

BRUCHSTÜCKE

*Kritische Ansätze zu Politik und Ökonomie
im globalisierten Kapitalismus*



Peter Fleissner & Natascha Wanek (Hg.)

BRUCHSTÜCKE

*Kritische Ansätze zu Politik und Ökonomie
im globalisierten Kapitalismus*

Materialien zur Ringvorlesung
Sommersemester 2008
Universität Wien

trafo

Bibliografische Informationen Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar

Impressum

Peter Fleissner (Hg.)
»Bruchstücke. Kritische Ansätze zu Politik und
Ökonomie im globalisierten Kapitalismus«

ISBN 978-3-89626-837-2

© trafo Verlagsgruppe Dr. Wolfgang Weist, 2009
trafo Wissenschaftsverlag
Finkenstraße 8, 12621 Berlin
Fax: 030/5670 1949
e-mail: trafoberlin@gmx.de
www.trafoberlin.de

Satz & Layout: Ina Walzog Verlags-und Medienservice, Berlin
Umschlaggestaltung: M. Zinner Grafik, Wien, www.typothese.at
Druck: Schaltungsdienst Lange oHG, Berlin
Alle Rechte vorbehalten

Grundlagen der Kritik der Politischen Ökonomie der Medien

*Christian Fuchs*¹

1. Einleitung

Die marxistische Analyse von Medien und Kultur ist in der Medien- und Kommunikationswissenschaft ein Randbereich. Wichtige Denker wie Marshall McLuhan und Jean Baudrillard haben behauptet, dass Marx nichts Wichtiges über Medien und Kommunikation zu sagen hatte und daher die marxistische Theorie für diesen Forschungsbereich unbrauchbar sei (McLuhan 1964/2001, 41; Baudrillard 1981, 214). Dass diese Behauptungen unzulänglich sind, zeigt sich aber daran, dass Marx über die Rolle der Presse, den Zusammenhang von Kommunikation und Globalisierung, die Rolle des Wissens in der Gesellschaft und die Vernetzung nachdachte. Marx betonte die Bedeutung einer kritischen Presse. Sie sei »der öffentliche Wächter, der unermüdlige Denunziant der Machthaber« (MEW 6, 231). Es sei »die Pflicht der Presse, für die Unterdrückten in ihrer nächsten Umgebung aufzutreten. [...] Die erste Pflicht der Presse ist es nun, alle Grundlagen des bestehenden politischen Zustandes zu unterwühlen.« (MEW 6, 234). Heute verwendet man in diesem Kontext den Begriff der alternativen Medien (vgl. z. B. Atton 2002, Downing 2001). Ein heute wichtiger Aspekt im Zusammenhang von Medien und Globalisierung, den Marx erkannte, ist, dass »Zusammendrängung von Zeit und Raum durch Kommunikations- und Transportmittel« (MEW 16, 127).

»Das Kapital treibt seiner Natur nach über jede räumliche Schranke hinaus. Die Schöpfung der physischen Bedingungen des Austauschs – von Kommunikations- und Transportmitteln wird also für es in ganz andrem Maße zur Notwendigkeit – die Vernichtung des Raums durch die Zeit« (MEW 42, 430).

Die Entstehung einer Wissensökonomie, oder besser gesagt eines informationellen Kapitalismus (Fuchs 2008), nahm Marx im Begriff des General Intellect vorweg, der

1 Christian Fuchs ist Privatdozent am ICT&S Center und am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Zu seinen Forschungsgebieten gehören Gesellschaftstheorie, Gesellschaftskritik, Kritik der politischen Ökonomie, Internet und Gesellschaft. Er ist u. a. Autor des Buches »Internet and Society: Social Theory in the Information Age« (2008, Routledge).

»allgemeinen Arbeit des menschlichen Geistes« (MEW 25, 114), dem »allgemeinen gesellschaftlichen Wissen«, das durch die Produktivkraftentwicklung zur »unmittelbaren Produktivkraft« (MEW 42, 602) wird. McLuhan sprach davon, dass Marx nur Produktions-, nicht aber Kommunikationstechnologien wie den Telegraphen beschrieben habe und daher eine statische Theorie der Technik grundgelegt habe. Im Marx'schen Werk finden sich hingegen aber viele Passagen, in denen Marx auf die Rolle des Telegraphen im Kapitalismus hinweist (z. B. MEW 4, 467, MEW 23, 405, 408, 469; MEW 24, 60, MEW 25, 81, 506, MEW 34, 372f., MEW 42, 94). McLuhans Urteil erscheint daher stärker ideologisch als analytisch motiviert zu sein.

Slavoj Žižek hat argumentiert, dass die Entwicklung einer »Theorie der Rolle des World Wide Web« auf Lenin zurückgehe (Žižek 2002, 128). Provokant formuliert kann man dagegen jedoch festhalten, dass nicht Lenin, sondern Karl Marx der konzeptionelle Erfinder des Internets war. Futuristisch und antizipatorisch beschrieb Marx im Jahr 1857 in den *Grundrissen* die Möglichkeit eines globalen Informationsnetzwerkes, »worin jeder einzelne sich Auskunft über die Tätigkeit aller andren verschafft« und »Verbindungen« hergestellt werden (MEW 42, 94).² Heute ist mit dem Internet ein derartiges globales Informations- und Kommunikationsnetzwerk geschaffen worden.

