren, eigenständig die Geltung von Überzeugungen und die Vernünftigkeit ihrer Adaption beurteilen zu können.

¹³ Körner (2017) zeigt dies exemplarisch für die Beurteilung von Verschwörungstheorien.

¹⁴ Dieses Ziel sei auch der Grund für die von den französischen Aufklärungsphilosophen forcierte *Enzyklopädie* gewesen: „Möglichst viele Menschen sollten in die Lage versetzt werden, sich durch Aneignung von Sachwissen von vielfältigen Abhängigkeiten, sei es von eingebildeten Naturnotwendigkeiten oder unnötigen politisch-sozialen Zwängen, frei zu machen.“ (Salamun 1991, 96) Während Salamun diese aufklärerische Tradition affirmiert, differenziert er allerdings kaum zwischen dem Sachwissen *per se*, das Gegenstand der Enzyklopädie war, und den in seiner eigenen ideologiekritischen Konzeption aufklärungstechnologisch relevanten Kenntnisständen – nämlich vor allem Methoden, mittels derer rationales Problemlösungsverhalten und das Bilden selbstständiger Urteile ermöglicht werden sollen, um gegen jede Form dogmatischer und verschleiender Einflussstrategien – Leerformeln, Obskurantismus, Wertaussagen mit dem Anstrich von Sachaussagen – vorzuschützen (ebenda, 115). Eine derart undifferenzierte Perspektive auf Sachwissen und die Förderung von Autonomie und Mündigkeit ist indessen recht typisch für Literatur zu den Themen Aufklärung und Ideologiekritik.

ständige Rationalität, also ein Wissen, das auf der Ebene der Überzeugungen *zweiter Ordnung* angesiedelt ist.

Eine Ideologiekritik, die dies berücksichtigt, wird den Fehler der klassischen Aufklärungsphilosophie tendenziell vermeiden können, die Autonomie des richtigen Denkens überoptimistisch im Sinne einer Selbstüberschätzung der Vernunft zu besetzen. Die Anerkennung unvollständiger Rationalität und der Grenzen vernünftigen Rasonierens erzwingt nicht nur eine Anpassung der Zielstellung, Adressatenperspektive und Aufklärungstechnologie von Ideologiekritik, sondern auch die undogmatische Offenheit ihrer eigenen Konzeption – Ideologiekritik als Theorie und Praxis darf das Potential eigener Fehlleistungen nicht unterschlagen. Sowohl auf der Adressaten- als auch auf der Theorieebene wird diese Einsicht noch durch die Anerkennung der Kontextabhängigkeit unseres Denkens untermauert, über die Ideologiekritik mittels adäquater Überzeugungen *zweiter Ordnung* zwar eine gewisse *Kontrolle* gewinnen – und damit die Spielräume eigener Autonomie teilweise erweitern –, sie aber kaum vollends ausschalten kann.

Jon Elster verdeutlicht dies sehr anschaulich am Beispiel der Geschichte von Odysseus und den Sirenen aus der *Odyssee*: Odysseus weiß durch Kirke um seine Schwäche – die Unfähigkeit, sich kontrollieren zu können, sobald er in die Reichweite des Sirenengesangs geraten wird. Nur mit Hilfe dieses Wissens kann er Methoden einsetzen, um der Realisierung seiner Schwäche prospektiv vorzubeugen, was den Spielraum seiner Möglichkeiten erhöht, autonom mit seinen – abzusehenden – Bedürfnissen, Gedanken und Emotionen zu agieren. Kirkes Informationen spielen hier die Rolle idealiter zutreffenden Sachwissens über die unvollständige Rationalität, womit überhaupt erst *Selbstkontrolle ermöglicht* wird: Wenn wir von diesen Beschränkungen *wissen*, so können wir sie zu kontrollieren versuchen (Elster 1987, 67ff.). Sachwissen kann also selbst dann aufklärerisch wirksam sein, wenn man einen überoptimistischen doxastischen Voluntarismus ablehnt, demzufolge wir unsere Überzeugungen willentlich kontrollieren könnten:¹⁵ „Auch wenn der Mensch nicht rational ist,

¹⁵ Statt sich der Illusion einer völligen Beherrschung unserer kognitiven Mechanismen hinzugeben, können wir mit dem adäquaten theoretischen Rüstzeug eine Selbstkontrollinstanz installieren und auf diese Weise methodisch *Vorsicht* vor unserem eigenen Denken und Handeln walten lassen. So kann etwa in psychologischen Experimenten die Bekanntgabe der Forschungshypothese zu einer Angleichung der (Leistungen der) Versuchs- und Kontrollgruppe führen, wie an Nachfolgeexperimenten der Milgram-

weiß er, dass er irrational ist, und kann *sich selbst binden*, um sich vor der Irrationalität zu schützen“ (ebenda, 140).

Die Abhängigkeiten, die der Selbstbefreiung im Wege stehen, sind also nicht nur *externer* Art – etwa durch Autoritäten und Konformitätsdruck – sondern auch *interner* Art, etwa in der Form von Befangenheiten, Affekten und fehlerhaften Methoden des Denkens. Um sich von diesen Abhängigkeiten so weit wie möglich zu befreien, ist es in jedem Falle nötig, eine *kritische Distanz zu den eigenen Überzeugungen* zu entwickeln, statt sich mit diesen zu *identifizieren* – nur so können die eigenen Überzeugungen kritisch objektiviert und kann die potentielle Falschheit eigener Überzeugungen praktisch anerkannt werden; erst dann wird methodische Selbstkritik ermöglicht und ist es prinzipiell opportun, Selbstkritik zu praktizieren und zuzulassen. Die Etablierung einer kritischen Distanz zu den eigenen Ideen ist somit die Institutionalisierung eines *Korrektivs* gegen eigene Fehleranfälligkeiten, wie sie sich auch in Techniken der „Selbstbindung“ am Beispiel Odysseus niederschlägt.

Das Programm einer solchen ideellen Aufklärung scheint also unabhängig von einem *speziellen* Zuschnitt auf die Ausräumung von Irrtümern zu sein. Dann wäre sie identisch mit der *Vermittlung wissenschaftlicher Praktiken und Ergebnisse* zu bestimmten, nämlich aufklärungstechnologisch relevanten Themenfeldern, etwa der Psychologie, Soziologie, Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie, ihren Theorien und Methoden, sowie historischer Bildung gegen die Tendenz zur Naturalisierung des Status quo. Man sieht also *en passant*, dass Wissenschaften auch ohne normativen Zuschnitt oder eine ausgewiesene „kritische Methode“, sondern allein durch die Konzentration auf *bestimmte Forschungsgegenstände* und ihre angemessene Vermittlung *kritisch* sein können.¹⁶

Experimente gezeigt wurde: Wenn Probanden die kausale Forschungshypothese mitgeteilt wurde, so handelten die Akteure anders als prognostiziert, da sie nun über ihre kognitiven Mechanismen bei Kontakt mit dem Experiment aufgeklärt waren und es somit nicht zu einer „Kausalität aus Unkenntnis“ kam (Keutner 2004, 223).

¹⁶ Emanzipatorische Kritik benötigt keine normativen Aussagen und keine gesonderte Methode, sondern die normalwissenschaftliche Analyse emanzipationsrelevanter Untersuchungsgegenstände. Auch eine werturteilsfreie Analyse kann falsche Vorstellungen und Verschleierungen realer Tatbestände durchsichtig machen – besonders deutlich etwa in der aufklärerischen Kritik des Gottesgnadentums als politischem Legitimationsinstrument – und die Akteure durch dieses Wissen befähigen, sich von entsprechenden Abhängigkeiten zu befreien (Albert 1960, 229ff). Am Rande sei allerdings erwähnt, dass die Wissenschaften hierfür die *Freiheit* haben müssen, ihre Forschungs-

Allerdings muss hier eine Brücke zur materiellen Aufklärung geschlagen werden: Ob *tatsächlich* Aufklärung aus der Wissens- und Methodenvermittlung folgt, hängt ab von der praktischen *Binnenrationalität* der Akteure, die bestimmt wird von ihren Umständen, objektiven Sachzwängen und Ressourcenproblemen. Wiegen bestimmte Lebensinteressen schwerer, mögen die Akteure zwar grundsätzlich im Besitz der aufklärungsrelevanten Bildung sein, doch ohne dass diese zur Anwendung kommt – womit ihr praktisch-politisches Ziel unerfüllt bliebe.

Die reine *Bereitstellung* von spezifischer Bildung reicht also nicht aus – hinzu muss auch die praktische Freiheit samt Ressourcen treten, die es erst *binnenrational* machen, sich um die aufwändige selbstkritische Emanzipation hin zur Mündigkeit zu bemühen.¹⁷

5 Paternalismusedilemma I

Trotz der Rede von der „Selbstbefreiung“ dürfte offensichtlich sein, dass das skizzierte Programm einer „aufklärerischen“ Aufklärungstechnologie eine *Fremd*-Aufklärung darstellt – denn die aufzuklärenden Akteure verfügen noch *nicht* über die *kritischen Kompetenzen*, um die Legitimität der Adaption des gerade genannten Wissens eigenständig beurteilen zu können. Diese kritischen Kompetenzen sollen ja überhaupt erst *gefördert* werden. Dementsprechend können jene kritischen Kompetenzen bei der Beurteilung jener kritischen Kompetenzen selbst nicht vorausgesetzt werden. Es ist hierbei auch unerheblich, ob die zu vermittelnde Bildung sich in erster Linie durch klassisches Sachwissen – „knowing that“ – oder durch Methodenwissen – „knowing how“ – charakterisiert, da Letzteres ebenfalls Sachwissen, wenn auch in *technologischer* Formulierung, dar-

gegenstände selbstständig und ohne den Druck externer, vor allem emanzipationsfeindlicher Interessen wählen zu können.

¹⁷ Einem derartigen Konzept von Binnenrationalität, das den Fall zulässt, dass Akteure rational zu epistemisch defizienten Überzeugungen und daran anschließenden Handlungen gelangen, liegt indessen eine Differenzierung „epistemischer“ und „prudentieller Rationalität“ zugrunde (vgl. etwa Gosepath 1992). Im Gegensatz zu Gosepath wird hier zudem von der Voraussetzung ausgegangen, dass eine Überzeugung zugleich prudentiell rational und epistemisch irrational sein kann, dass also lakonisch gesagt Lebensinteressen für Akteure mitunter gegenüber Erkenntnisinteressen prioritär sind (vgl. dazu auch etwa Boudon 1988 und Schmid 2004).

stellt. In jedem Falle müssten die aufzuklärenden Akteure allerdings einen „blinden Glauben“ an den emanzipatorischen Nutzen der fraglichen Bildung an den Tag legen respektive durch Manipulationsmethoden dazu gebracht werden, diese als gültig anzunehmen.

Insofern ist es vielleicht verständlich, dass auch schon der historischen Aufklärungsphilosophie unterstellt wurde, *paternalistisch* zu sein, also die „aufzuklärenden“ Akteure zu *bevormunden*, während sie doch mit dem noblen Anspruch auftrat, *zur Mündigkeit zu erziehen*. Dieser vermeintliche Widerspruch wird im Folgenden aufgegriffen.

6 Die Relevanz empirischen Sachwissens am Beispiel von „Backfire Effects“

Nachdem die Notwendigkeit ideeller Aufklärung, ihre Inhalte und Grenzen skizziert wurden, wird nun am Beispiel der in der Psychologie untersuchten „Backfire Effects“ die Relevanz der empirischen Einzelwissenschaften für die Beurteilung der Erfolgsbedingungen aufklärungstechnologischer Methoden angezeigt.