Diese Beispiele sind rein exemplarisch, sollen jedoch verdeutlichen, dass es analytisch lohnend ist, Marx zu benutzen, um die kommunikativen Verhältnisse des heutigen Kapitalismus zu analysieren und zu kritisieren. Marx'sche Theorie ermöglicht heute nicht nur eine Erklärung von aktuellen Phänomenen wie Globalisierung, Wissensabreit, Informationskapitalismus und Mediatisierung, sie ermöglicht auch eine Problemorientierung der Sozialwissenschaft, allgemeine Kritik des Kapitalismus in einem Zeitalter neoliberaler Prekarisierung sowie die Schaffung eines Gegenentwurfs zum kontemporären Kapitalismus. In Zeiten totaler Mobilmachung des Kapitals ist die radikale Formulierung und Konzeptualisierung des Ziels einer herrschaftsfreien Gesellschaft dringend notwendig, um die Möglichkeit der Rebellion als Gedanke und Praxis dem Kontinuum der herrschenden Repression zu entreißen.

2 »Da die Verselbständigung des Weltmarkts, if you please, (worin die Tätigkeit jedes einzelnen eingeschlossen) wächst mit der Entwicklung der Geldverhältnisse (Tauscherts) und vice versa, der allgemeine Zusammenhang und die allseitige Abhängigkeit in Produktion und Konsumtion zugleich mit der Unabhängigkeit und Gleichgültigkeit der Konsumierenden und Produzierenden zueinander; da dieser Widerspruch zu Krisen führt etc., so wird gleichzeitig mit der Entwicklung dieser Entfremdung, auf ihrem eignen Boden, versucht, sie aufzuheben; Preiscourantlisten, Wechselkurse, Verbindungen der Handelstreibenden untereinander durch Briefe, Telegraphen etc. (die Kommunikationsmittel wachsen natürlich gleichzeitig), worin jeder einzelne sich Auskunft über die Tätigkeit aller andren verschafft und seine eigne danach auszugleichen sucht. (D. h., obgleich die Nachfrage und Zufuhr aller von allen unabhängig vor sich geht, so sucht sich jeder über den Stand der allgemeinen Nachfrage und Zufuhr zu unterrichten; und dies Wissen wirkt dann wieder praktisch auf sie ein. Obgleich alles dies auf dem gegebenen Standpunkt die Fremdartigkeit nicht aufhebt, so führt es Verhältnisse und Verbindungen herbei, die die Möglichkeit, den alten Standpunkt aufzuheben, in sich einschließen.) (Die Möglichkeit allgemeiner Statistik etc.)« (MEW 42, 94)«.

2. Kritische Medientheorie heute

Der Salzburger Kommunikationswissenschaftler Manfred Knoche hat das Ziel einer an der Marx'schen Theorie orientierten Kritik der politischen Ökonomie der Medien und Kommunikation folgendermaßen umrissen:

»Zu den Grundfragen einer kommunikationswissenschaftlichen Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien gehört die Analyse des Verhältnisses von Medien und kapitalistischer Gesellschaft, also die Rolle der Medien für das gesamte materielle, wirtschaftliche, gesellschaftliche, soziale, politische und kulturelle menschliche Leben. Zentrale Untersuchungsgegenstände sind also einerseits die spezifischen Entwicklungen der Medienproduktion, -distribution und -konsumtion, andererseits deren Funktionsweise für die Entwicklung des gesamten kapitalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftssystems« (Knoche 2005, 105).

Die an Marx orientierte Analyse kann als »vergessene Theorie gesellschaftlicher Kommunikation« (Holzer 1994) angesehen werden.

Sieht man sich Definitionen kritischer Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie näher an (so z. B. Gandy 1982, 2; Hardt 1992, x, xi; Kellner 1995, 4; Kellner/Durham 2006, xiv; Knoche 2005, 105; Winter 2004, 118, 120), kann mit einer praxeonto-epistemologischen Perspektive auf Wissenschaft (vgl. Hofkirchner/Fuchs/Klauninger 2005, 78–81) kritische Kommunikations- und Medienforschung ontologisch als die Analyse von Medien, Kommunikation und Kultur im Kontext von Herrschaft, asymmetrischen Machtverhältnissen, Unterdrückung, Ausbeutung und Kontrolle definiert werden, wozu auf der epistemologischen Ebene alle notwendigen theoretischen und/oder empirischen Mittel eingesetzt werden, um auf der praxeologischen Ebene zur Etablierung einer partizipativen, kooperativen Gesellschaft beizutragen.

Alle Medien- und Kommunikationswissenschaftler behaupten von sich, kritisch zu sein. Das Wesen des Kritikbegriffs war bereits Debatte des Positivismusstreits in der deutschen Soziologie im Jahr 1961. Popper (1962) argumentierte darin bekannter Weise für ein epistemologisches Verständnis der Kritik, Adorno für ein Verständnis von Kritik als Kritik der Gesellschaft, das sieht, dass der Widerspruch nicht bloß einer zwischen Erkenntnissubjekt und -objekt ist, sondern einer, der »höchst real in der Sachen seinen Ort haben« kann und »keineswegs durch vermehrte Kenntnis und klarere Formulierung aus der Welt sich schaffen lassen« kann (Adorno 1962, 551). Das hier vertretene Kritikverständnis, das dem Begriff der kritischen Medien- und Kommunikationswissenschaft zu Grunde gelegt wird, ist eines der Kritik der Gesellschaft im Sinn Adornos (1962) und Horkheimers (1937/1995). Dies bedeutet auch,

dass es eine unkritische Medien- und Kommunikationswissenschaft gibt, die als dominant anzusehen ist.

Kritische Medien- und Kommunikationswissenschaft als Herrschaftskritik im Kontext von Medien, Kultur und Kommunikation korrespondiert ausgezeichnet mit dem Marxschen Verständnis der Kritik, das in der Einleitung zur Kritik der Hegelschen Rechtsphilosophie im Jahr 1844 grundgelegt wurde:

»Die Kritik der Religion endet mit der Lehre, daß der Mensch das höchste Wesen für den Menschen sei, also mit dem kategorischen Imperativ, alle Verhältnisse umzuwerfen, in denen der Mensch ein erniedrigtes, ein geknechtetes, ein verlassenes, ein verächtliches Wesen ist. Verhältnisse, die man nicht besser schildern kann als durch den Ausruf eines Franzosen bei einer projektierten Hundesteuer: Arme Hunde! Man will euch wie Menschen behandeln!! (MEW 1, 385).

Wenn wird Marxsche Kritik als Kritik aller Herrschaft verstehen, dann ist jede kritische Forschung und daher auch jede kritische Medien- und Kommunikationsforschung zumindest von Marx inspiriert. Daher sollte dieses Erbe nicht geleugnet werden, sondern ernst genommen und positiv anerkannt werden. Immer noch gilt Horst Holzers Einschätzung aus dem Jahr 1994, dass die Marxsche Kritik der politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation eine »vergessene Theorie gesellschaftlicher Kommunikation« (Holzer 1994) ist.

Erst langsam wird das Stillschweigen über Marx in der kritischen Kommunikationswissenschaft durchbrochen, so z. B. durch die Publikation des Handbuchs *Media Marx* (Schröter/Schwering/Stäheli 2007), das jedoch eine systematische Aufarbeitung der Bedeutung des Marxschen Werks für die Kommunikations- und Medienwissenschaft vermissen lässt. Ähnlich ist die Situation im englischsprachigen Raum, wo mit dem Sammelband *Marxism and Communication Studies* (Artz/Macek/Cloud 2006) und der Monographie *Marxism and Media Studies* (Wayne 2003) zwei Werke vorgelegt wurden, die die Diskussion beflügeln, aber ebenso eine Systematisierung des Forschungsgegenstandes vermissen lassen. Das zweibändige Sammelwerk *The Political Economy of the Media*, herausgegeben von Peter Golding und Graham Murdock (1997), präsentiert 61 Beiträge zur Kritik der Politischen Ökonomie der Medien. Der Sammelband *Communication and Class Struggle*, der von Armand Mattelart und Seth Siegelau (1979, 1983) in zwei Bänden herausgegeben wurde, umfasst 128 marxistische Texte über Kommunikation und Revolution. In beiden Werken sind nur kurze Auszüge aus Marx' Werken, in denen dieser über Kommunikation, Medien und Kultur schreibt, veröffentlicht. Yves de la Haye (1979) hat ein Buch herausgegeben, das Textauszüge von Marx und Engels zum Thema Kommunikationstechnologien zu-

sammenfasst. Es fehlt aber auch hier an einer systematischen Analyse, theoretischen Grundlegung und Typisierung.

3. Eine Typisierung kritischer Medientheorien

Zur Entwicklung einer Systematik kritischer Medientheorien eignet sich als ein Einteilungskriterium die Unterscheidung von drei dialektisch vermittelten Aspekten der Ökonomie nach Marx: Produktion, Zirkulation und Konsumtion. »In der Produktion eignen (bringen hervor, gestalten) die Gesellschaftsmitglieder die Naturprodukte menschlichen Bedürfnissen an.« (MEW 13, 620). Im Kapitalismus sind diese Produkte vom Tauschwert bestimmt, der über ihren Gebrauchswert dominiert, und sie zu Waren macht. Die Zirkulation beschreibt Marx als ein »vermittelndes Moment zwischen der Produktion [...] mit der Konsumtion« (MEW 13, 630). In der Zirkulation wird Geld gegen Ware getauscht, Unternehmer realisieren Profit durch den Verkauf von Waren, Konsumenten tauschen Geld gegen Waren. Die Ware fällt aus der Zirkulation heraus in die Sphäre der Konsumtion, »um hier als Lebensmittel oder als Produktionsmittel zu dienen« (MEW 23, 129). Ausgangspunkt ist für Marx die Produktion, sie ist »das übergreifende Moment« (MEW 13, 625), von »ihr beginnt der Prozess immer wieder von neuem« (MEW 13, 625, 630f.), die drei Momente sind jedoch miteinander vermittelt. Die Konsumtion schafft neue Bedürfnisse, die in Warenform produziert werden (MEW 13, 623), d. h. Konsumtion schafft Produktion. Die Produktion liefert »der Konsumtion das Material [...], also [...] produziert die Produktion die Konsumtion« (MEW 13, 623). Die Produktion ist eine Konsumtion von Produktionsmitteln, die Konsumtion, so Marx, eine Produktion des menschlichen Körpers. Die Produktion basiert auf der Zirkulation von Produktivkräften und Arbeitskräften, die vom Kapital konsumiert werden, die Produktion ist Zirkulation. Die Zirkulation wiederum produziert eine Verteilung von Waren und Geld in bestimmten Verhältnissen zwischen den Klassen. Im Bereich der Medien finden wir 1. Organisationen der journalistischen Produktion von Inhalten, die mit Hilfe von Medieninstrumenten produziert und gespeichert werden; 2. um im Anschluss mit Hilfe von Übertragungsmedien distribuiert zu werden; wodurch schließlich 3. Rezipienten die kulturellen Inhalte konsumieren. Die Produktion ist eine Konsumtion von journalistischer Arbeit und fixem Medienkapital, die Distribution eine Produktion der klassenstratifizierten Verteilung von Wohlstand und Information, die Konsumtion schließlich Reproduktion von Arbeitskraft und Produktion von Bedeutungen und Bedürfnissen.