„Backfire Effects“ (oder auf Deutsch: „Bumerang-Effekte“) bezeichnet das Phänomen, dass Akteure, deren fehlerhafte Überzeugungen durch zutreffenderes Sachwissen korrigiert werden sollen, mitunter dazu neigen, ihre entsprechenden Überzeugungen nicht nur nicht angemessen zu modifizieren, sondern *aufgrund* des Überzeugungsversuchs mit noch größerem Eifer zu vertreten.¹⁸ Diese Effekte betreffen also das Problem der Erklärung der *Persistenz* fehlerhafter Überzeugungen, das in der Geschichte ideologiekritischer Theorien immer wieder diskutiert wurde und teilweise für die Fruchtlosigkeit ideeller Aufklärungstechnologie verantwortlich gemacht wurde – denn diese Effekte können verhindern, dass die Vermittlung von Sachwissen die erhofften Resultate zeitigt.

So konnte etwa in Studien mit experimentellem Versuchsaufbau nachgewiesen werden, dass nur 2% einer Gruppe von Akteuren, deren fehlerhafte Überzeugung korrigiert werden sollte, tatsächlich ihre Über-

¹⁸ „However, individuals who receive unwelcome information may not simply resist challenges to their views. Instead, they may come to support their original opinion *even more strongly* – what we call a ‚backfire effect‘.“ (Nyhan und Reifler 2010, 9)

zeugung änderten, während 32% der zuvor noch *unsicheren* Probanden nach dem Korrekturversuch auf die *fehlerhafte* Überzeugung einschwenkten. Das Resultat dieser Studien war eindeutig: Der Korrekturversuch *affirmiert* die zu korrigierende Überzeugung.

Eine mögliche Ursache für „Backfire Effects“ sehen die Psychologen Nyhan und Reifler (2010) in folgendem Mechanismus: Die Akteure, die mit konkurrierenden Überzeugungen konfrontiert werden, reagieren argumentativ auf diese Gegenposition. Sie reaktivieren vorhandene Argumente oder suchen nach neuen. In beiden Fällen jedoch sind ihnen ihre *eigenen Argumente* nun präsenter, als sie es *vor* der Konfrontation mit der Gegenposition waren. Im Verlaufe der Argumentation und danach liegen ihnen im Spektrum ihrer Aufmerksamkeit mehr Argumente für die eigene Position vor, als es zuvor der Fall war, denn der Akteur denkt primär darüber nach, wie er seine Position verteidigen kann. So erklären Nyhan und Reifler, dass bei einer Studie zur Irrtumskorrektur mit Wählern der Republikanischen Partei in den Vereinigten Staaten 32% der Konservativen vor dem Korrekturversuch ihre Zustimmung zu dem fraglichen Thema bekundeten, aber 64% von ihnen nach dem Korrekturversuch; nur 2% der beteiligten Konservativen änderten tatsächlich ihre Überzeugung.¹⁹

Aufgrund der experimentellen Bedingungen konnten allerdings die Variablen verändert werden, sodass einige aufklärungstechnologisch interessante Erkenntnisse über diejenigen Faktoren gewonnen werden konnten, die „Backfire Effects“ begünstigen: Diese Effekte treten etwa umso häufiger und stärker auf, *je häufiger* die fehlerhafte Ausgangsüberzeugung *erwähnt* wird, *je mehr* widersprechende Informationen und Argumente genannt werden, *je radikaler* sich die „richtigere“ Alternative von der Ausgangsüberzeugung *unterscheidet* und *je mehr* auf *Textkommunikation* anstatt auf Grafiken zurückgegriffen wird (Cook und Lewandowsky 2012 [2011]).

Mittels der Erklärung dieser Wirkungszusammenhänge und der Isolierung und Modifikation der Variablen konnte in experimentellen Anschlussuntersuchungen herausgearbeitet werden, welche Merkmale die Wahrscheinlichkeit von „Backfire Effects“ beeinflussen: Cook

¹⁹ In der Kontrollgruppe der Nicht-Konservativen bekundeten 22% der Probanden ihre Zustimmung zum fraglichen Thema vor dem Korrekturversuch und 13% von ihnen nach dem Korrekturversuch – hier lag also kein „Backfire Effect“ vor.

und Lewandowsky (2012 [2011]) nennen vor allem Vertrautheit, die durch Wiederholung erzeugt wird und die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass eine Überzeugung als wahr angesehen wird; Informationsüberladung, die zu Überforderung und einem Rückzug auf die Ursprungsüberzeugung führt; und das Maß an Abweichung von der gefestigten Weltanschauung der Probanden, das bei gravierender Abweichung Verteidigungsstrategien provoziert.

Derartige exemplarische empirische Erkenntnisse können also nicht nur von Nutzen sein, um die *Schwächen* aufklärungstechnologischer Methoden ausfindig zu machen, sondern etwa durch experimentell kontrollierbare Faktorenanalysen zugleich Hilfestellungen dabei geben, aufklärungstechnologische Methoden zu *verbessern*. Sie sind also in besonderem Maße geeignet, die Erfolgsbedingungen ideologiekritischer Praxis zu beurteilen. Zudem erlauben sie – ebenfalls aufgrund ihrer empirisch-experimentellen Vorgehensweise – die Identifizierung unerwarteter Faktoren und Konsequenzen aufklärungstechnologischer Bemühungen; sie sind also in höchstem Maße *lehrreich*, insbesondere hinsichtlich ansonsten *unentdeckter Schwächen* ideologiekritischer Praxis.

Bei derartigen Verbesserungsversuchen können nun allerdings auch *unerwartete Probleme* auftreten.

7 Paternalismudilemma II

Die Erkenntnisse über „Backfire Effects“ und ihre Stärke sind derart gravierend, dass einige Psychologinnen daraus den frustrierten Schluss zogen, dass Versuche der Irrtumskorrektur von vornherein zum Scheitern verurteilt seien: So führen Taber und Lodge (2006, 767) in diesem Rahmen an, dass „ignorance and apathy“ der fruchtbarste Nährboden für die Korrektur von Irrtümern seien, und folgern zynisch: „Perhaps we have been looking for rational citizenship in all the wrong places, and it is the great unwashed who save democracy!“ (Ebenda) Andere, etwa Cook und Lewandowsky (2012 [2011], 4), empfehlen aufgrund analoger Ergebnisse, sich hinsichtlich der Bemühungen um die Korrektur von Irrtümern nur noch auf die noch nicht weltanschaulich gefestigte „Mitte“ zu konzentrieren, die „unentschlossene Mehrheit“.