Neben den ökonomischen Teilmomenten kann als weiteres Unterscheidungsmerkmal die gesellschaftspolitische Beurteilung von Medien herangezogen werden. Anhänger der Emanzipationsthese gehen primär davon aus, dass Medien als Mittel

der Infragestellung von Herrschaft und des Klassenkampfes dienen. Anhänger der Re-pressionsthese gehen primär davon aus, dass Medien zur Durchsetzung und Vertiefung von Herrschaft und Klasseninteressen dienen.

Tabelle 1: Typisierung von kritischen Medientheorien

	<i>Produktionssphäre</i>	<i>Zirkulationssphäre</i>	<i>Konsumtion</i>
Repressions- these	Warenthese: Medien als Waren zur Kapitalakkumulation		
Repressions- these	Manipulations- und Ideologiethese: Medien als Manipulationsmittel zur ideolo- gischen Durchsetzung von Klasseninteressen		
Emanzipa- tionsthese	Alternativmedienthese: Medien als Sphären der basisorientierten Produktion und Zirkulation alternativer Inhalte		Rezeptionsthese: Medienrezeption als widersprüch- licher Prozess mit oppositioneller Praxis
Integrative kritische Medientheorien			

Vertreter der *Warenthese* betonen die Rolle der Medien als Sphären der Kapitalakkumulation. Dazu zählen zum Beispiel die Ansätze von Dallas Smythe (1978/1997, 1981/2006) und Nicholas Garnham (1990, 2000). Klassische Vertreter der *Manipulations- und Ideologiethese* sind Max Horkheimer und Theodor W. Adorno (1944), die argumentieren, dass der Tauschwertcharakter der Kulturprodukte dazu führe, dass das Rezeptionsverhalten und die daraus resultierenden Ideen standardisiert und das Bewusstsein der Menschen für Herrschaftszwecke instrumentalisiert werde, wodurch potenzieller Widerstand gegen kapitalistische Herrschaft eingedämmt werde. Weitere Vertreter sind zum Beispiel Günter Anders (1956, 1980), Leo Löwenthal (1964), Heinz Steinert (2003), Herbert Schiller (1976, 1989, 1992a, b, 1997), Paul Taylor/Jan Harris (2008). Vertreter der Alternativmedienhypothese gehen davon aus, dass Medien ein brauchbares Kommunikationsmittel im Kampf gegen Herrschaft sind und befreiende Potenziale besitzen. Beispiele sind die Ansätze von Chris Atton (2002), John Downing (2001) und Armand Mattelart (1971/1979, 1979). In seinem Buch *Cyber-Marx* wendet Nick Dyer-Witheford (1999) die Theorie des autonomen Marxismus (Hardt, Negri, u. a.) auf den Cyberspace an, und argumentiert, dass dieser einerseits herrschaftsförmig sei, andererseits neue Potenziale des Protests und der kooperativen Produktion hervorbringe. Vorweggenommen wurden Theorien der Alternativmedien von Walter Benja-

min (1934/2002), Bert Brecht (1967), Hans Magnus Enzensberger (1970/1997) sowie Oskar Negt und Alexander Kluge (1972). Vertreter der *Rezeptionstheorie* gehen davon aus, dass das Rezeptionsverhalten von Medien mehrschichtig und widersprüchlich ist und Potenziale für oppositionelle Interpretationen beinhaltet. Diese These wird vor allem in den Cultural Studies vertreten (so z. B. Fiske 1987, 1989a, b, 1996). Das Hauptproblem von Fiskes Ansatz besteht meines Erachtens darin, dass er Widerstandspotenziale der Rezipienten überzeichnet und fetischisiert, das Auftreten von Widerstand wird als predetermined angenommen (vgl. Fiske 1989b: 168f.; 1996: 5, 8).

Bei reinen Repressionsthesen besteht die Gefahr, dass sie Möglichkeiten der Veränderung ausschließen und Menschen dazu verleiten, defätistisch zu agieren. Dies betont in seinen jüngsten Werken Robert Mc Chesney, der sich für eine Medienreformbewegung ausspricht (McChesney 2007, McChesney/Nicholis 2004). Reine Warenthesen übersehen die ideologischen Aspekte von Medien, die von Vertretern der Manipulationstheorie hervorgehoben werden. Reine Manipulationsthesen vernachlässigen Aspekte der Kapitalakkumulation durch Medien.

Reine Emanzipationsthesen sind häufig zu optimistisch und übersehen, dass Alternativmedien und alternative Rezeption häufig relativ wirkungslos und gesellschaftlich einflusslos und marginalisiert bleiben. Strukturelle Ungleichheiten im Zugang und der Nutzung von Medien durch die Eigentums- und Klassenstruktur werden zu wenig berücksichtigt. Theorien der Alternativmedien thematisieren kaum Möglichkeiten, bestehende Massenmedien alternativ zu nutzen oder zu rezipieren. Rezeptionstheorien beachten umgekehrt kaum die Möglichkeit der Schaffung kollektiver alternativer Projekte zur medialen Produktion und Distribution.

Die Mängel bestehender Ansätze können durch integrative mehrdimensionale Ansätze vermieden werden. In der kommunikationswissenschaftlichen Literatur finden sich auch einige Analysen, die in diese Richtung weisen.

4. Integrative kritische Medientheorien

Eine Integration von Waren- und Ideologietheorie wurde in der deutschen Kritik der politischen Ökonomie vorgenommen (z. B. Holzer 1973, 1994, Hund/Kirchhoff-Hund 1980, Knoche 1999, 2003). Auch die britische Kritische Politische Ökonomie der Medien von Murdock und Golding (1973/1997, 2005) kann als Integration von Manipulations-/Ideologietheorie und Warenthese angesehen werden. In den USA wurde ein integrativer Ansatz unter dem Titel einer Politischen Ökonomie der Kommunikation von Robert McChesney, Edward Herman und Noam Chomsky entwickelt (vgl. Chomsky 2006, Herman/Chomsky 1988, Herman/McChesney 1997, McChesney 2000, 2004, 2007, McChesney/Nicholis 2004). In diesem Ansatz deutlicher als im

britischen oder im deutschsprachigen Pendant eine Einheit von Waren-, Ideologie- und Alternativmedienthese zu beobachten. Die Rolle der Alternativmedien wird dabei vor allem durch McChesney in jüngerer Zeit stark hervorgehoben. In den Cultural Studies wurden Bemühungen hinsichtlich einer Miteinbeziehung von Aspekten der Medienproduktion vor allem von Stuart Hall (1999, 1980/2006; Du Gay/Hall/Janes/Mackay/Negus 1997) und Richard Johnson (1999) geleistet. Ähnlich wie Hall argumentiert Douglas Kellner (1995, 1997, 1999, 2005) für eine Einheit von Manipulations- und Rezeptionsthese. Er plädiert für eine Kombination von Cultural Studies auf der einen Seite mit Ansätzen einer Politischen Ökonomie der Medien und der Frankfurter Schule auf der anderen Seite. Jürgen Habermas' (1962, 1981) Theorie der Öffentlichkeit und des kommunikativen Handelns kann als dualistischer Integrationsversuch der Waren-, der Manipulations- und der Alternativmedien-Hypothesen angesehen werden. Vilém Flussers (1996a, b) Unterscheidung von dialogischer und diskursiver Kommunikation kann als eine Integration der Manipulations- und der Ideologiethese verstanden werden.

Für Herbert Marcuse sind Medien einerseits Vermittler von Ideologien, die durch Vereinfachung und Auslassung eindimensionale, undialektische Darstellung der Realität produzieren, die Widersprüche ausklammern und bestrebt sind, falsches Bewusstsein der Rezipienten zu erzeugen (vgl. ausführlich zur Diskussion von Marcuses Theorie Fuchs 2005a, b). Die kapitalistischen Massenmedien seien Ausdruck einer technologischen Rationalität, die bestrebt sei, das menschliche Denken zu verkürzen und zu verzwecken. In diesem Sinn seien die kapitalistischen Massenmedien »Agenten der Manipulation und Schulung«, die dem Interesse der »Verteidigung der bestehenden Wirklichkeit« (Marcuse 1967, 28, 88) dienen.

»Die Mittel des Massentransports und der Massenkommunikation, die Gebrauchsgüter Wohnung, Nahrung Kleidung, die unwiderstehliche Leistung der Unterhaltungs- und Nachrichtenindustrie gehen mit verordneten Einstellungen und Gewohnheiten, mit geistigen und gefühlsmäßigen Reaktionen einher, die die Konsumenten mehr oder weniger angenehm a die Produzenten binden und vermittels dieser an das Ganze« (Marcuse 1967, 31f.).

Eindimensionales Denken bedeutet dabei einen Mangel an Negativität, Potenziale, die die bestehende Gesellschaft transzendieren, sollen nicht mehr gedacht werden können, um nicht realisiert werden zu können. »Ideen, Bestrebungen und Ziele, die ihrem Inhalt nach das bestehende Universum von Sprache und Handeln transzendieren, [werden] entweder abgewehrt oder zu Begriffen dieses Universum herabgesetzt« (Marcuse 1967, 32). In Widerspruch zum ideologischen Charakter der Medien sieht Marcuse die Möglichkeit, dass Protestbewegungen sich die Medien als Kampfmit-

tel aneignen. Notwendig seien Gegeninformation, Gegeninstitutionen und Gegen-
aufklärung – eine »Intelligenz im Widerspruch« (Marcuse 1975, 156). Der geistige
Raum für Verneinung und Reflexion müsse wiederhergestellt werden. Ein Problem
der Linken sei, dass sie auf Grund mangelnder finanzieller Mittel keinen Zugang
zu den Massenmedien und zu öffentlichen Einrichtungen habe. Eine sinnvolle Strategie
sei es, »gegen die etablierten Institutionen zu arbeiten, während man in ihnen arbei-
tet« (Marcuse 1972, 60). Wichtig sei »die Entwicklung radikaler, ›freier‹ Medien« und
die »Schaffung unabhängiger Schulen und ›freier Universitäten‹« (Marcuse 1972, 60).
Marcuses Ausführungen können als eine Einheit von Manipulations- und Alternativ-
medienthese interpretiert werden.

Für Marcuse ist die zeitgenössische Kultur auf der einen Seite in ihrer eindimen-
sionalen Form ein Ausdruck repressiver Entsublimierung, indem »diese Gesellschaft
die festgehaltenen Bilder der Transzendenz dadurch entkräftet, dass sie sie ihrer allge-
genwärtigen täglichen Realität einverleibt« (Marcuse 1967, 90), während sie auf der
anderen Seite in der Form von Gegenkultur eine neue Sensibilität hervorbringt, deren
ästhetische Dimension »als eine Art Eichmaß für eine freie Gesellschaft dienen«
kann und Möglichkeiten der Phantasie eröffnet in Bezug auf eine »Welt menschlicher
Verhältnisse, die nicht mehr durch den Markt vermittelt sind, nicht mehr auf wett-
bewerblicher Ausbeutung oder Terror beruhen« und eine »Revolution der Wahrneh-
mungsweise« darstellt, die es erlaubt, »neue Dinge in einer neuen Weise« zu »sehen,
hören und fühlen« (Marcuse 1969, 264, 272). Für Marcuse ist die ästhetische Form
authentischer Kunst autonom und revolutionär, da

»es die herrschenden Formen der Wahrnehmung und des Verstehens untergräbt, eine
Anklage der bestehenden Realität darstellt und das Bild der Befreiung aufscheinen
lässt. [...] Die Wahrheit der Kunst liegt in der Durchbrechung des Realitätsmonopols,
wie es in der bestehenden Gesellschaft ausgeübt wird. [...] Kunst kann die Welt nicht
verändern, aber sie kann dazu beitragen, das Bewusstsein und die Triebe der Menschen
zu verändern, die die Welt verändern können« (Marcuse 1977, 196, 203, 217).