In den psychologischen Studien zu „Backfire Effects“ werden nun mitunter zahlreiche Methoden präsentiert, die dabei hilfreich sein sollen,

„Backfire Effects“ zu vermeiden. Ich möchte hier nur wenige dieser Methoden knapp benennen: Erstens sollte die fehlerhafte Überzeugung weniger prominent und v.a. *seltener* erwähnt werden, stattdessen verstärkt die Gegenargumente (Cook und Lewandowsky 2012 [2011], 2). Zweitens sollten *wenige*, dafür zentrale Gegenargumente und der Anfangsüberzeugung widersprechende Informationen in möglichst einfacher Form und bestenfalls grafisch statt textlich präsentiert werden.²⁰ Drittens sollte das positive Selbstwertgefühl der Akteure vor und während des Korrekturversuchs erhöht werden – so sollten Probanden etwa vor dem Korrekturversuch einen kurzen Text zu Situationen schreiben, in denen sie sich in der letzten Zeit besonders ehrenhaft verhalten hätten.²¹ Diese Strategie erweist sich als besonders zielführend bei der Vermeidung von „Backfire Effects“. Viertens sollte die Akzeptanz für die Korrektur dadurch erhöht werden, semantische Trigger zu vermeiden: So reagieren US-amerikanische Republikaner deutlich aufgeschlossener gegenüber dem Wort „Abgaben“ als gegenüber dem hochgradig negativ assoziierten Wort „Steuern“ (Cook und Lewandowsky 2012 [2011], 4). Die fünfte und letzte Strategie besteht darin, auf die Korrektur von Überzeugungen zu verzichten, da sich die „Backfire-Effects“ als zu manifestes Problem herausgestellt haben, und stattdessen Techniken des „Nudging“ zu verwenden, um das *Verhalten* der Akteure zu ändern – beispielsweise wird empfohlen, darauf zu verzichten, die Überzeugung zu forcieren, dass Fahrzeuge klimaschädlich seien, sondern das Verhalten etwa durch entsprechende Steuern zu regulieren:

²⁰ In einer Anschlussstudie konnte gezeigt werden, dass die Tendenz, bei einer fehlerhaften Überzeugung zu verharren, signifikant durch die Wahl des Informationsmediums reduziert werden kann: Die Wahrscheinlichkeit der Beibehaltung der falschen Anfangsüberzeugung sank von 56% auf 33%, wenn Bilder anstatt Texte für die Kommunikation der Gegenargumente verwendet wurden (Nyhan und Reifler 2017).

²¹ Die zweite Strategie, die Nyhan und Reifler (2017) testeten, beruhte auf der Hypothese, die Probanden würden mittels „Backfire Effects“ reagieren, weil sie durch die konkurrierende Überzeugung ihre Selbst-Integrität in Frage gestellt sahen – die Forscher vermuteten in „Backfire Effects“ einen Mechanismus zur Reduzierung kognitiver Dissonanz. Das Selbstwertgefühl der Probanden zu stärken würde, so die Hypothese, die gefühlten mentalen Kosten für die Aufgabe der Anfangsüberzeugung senken. Tatsächlich sank die Wahrscheinlichkeit der Beibehaltung der falschen Anfangsüberzeugung von 56% auf 40%, wenn die Probanden vor dem Korrekturversuch in ihrem Selbstwertgefühl gestärkt wurden.

„For example, *it no longer matters* whether people are misinformed about climate science *if they adopt* ecologically friendly *behaviors*, such as by driving low-emission vehicles, in response to „nudges“, such as tax credits.“ (Lewandowsky et al 2012, 124; kursiv von PK)

An dieser Stelle zeigt sich das verschärfte Paternalismusedilemma: Der Versuch, die Erkenntnisse über „Backfire Effects“ konstruktiv für die Praxis der Irrtumskorrektur einzusetzen, resultiert in der Empfehlung einer unterkomplexen Vermittlungspraxis, Überredungsmechanismen und tendenzieller Unterschlagung relevanter Argumente. Die Konsequenz wäre, die Akteure nicht mehr als Adressaten für Aufklärungsbemühungen *ernst zu nehmen*, sondern sie durch *Manipulation* zum richtigen Handeln zu bewegen.

Eine solche *Manipulation* der Akteure mag zwar aufklärungstechnologische Erfolgschancen erhöhen, steht jedoch in *praktischem Widerspruch* zum zusätzlichen Ziel der Förderung der *Autonomie und Mündigkeit* der Akteure – falls man dieses Ziel denn verfolgen will. Ist jedoch die Förderung von Autonomie und Mündigkeit eines der Ziele ideologiekritischer Praxis, so verschärft sich das logische Paternalismusedilemma in der Vermittlung kritischer Kompetenzen nun durch die unerwarteten Konsequenzen der Verbesserung der Erfolgsbedingungen aufklärungstechnologischer Bemühungen und ihrer Beurteilung mittels der Berücksichtigung relevanter Ergebnisse der empirisch-experimentell verfahrenen Einzelwissenschaften. Wie anfangs erwähnt ist der Rückgriff auf diese Wissenschaften einerseits unerlässlich für die Erfolgsaussichten ideologiekritischer Praxis, andererseits resultieren daraus mitunter unerwartete und wenig beachtete Probleme – wie das Dilemma zwischen aufklärerischer Erfolgswahrscheinlichkeit und dem Ziel der ideologiekritischen Förderung von Mündigkeit und Autonomie.

Dieser praktische Widerspruch, der sich aus jenem Zielkonflikt zwischen dem Wunsch nach erfolgreichen aufklärungstechnologischen Methoden einerseits und dem Zweck der Förderung der Autonomie und Mündigkeit der Akteure andererseits ergibt, kann allerdings im Folgenden aufgelöst werden. Zuvor möchte ich die bisher skizzierten aufklärungstechnologischen Perspektiven zusammenfassen.