Marcuse betont also, dass Kultur zugleich affirmative und transzendente Potenziale
hat.

Die Darstellung integrativer Ansätze hat gezeigt, dass es Integrationsversuche zwi-
schen Waren- und Ideologiethese, Waren-, Ideologie- und Alternativmedienthese, Ideo-
logie- und Rezeptionstheorie, Ideologie- und Alternativmedienthese gibt. Jedoch lässt
jeder dieser Versuche auch Aspekte des emanzipatorischen oder repressiven Mediencha-
racters unberücksichtigt. Eine integrative Theorie der Medien kann sich dialektischer
Argumentationslogik bedienen, um für eine dialektische Einheit von repressivem und
emanzipatorischem Charakter der Medien sowie eine dialektische Einheit von Pro-

duktions-, Zirkulations- und Rezeptionsaspekten zu argumentieren. Die zu Grunde liegende Argumentationsfigur ist, dass Medien die Widersprüche des Kapitalismus reflektieren und daher selbst einen widersprüchlichen Charakter haben. Sie sind in einer gegebenen gesellschaftlichen Situation nicht gleichermaßen emanzipatorisch und repressiv, beide Aspekte sind als Ausgang von politischen Kämpfen ungleich verteilt, in der Regel überwiegen dabei heute stark die Ideologie- und Warenform der Medien. Dies hat damit zu tun, dass herrschende Gruppen über wesentlich mehr Ressourcen, Macht, Geld und Mobilisierungspotenziale verfügen. Das heißt, die Wahrscheinlichkeit, dass Medien repressiv genutzt werden, ist heute größer als dass sie emanzipatorisch genutzt werden, da die bestehende Kapital- und Machtverteilung die Kommerzialisierung und Ideologisierung fördert. Neben der Frage nach der Realität der Massenmedien besteht aber auch jene nach den Möglichkeiten der Massenmedien, die nicht in einer Wahrscheinlichkeitsverteilung ausgedrückt werden kann. Möglichkeiten sind grundsätzliche Potenziale, die Strukturen immanent sind und sich nur durch aktives Handeln der Menschen in Klassenkämpfen realisieren. Es bestehen grundsätzliche Möglichkeiten, Medien alternativ, d. h. partizipativ und inhaltlich-kritisch, zu organisieren und ihre Inhalte kritisch zu rezipieren. Diese werden heute nicht oder zum Teil nur kaum genutzt, es besteht aber grundsätzlich die Möglichkeit, strukturelle Bedingungen politisch so zu setzen, dass Alternativmedien und kritische Produktion und Rezeption von Inhalten stärker gefördert wird. Dies widerspricht Kapitalinteressen, denn kritische Medien stellen den kapitalistischen Gesamtzusammenhang in Frage, daher ist alternative Medienpolitik nur denkbar als Politik des Klassenkampfes, die zunächst für Umverteilung und tendenzielle Enteignung des Kapitals (z. B. in der Form verstärkter Kapitalbesteuerung) eintritt, um die so freiwerdenden Mittel und in die Schaffung und Unterstützung alternativer Projekte und Räume zu kanalisieren.

Herbert Marcuse sprach davon, dass sich der Widerspruch zwischen Möglichkeit und Wirklichkeit im fortgeschrittenen Kapitalismus immer weiter verschärfe. Dies kann so verstanden werden, dass Medien im heutigen Kapitalismus große Potenziale zur Sozialisierung der geistigen Produktionsmittel bereitstellen, vor allem auf Basis der digitalen global vernetzten Computertechnologie, dass diese Potenziale aber nur an sich existieren und zum Teil wirksam werden, da sie unter die herrschenden Interessen und Strukturen subsumiert sind (vgl. Fuchs 2008).

Die Entstehung neuer Medientechnologien und -produkte ist das Resultat von Kapitalverwertungsinteressen und politischen Interessen. Eine neue Medientechnik wie das Internet ist daher im Kapitalismus immer Sphäre der Kapitalakkumulation, -zirkulation und -konsumtion sowie der Ideologieproduktion, -zirkulation und -konsumtion. Gleichzeitig entstehen durch neue Medientechniken aber auch Möglichkeiten zur Entwicklung alternativer Medienorganisationsformen und Medieninhalte, die von veränderten Produktions-, Zirkulations- und Konsumtionsbedingungen geprägt