8 Fazit I: Aufklärungstechnologische Perspektiven

Es wurde gezeigt, dass die Methode der Bildungsvermittlung in jeder Aufklärungstechnologie zumindest berücksichtigt werden muss und welche unerlässliche Rolle die empirischen und idealiter experimentell verfahrenen Wissenschaften hier – einerseits als Inhalt entsprechender Bildung, andererseits als Instrument der Einschätzung der Erfolgsbedingungen aller aufklärungstechnologischer Bemühungen – spielen müssen. Die Idee der *Selbstbefreiung durch das Wissen* als ideale Aufklärungstechnologie kann anhand der folgenden drei Eigenschaften charakterisiert werden:

Erstens durch wissenschaftliche Praxis zu relevanten Forschungsgegenständen, was eine gewisse institutionalisierte Forschungsfreiheit samt sicherer Finanzierung voraussetzt. Die emanzipationsrelevanten Forschungsgegenstände sind hierbei vordringlich solche aus den akademischen Disziplinen der Psychologie und Soziologie, da sie menschliches Denken etwa in Abhängigkeit von seinen Rahmenbedingungen und seiner Fehleranfälligkeit zum Gegenstand haben.

Zweitens durch adäquate *Wissenschaftsvermittlung* über erkenntnis-kritische und ideologiekritische Themen, insbesondere solche der „unvollständigen Rationalität“, Denkfehler und sozio-epistemischen Abhängigkeiten, sowie einem erkenntnis- und wissenschaftstheoretischen Methodenrüstzeug, verbunden mit der Lehre der Distanzierung von den eigenen Ideen, um sie kritisch zum Gegenstand machen zu können. Zugleich sind möglichst geringe Hürden für den Zugang zu entsprechender emanzipationsrelevanter Bildung nötig, denn kritisches Denken setzt spezifisches Sachwissen *über* kritisches Denken voraus.

Drittens durch die Forderung nach angemessenen institutionellen Rahmenbedingungen und Lebensumständen politischer, ökonomischer und sozialer Art, die es überhaupt erst erlauben, dass es für die aufzuklärenden Akteure *binnenrational* ist, sich dem Erlernen kritischer Kompetenzen und der praktischen Korrektur ihrer Überzeugungen zu widmen. Mitunter mag eine Bereitschaft zur Irrtumskorrektur zudem davon abhängen, ob die Lebensumstände der Akteure die Aufrechterhaltung eines positiven Selbstwertgefühls erschweren (Fußnote 22). Andernfalls wäre die Konsequenz, dass die Aufklärungsbemühungen versanden, da die „erlernten“ Kenntnisse und Methoden nicht in die Praxis der Akteure überführt würden.

Hier zeigt sich, dass die starre Dichotomie zwischen ideeller und materieller Aufklärung ein Scheinproblem darstellt: So wie materielle Aufklärung unter der Gefahr der Selbstwidersprüchlichkeit und Fruchtlosigkeit nicht ohne die Berücksichtigung ideeller Aufklärung konzipiert sein kann, kann ideelle Aufklärung ohne materielle Aufklärung das von ihr bereitgestellte und vermittelte Wissen nicht erfolgreich in die Lebenspraxis der aufzuklärenden Akteure überführen. Der anfangs kritisierte Methodenmonismus ist also in jedem Falle ein Problem, das dementsprechend auch Programme ideeller Aufklärung trifft und die Öffnung des Spielraums erfolgsversprechender ideologiekritischer Strategien erzwingt. Dementsprechend könnte diese Erkenntnis eine Gelegenheit darstellen, die ideologiekritischen Programme der ideellen, an der klassischen Aufklärungsphilosophie und ihrer Bildungsvermittlung orientierten Aufklärungstechnologie zumindest teilweise mit den die menschlichen Lebensbedingungen betonenden marxistischen Konzepten zu versöhnen, da sie in Teilen aufeinander angewiesen sind.

Man darf jedoch nicht dem Trugschluss aufsitzen, mit einer solchen Perspektive bereits alle Instrumente einer *erfolgreichen* Aufklärungstechnologie an der Hand zu haben. Einerseits müssen empirische Erkenntnisse berücksichtigt werden, die ein so skizziertes aufklärungstechnologisches Verfahren problematisieren und ggf. auf bestimmte Anwendungsfälle einschränken können. Andererseits können sich durch einen solchen Rückgriff auf empirische Erkenntnisse Zielkonflikte ergeben: Denn vor dem Hintergrund von „Backfire Effects“ etwa stellt sich nun die Frage, in welchem Maße wir Manipulation, Überredungsstrategien und rhetorische „Tricks“ in der Wissensvermittlung einsetzen sollten, wenn wir uns am Ideal der zu befördernden Autonomie der Akteure orientieren wollen.

9 Fazit II: Vermeidung des Paternalismusedilemmas

Zuletzt sind deshalb das *en passant* aufgeworfene Paternalismusedilemma in seiner durch die Berücksichtigung der „Backfire Effects“ verschärften Form und die Perspektiven zu seiner Vermeidung aufzugreifen.

Das *paternalistische* Moment der ideellen Aufklärungstechnologie als „Selbstbefreiung durch das Wissen“ ist analog zu sehen zu der *entwicklungspsychologisch* notwendigen Voraussetzung eines *kindlichen Urvertrauens*, um im späteren Leben einen *rationalen* Umgang mit *Vertrauens-*

beziehungen an den Tag legen zu können. Die Emanzipation scheint in beiden Fällen – Aufklärung hier und Erwerb von Vertrauenskompetenzen dort – eine extern angestoßene „Hilfe zur Selbsthilfe“ zu sein. Das Ziel ist in beiden Fällen die Entwicklung der Autonomie des Individuums. Auch beim frühkindlichen Erwerb von Vertrauenskompetenzen ist ein unkritisches, „primitives“ Vertrauen die notwendige Voraussetzung für den Erwerb derjenigen Kompetenzen, die eine kritische Prüfung jenes ursprünglichen Vertrauensverhältnisses erst ermöglichen:

„Die Fähigkeiten, die wir brauchen, um die Äußerungen anderer auf ihre Wahrheit hin zu überprüfen, werden in Lehrsituationen erworben, in denen diese Fähigkeiten noch nicht vorhanden sind. [...] [Unkritisches] Vertrauen dient in diesem Sinne als Grundlage für den Erwerb kritischer Beurteilungskompetenz, ist aber primitiv, weil es selbst noch voraussetzungslos gegeben ist und keiner kritischen Überprüfung bedarf.“ (Hartmann 2011, 66f.)

Der *Erwerb* kritischer Kompetenzen ist also tatsächlich *paternalistisch*: Die Autonomie lässt sich nur durch eine *Anfangsphase der Unmündigkeit* erwerben; anschließend liegen die kritischen Instrumente vor, um entsprechende Verhältnisse angemessen beurteilen zu können – inklusive des *anfänglichen* Verhältnisses der paternalistischen Vermittlung.

Für die Zielkonflikte bei der Vermeidung von „Backfire Effects“ bedeutet dies, dass es tatsächlich *unproblematisch* sein dürfte, auf bestimmte *Manipulationen* zurückzugreifen, *insofern* sie einzig und allein dazu genutzt werden, um *kritische, methodische Kompetenzen* und *ideologiekritisches Sachwissen* zu vermitteln, die es dem Akteur nachträglich erlauben, das Manipulationsverhältnis und ähnliche Kontexte zu durchschauen und zu problematisieren. Das hierzu nötige Wissen besteht insbesondere in *ideologiekritischem Wissen selbst*: Das Wissen, das die Ideologiekritikerinnen und Aufklärerinnen für ihr *eigenes* Unterfangen und dessen Optimierung verwenden, ist es, dessen *Vermittlung* der Förderung kritischer Urteilskompetenzen und damit der Autonomie der aufzuklärenden Akteure in besonderem Maße zuträglich ist.

Das Sachwissen über die unvollständige Rationalität, vor allem aus den wissenschaftlichen Disziplinen der Psychologie, Soziologie sowie Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie erfüllt also drei aufklärungstechnologische Funktionen: Erstens ist es im Rahmen ideologiekritischer Theorien nötig, um Ideologien – ihre Entstehung, Persistenz und Konsequenzen – zu *erklären*. Zweitens ist es nötig, um aufklärungstechnologische *Erfolgs-*

bedingungen beurteilen und optimieren zu können, worunter auch Aspekte materieller Aufklärung fallen, um die ideelle Aufklärungsprogramme unter Berücksichtigung der ihnen eigenen Grenzen erfolgreicher ideologiekritischer Praxis zu ergänzen sind. Und drittens stellen sie den nötigen *Inhalt* der Vermittlung und Förderung kritischer Kompetenzen: Wem an der Förderung von Autonomie, Mündigkeit und damit kritischer Urteils Kompetenzen und Desillusionierung gelegen ist, muss auf empirisch und idealiter experimentell qualifiziertes Sachwissen über die unvollständige Rationalität und die Faktoren kognitiver Fehlleistungen zurückgreifen – auch um die Notwendigkeit bestimmter materieller Aufklärungs- und möglicher Manipulationsstrategien zu ermitteln – und allein schon zur Vermeidung des Paternalismusedilemmas muss eben dieses ideologiekritische Sachwissen der Inhalt jeder ideellen Aufklärungstechnologie sein.

Literatur

- Albert, Hans. 1960. „Wissenschaft und Politik. Zum Problem der Anwendbarkeit einer wertfreien Sozialwissenschaft“. In *Probleme der Wissenschaftstheorie, Festschrift für Victor Kraft*, herausgegeben von Ernst Topitsch, 201–232. Berlin/Heidelberg: Springer.
- Baumann, Peter. 2006. *Erkenntnistheorie*. Stuttgart: Metzler.
- Bohlender, Matthias. 2010. „Die Herrschaft der Gedanken. Über Funktionsweise, Effekt und die Produktionsbedingungen von Ideologien“. In *Karl Marx und Friedrich Engels: Die deutsche Ideologie. Klassiker auslegen* (Band 36), herausgegeben von Harald Bluhm, 42–57. Berlin: Akademie-Verlag.
- Boudon, Raymond. 1988. *Ideologie. Geschichte und Kritik eines Begriffs*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Cook, John und Stephan Lewandowsky. 2012 [2011]. *The Debunking Handbook*. St. Lucia, Australia: University of Queensland.
- Eagleton, Terry. 2000 [1993]. *Ideologie. Eine Einführung*. Stuttgart/Weimar: J.B. Metzler.
- Elster, Jon. 1986. *An Introduction to Karl Marx*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Elster, Jon. 1987. *Subversion der Rationalität*. Frankfurt/New York: Campus.
- Gosepath, Stefan. 1992. *Aufgeklärtes Eigeninteresse*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gröbl-Steinbach Schuster, Evelyn. 2011. „Was will und was kann Ideologiekritik?“ In *Philosophie und Wirtschaftswissenschaften*, herausgegeben von Volker Gadenne und Reinhard Neck, 179–197. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Hartmann, Martin. 2011. *Die Praxis des Vertrauens*. Berlin: Suhrkamp.