sind. Ein und dieselbe Medientechnik (wie das Internet, Fernsehen, Zeitung, Radio, Film, Video, usw.) kann durch unterschiedliche Interessen und Verwendungsformen geprägt sein, die in Widerspruch zueinander geraten. So war zum Beispiel das Internet im Irakkrieg 2003 einerseits eine Sphäre, in der etablierte Massenmedien global Kriegspropaganda betrieben und Kriegsbilder in Kapital verwandelten, andererseits entstand auch mit Hilfe des Internets das Phänomen, dass Kriegsgegner in und außerhalb des Iraks ihre Erfahrungen und Positionen in der Form von so genannten WarBlogs publizierten und sich miteinander vernetzten. Natürlich sind derartige Phänomene niemals von gleicher Relevanz, neue Medienstrukturen sind im Kapitalismus immer herrschaftsförmig geprägt, ob und in welchem Ausmaß sich daraus auch alternative Strukturen bilden können ist ungewiss und abhängig vom Ausgang politischer Kämpfe. Die Waren- und Ideologiefunktion der Medien ist dominant und omnipräsent, die Alternativemedien- und alternative Rezeptionsfunktion zunächst immer nur ein nicht realisiertes Potenzial. Nur wenn es gelingt, durch gesellschaftspolitische Forderungen und Kämpfe Handlungsspielräume für gesellschaftskritisches Handeln und Denken zu ermöglichen, kann die Wahrscheinlichkeit erhöht werden, dass diese Potenziale realisiert werden können. Häufig bleiben auf Grund der Dominanz unkritischen Denkens und von Herrschaftsinteressen Alternativen marginal, prekär und unrealisiert. Um deren Realisierungschancen zu verbessern, sollte Medienpolitik daher als Gesellschaftspolitik und vor allem als Politik der Kritik und Veränderung des Kapitalismus begriffen werden. Der Kampf gegen die Dominanz von Kapitalinteressen ist zugleich auch Kampf für Freiräume im Denken und Handeln, die es Menschen ermöglichen, sich kritisch auseinanderzusetzen und potenziell gegen das Bestehende zu engagieren. Als zentrales politisches Problem ist dabei heute zu erachten, dass öffentliche Strukturen tendenziell zerstört werden, indem der Staat Unternehmen Steuererleichterungen gewährt und durch die Deregulierung von Arbeitsverhältnissen Umverteilungspolitik zu Gunsten des Kapitals betreibt. Dies führt auch im Bereich der Massenmedien zu einer verstärkten Zentralisation von Reichtum, Unternehmensprofite steigen relativ rasch an, indem Löhne relativ sinken. Diese Zentralisation von Eigentum und Wohlstand führt dazu, dass die öffentliche Meinung national und international durch wenige Akteure geprägt wird, die großen Einfluss auf öffentliche Belange wie Medien, Bildung, Politik, Erziehung, Kultur und Sozialwesen ausüben. Um dieser Zentralisation entgegenzuwirken, wäre Kapitalenteignung die beste Lösung, da diese aber kurzfristig auf Grund der bestehenden Machtverhältnisse nicht so einfach umsetzbar ist, ist die Forderung nach tendenzieller Kapitalenteignung durch starke Kapitalbesteuerung sinnvoll. Die dadurch erlangten materiellen Mittel könnten potenziell dazu eingesetzt werden, um öffentliche Belange wie Bildung, Gesundheit, Pflege, Information und Kommunikation vom Kapitalzugriff zu entkoppeln. Für den Bereich der Medien bedeutet dies, dass durch Kapitalbesteuerung nichtkommerzielle, nicht profitorientierte, frei zugängliche

Medienprojekte gefördert werden könnten. Gelingt es außerdem, die menschliche Arbeitskraft tendenziell vom Zugriff des Kapitals zu befreien und den Menschen zum Beispiel durch die Einführung eines bedingungslosen, existenzsichernden und durch Kapitalbesteuerung finanzierten Grundeinkommens materielle und zeitliche Ressourcen zur Verfügung zu stellen, so wäre eine weitere Basis für kritisches Engagement in Medienprojekten gelegt. Eine zusätzliche notwendige Voraussetzung ist die Förderung von kritischer Bildung, die sich den Kapitalinteressen entzieht und jungen Menschen auf Basis einer kritischen Pädagogik Möglichkeiten bietet, Herrschaft zu hinterfragen. Dies mag in einer neoliberal deregulierten Welt im Moment unwahrscheinlich erscheinen, Kämpfe für Veränderung sind aber nicht hoffnungslos, sondern die einzige Aussicht darauf, das Bestehende abzuschaffen.

»If [...] [capitalism] is to change, and in a positive way, it is important that people who are dissatisfied with the status quo should not be overcome and rendered truly powerless by a sense of hopelessness and cynicism. As Noam Chomsky said, 'if you act like there is no possibility for change, you guarantee that there will be no change.'« (Herman/McChesney 1997, 205).

Literatur

- Adorno, Theodor W. (1962). Zur Logik der Sozialwissenschaften, in: Soziologische Schriften I, Frankfurt am Main, 574–565.
- Anders, Günther (1956/1980). Der antiquierte Mensch. Vol. 1+2, München.
- Artz, Lee/Steve Macek/Dana L. Cloud (Hg.) (2006). Marxism and Communication Studies: The Point is to Change It, New York.
- Atton, Chris (2002). Alternative Media, London.
- Baudrillard, Jean (1981). For a Critique of the Political Economy of the Sign, St. Louis.
- Benjamin, Walter (1934/2002). Der Autor als Produzent, in: Medienästhetische Schriften, Frankfurt am Main, 231–247.
- Brecht, Bertolt (1967). Der Rundfunk als Kommunikationsapparat, in: Gesammelte Werke, Bd. 18. Schriften zur Literatur und Kunst, Bd. 1, Frankfurt/Main.
- Chomsky, Noam (2006). Media Control: Wie die Medien uns manipulieren, München.
- De la Haye, Yves (Hg.) (1979). Marx & Engels on the Means of Communication, New York.
- Downing, John H. (2001). Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements, London.
- Du Gay, Paul/Stuart Hall/Linda Janes/Hugh Mackay/Keith Negus (1997). Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman, London.
- Dyer-Witheford, Nick (1999). Cyber-Marx. Cycles and Circuits of Struggle in High-Technology Capitalism, Urbana, IL.