- Keutner, Thomas. 2004. *Ignoranz, Täuschung, Selbsttäuschung. Kausalität in den Handlungswissenschaften*. Freiburg/München: Karl Alber.
- Körner, Patrick. 2015. „Erklärungsprobleme erkenntniskritischer Ideologietheorien“. *Mythos-Magazin*. http://www.mythos-magazin.de/ideologieforschung/pk_erkl.pdf. Zugegriffen: 01.07.2019.
- Körner, Patrick. 2017. „Zur Beurteilung von Verschwörungstheorien“. *Mythos-Magazin*. http://www.mythos-magazin.de/ideologieforschung/pk_verschwoerungstheorien.pdf. Zugegriffen: 01.07.2019.
- Körner, Patrick. 2018. „Irrwege marxistischer Ideologiekritik“. *Mythos-Magazin*. http://www.mythos-magazin.de/ideologieforschung/pk_marx.pdf. Zugegriffen: 01.07.2019.
- Lewandowsky, Stephen, Ulrich Ecker, Colleen Seifert, Norbert Schwarz, und John Cook. 2012. „Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing.“ *Psychological Science in the Public Interest* 13(3), 106–131.
- Marx, Karl und Friedrich Engels. 1958/1978 [1845–1846]. „Die deutsche Ideologie“. In *Werke (MEW)*, Band 3, 5–530. Berlin/DDR: Dietz.
- Nyhan, Brendon und Jason Reifler. 2010. „When corrections fail: The persistence of political misperceptions.“ *Political Behavior* 32, 303–330.
- Nyhan, Brendon und Jason Reifler. 2017. „Blank slates or closed minds? The role of information deficits and identity threat in the prevalence of misperceptions.“ <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/opening-political-mind.pdf>. Zugegriffen: 01.07.2019.
- Popper, Karl. 2006 [1987]. *Auf der Suche nach einer besseren Welt*. 14. Auflage. München: Piper.
- Salamun, Kurt. 1991. „Der Ethos der Aufklärung im kritischen Rationalismus“. In *Moral und Politik aus der Sicht des kritischen Rationalismus*, herausgegeben von Kurt Salamun, 95–119. Amsterdam: Rodopi.
- Schmid, Michael. 2004. „Ideologie und Rationalität. Bemerkungen zu einem Erklärungsproblem der Weltanschauungsanalyse.“ *Aufklärung und Kritik* 8, 215–232.
- Taber, Charles S. und Milton Lodge. 2006. „Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs“. *American Journal of Political Science* 50(3), 755–769.
- Tepe, Peter. 2012. *Ideologie*. Berlin/Boston: de Gruyter.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Kurzbiografien

Floris Biskamp, Dr., ist Politikwissenschaftler und Soziologe und arbeitet derzeit als Koordinator und Postdoc im Promotionskolleg „Rechtspopulistische Sozialpolitik und exkludierende Solidarität“ an der Universität Tübingen. Zu seinen Arbeitsschwerpunkten zählen politische Theorie, Gesellschaftstheorie, politische Ökonomie, Religionspolitik, Populismusforschung und Rassismusforschung. Zudem betreibt Floris Biskamp einen Blog mit kürzeren Texten zu aktuellen Themen.

Nils S. Borchers, Dr., ist Akademischer Assistent am Lehrstuhl für Strategische Kommunikation, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Universität Leipzig. Tätigkeit als Projektmanager bei der NGO Eiropas Kustība Latvijā (European Movement, Latvia) in Riga (2009) sowie als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster (2009-2010) und am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Mannheim (2009-2016). Promotion 2014 an der Universität Mannheim mit einer Arbeit zur Werbekommunikation. Nils S. Borchers ist Sprecher der DGpuK-Fachgruppe Werbekommunikation und gehört dem Organisationsteam des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft an.

Michael Haller, Prof. Dr., leitet das Europäische Institut für Journalismus- und Kommunikationsforschung (EIJK) in Leipzig. Bis zu seiner Emeritierung 2010 lehrte er an der Universität Leipzig, wo er den 1993 reformierten Diplomstudiengang Journalistik aufgebaut hat. Vor seiner wissenschaftlichen Laufbahn war Michael Haller als Reporter und Redakteur in verschiedenen Pressemedien tätig, darunter 10 Jahre bei Zeitungen, 13 Jahre beim *Spiegel*, dann als Ressortleiter bei der *Zeit*. Er hat mehrere Standardwerke des Journalismus verfasst, darunter „Recherchieren“ (aktuell in der 8. Auflage) und „Die Reportage“ (7. Auflage) und forscht zur gesellschaftlichen Funktion des Journalismus.

Sebastian Jürss, M.A., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am SOCIUM Forschungszentrum Ungleichheit und Sozialpolitik der Universität Bremen. Zuvor war er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig und hat dort u. a. zu Sharing Economy, digitaler Ungleichheit und Future Imaginaries geforscht.

Manfred Knoche, Prof. Dr., war von 1994 bis 2009 Ordentlicher Universitätsprofessor für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit besonderer Berücksichtigung der Medienökonomie an der Universität Salzburg. Seit 2009 ist er dort Emeritus. Von 1974 bis 1983 war er Universitätsassistent bzw. Assistenzprofessor am Institut für Publizistik der Freien Universität Berlin und von 1983 bis 1994 Universitätsprofessor für Kommunikationswissenschaft an der Vrije Universiteit Brussel. Sein Forschungsansatz ist eine Kritik der politischen Ökonomie der Medien, d. h. medienökonomische und -politische Analysen sind Teil einer Gesellschaftskritik als Kapitalismuskritik. 2017 war er Mitunterzeichner des Aufrufs zur Gründung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft.

Patrick Körner, M.A., ist Doktorand am Institut für Philosophie der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, war als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Lehrbeauftragter an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf und der Universität zu Köln tätig und ist seit 2019 in der gewerkschaftlichen Bildungsarbeit beschäftigt. Seine Lehr- und Forschungsthemen sind Ideologietheorien und ihre Methodologie, Aufklärung, Kritischer Rationalismus, Soziale Erkenntnistheorie, Propädeutik, Wissenschaftlichkeit und Gesellschaftskritik. Diese Themen hat er in zahlreichen außerakademischen Vorträgen in ganz Deutschland philosophisch und politisch interessierten Personenkreisen zugänglich gemacht.

Uwe Krüger, Dr. ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft und Forschungs koordinators des Zentrums Journalismus und Demokratie der Universität Leipzig. Für seine Bücher „Mainstream – Warum wir den Medien nicht mehr trauen“ (C.H.Beck 2016) und „Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse“ (Halem 2013) erhielt er den Günter-Wallraff-Preis für Journalismuskritik der Initiative Nachrichtenaufklärung. 2017 hat er das Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft mitgegründet und gehört seitdem dessen

Organisationsteam an. 2018-2019 Mitglied des MDR-Rundfunkrates, entsandt vom Deutschen Journalisten-Verband Sachsen.

Kim Kristin Mauch, B.A., hat von 2015 bis 2019 an der Universität Leipzig Kommunikations- und Medienwissenschaften im Bachelor studiert. Zurzeit ist sie Volontärin beim Norddeutschen Rundfunk.

Birgit Peuker, Dr., studierte Soziologie im Diplomstudiengang an der Technischen Universität Dresden. Ihre Dissertation zur Anwendung der Gentechnik in der Landwirtschaft fertigte sie mit einem Promotionsstipendium der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) an. Ihre Forschungsthemen liegen in der Praxis- und Organisationssoziologie sowie Technik-, Umwelt- und Wissenschaftssoziologie. Sie ist Mitglied der Sektion Umweltsoziologie in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS).

Juliane Pfeiffer, M.A., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Zentrum Journalismus und Demokratie der Universität Leipzig und gehört dem Organisationsteam des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft an. Sie hat an der FU Berlin Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Neuere Geschichte und Neuere Deutsche Literatur studiert und forscht zur Fachgeschichte und zur Vermittlung von Journalismuskompetenz im Lehramtsstudium. Sie engagiert sich in wissenschaftlichen und künstlerischen Initiativen und Projekten zu historischen, (hochschul-)politischen und sozialökologischen Themen in Berlin und Leipzig.

Holger Pötzsch, PhD, ist Associate Professor in Medien- und Dokumentationswissenschaften am Institut für Sprachen und Kultur an der Universität Tromsø (Norwegen). Seine Forschungsschwerpunkte sind kritische Medienkompetenz, das Verhältnis von Medien und Krieg (v. a. Kriegsfilme und -spiele) sowie der Einfluss digitaler Technologien auf Identität und Mobilität. Seine Arbeiten sind in einer Reihe von Fachzeitschriften erschienen, darunter *EPD: Society & Space*, *TripleC*, *New Media & Society*, *Memory Studies*, *Game Studies* und *Games & Culture*. Zuletzt hat er zusammen mit Phil Hammond die Anthologie „War Games: Memory, Militarism and the Subject of Play“ editiert (Bloomsbury Academic 2019).

Renatus Schenkel, Prof. Dr., ist Professor (i. R.) für Medien und Gesellschaft im Fachbereich Gesundheit, Soziales und Medien der Hochschule Magdeburg-Stendal. Nach dem Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Politikwissenschaft war er Journalist u. a. für *epd*,

Frankfurter Rundschau, Tagesspiegel sowie Öffentlichkeitsarbeiter in leitenden Funktionen bei Flaskamp, Ruhrgas, Bahlsen und Gewandhaus zu Leipzig. Anschließend Aufbau der Medienstudiengänge in Stendal und Magdeburg. Seit dem Ruhestand wieder verstärkt journalistische Tätigkeit für lokale, überregionale und Online-Medien sowie Lehre in Risikomanagement und Krisenkommunikation. Forschungsthemen: Kommunikations- und Medientheorie, Visuelle Kommunikation/Fotografie, Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit und Krisen-PR.

Armin Scholl, Prof. Dr., ist Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Seine Schwerpunkte in Forschung und Lehre sind Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft, Journalismusforschung, Gegenöffentlichkeit und Alternativmedien sowie Wissenschafts- und Erkenntnistheorie. Er ist Mitglied im Institut für Protest- und Bewegungsforschung (ipb, Berlin) und war 2017 Mitunterzeichner des Aufrufs zur Gründung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft.

Sebastian Sevignani, Dr., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Soziologie der Friedrich-Schiller-Universität Jena und vertritt derzeit die Professur für Medienökonomie und Medienmanagement an der Universität Paderborn. Er forscht zu Medien, Kapitalismus- und Gesellschaftstheorie, Öffentlichkeit und Privatheit, digitaler Arbeit und (informationellen) Bedürfnissen. Bücher u. a. „Privacy and Capitalism in the Age of Social Media“ und „Medien im Kapitalismus“ (mit Sevda C. Arslan, in Vorb.). 2017 hat er das Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft mitgegründet und gehört seitdem dessen Organisations-team an. Er ist Mitgründer des Zentrums für Emanzipatorische Technikforschung (ZET) und Vorstandsmitglied im Institute for a Global Sustainable Information Society (gsis).

Martina Thiele, Dr. habil., ist Assoziierte Professorin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg und Leiterin der Doctorate School geschlecht_transkulturell. Seit 2015 führt sie jährlich im Auftrag der ORF-Medienforschung und ORF-Gleichstellungskommission Studien zu Geschlechterkonstruktionen im Rundfunk durch. Ihre Schwerpunkte in Forschung und Lehre sind Kommunikationstheorien und -geschichte, Erinnerungskulturen, Politische Kommunikation, Gender Media Studies sowie Stereotypen- und Vorurteilsforschung.

Mandy Tröger, PhD, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Sie hat am Institute of Communications Research der Universität Illinois (USA) studiert und wurde dort 2018 promoviert. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in der Kritischen Theorie und deutsch-deutscher Mediengeschichte. Für Ihre Masterarbeit „Dallas in East Germany“ an der Universität Amsterdam erhielt sie den Theodore Roosevelt History Award. Sie war Promotionsstipendiatin der Heinrich-Böll-Stiftung und ist Autorin des Buches „Pressefrühling und Profit: Wie westdeutsche Verlage 1989/1990 den Osten eroberten“ (Halem 2019). Seit 2017 gehört sie dem Organisationsteam des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft an.

Florian Zollmann, Dr., lehrt und forscht als Dozent für Journalismus an der Newcastle University in England und ist stellvertretender Direktor der Organisation for Propaganda Studies. Zu seinen Schwerpunkten gehören Kriegs- und Krisenberichterstattung, internationale Beziehungen und Propaganda. 2017 erschien bei Peter Lang (New York) sein Buch „Media, Propaganda and the Politics of Intervention“, das Doppelstandards in der deutschen, englischen und US-amerikanischen Medienberichterstattung zu internationalen Konflikten untersucht. Florian Zollmann ist außerdem Autor der zweimonatlich in dem Magazin *Publik-Forum Extra Leben* erscheinenden Medienkritik „Unterm Brennglas...“.