- Enzensberger, Hans Magnus (1970/1997). Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit, München, 97–132.
- Fiske, John (1987). *Television Culture*, London.
- Fiske, John (1989a). *Reading the Popular*, New York.
- Fiske, John (1989b). *Understanding the Popular*, New York.
- Fiske, John (1996). *Media Matters. Everyday Culture and Political Change*, Minneapolis.
- Flusser, Vilém (1996a). Ins Universum der technischen Bilder, Göttingen.
- Flusser, Vilém (1996b). *Kommunikologie*. Frankfurt am Main, Fischer.
- Fuchs, Christian (2005a). *Emanzipation! Technik und Politik bei Herbert Marcuse*, Aachen.
- Fuchs, Christian (2005b). Herbert Marcuse interkulturell gelesen. *Interkulturelle Bibliothek Band 15*, Nordhausen.
- Fuchs, Christian (2008). *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*, New York.
- Gandy, Oscar H. (1982). *Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy*, Norwood, NJ.
- Garnham, Nicholas (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*, London.
- Garnham, Nicholas (2000). Emancipation, the Media, and Modernity, Oxford, in: **Golding, Peter/Graham Murdock** (Hg.) (1997). *The Political Economy of the Media*, 2 Vol., Cheltenham.
- Habermas, Jürgen (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Frankfurt am Main.
- Habermas, Jürgen (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns*, 2 Bände, Frankfurt am Main.
- Hall, Stuart (1980/2006). *Encoding/Decoding*, in: **Durham, Meenakshi Gigi /Douglas M, Kellner** (Hg.) (2006). *Media and Cultural Studies. KeyWorks*, Malden.
- Hall, Stuart (1999). Cultural Studies. Zwei Paradigmen, in: **Bromley, Roger/Udo Göttlich/Carsten Winter** (Hg.) (1999). *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*, Lüneburg, 113–138.
- Hardt, Hanno (1992). *Critical Communication Studies*, New York.
- Herman, Edward S./Noam Chomsky (1988). *Manufacturing Consent*, London.
- Herman, Edward S./Robert McChesney (1997). *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*, London.
- Hofkirchner, Wolfgang/Christian Fuchs/Bert Klauninger (2005) Informational Universe. A Praxeo-Onto-Epistemological Approach, in: Martikainen, Eeva (Hg.) (2005). *Human Approaches to the Universe*, Helsinki, 75–94.
- Holzer, Horst (1973). *Kommunikationssoziologie*, Hamburg.
- Holzer, Horst (1994). *Medienkommunikation. Einführung in handlungs- und gesellschaftstheoretische Konzeptionen*, Opladen.
- Horkheimer, Max (1937/1995). Traditionelle und kritische Theorie, in: *Traditionelle und kritische Theorie*, Frankfurt am Main, 205–269.
- Horkheimer, Max (1947/1997). *Zur Kritik der instrumentellen Vernunft*, Frankfurt am Main.
- Horkheimer, Max/Theodor W. Adorno (1944). *Dialektik der Aufklärung*, Frankfurt am Main.

- Hund, Wulf D./Bärbel Kirchhoff-Hund (1980) *Soziologie der Kommunikation*, Reinbek.
- Johnson, Richard (1999). Was sind eigentlich Cultural Studies? in: Bromley, Roger/Udo Göttlich/Carsten Winter (Hg.). *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*, Lüneburg, 139–188.
- Kellner, Douglas (1995). *Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*, New York.
- Kellner, Douglas (1997). Overcoming the Divide: Cultural Studies and Political Economy, in: Ferguson, Marjorie/Peter Golding (Hg.) (1997). *Cultural Studies in Question*, London, 102–120.
- Kellner, Douglas (1999). Medien- und Kommunikationsforschung vs. Cultural Studies. Wider ihre Trennung, in: Bromley, Roger/Udo Göttlich/Carsten Winter (Hg.) (1999). *Cultural Studies*, Lüneburg, 341–363.
- Kellner, Douglas (2005). Für eine kritische multikulturelle und multiperspektivische Dimension in den Cultural Studies, in: Winter, Rainer (Hg.) (2005). *Medienkultur, Kritik, Demokratie. Douglas Kellner Reader*, Köln, 12–58.
- Kellner, Douglas M./Meenakshi Gigi Durham (2006). *Adventures in Media and Cultural Studies: Introducing the KeyWorks*. in: Durham, Meenakshi Gigi/Douglas M. Kellner (Hg.) (2006). *Media and Cultural Studies. KeyWorks*, Malden, MA, ix-xxxviii.
- Knoche, Manfred (1999). Kapitalisierung der Medienindustrie aus politökonomischer Perspektive. in: Renger, Rudi/Gabriele, Siebert (Hg.) (1999). *Kommunikationswelten*. Innsbruck, 177–194.
- Knoche, Manfred (2003). Freie Radios – frei von Staat, Markt und Kapital(ismus)? in: *Medien Journal* 27 (4), 4–19.
- Knoche, Manfred (2005). Kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien. in: Ahrweiler, Petra/Barbara Thomaß (Hg.) (2005). *Internationale partizipatorische Kommunikationspolitik*, Münster, 101–109.
- Löwenthal, Leo (1964). *Literatur und Gesellschaft. Das Buch in der Massenkultur*, Neuwied.
- Marcuse, Herbert (1967). Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft, in: *Schriften Band 7*, Frankfurt am Main.
- Marcuse, Herbert (1969). Versuch über die Befreiung, in: *Schriften Band 8*. Frankfurt am Main, 237–319.
- Marcuse, Herbert (1972). Konterrevolution und Revolte, in: *Schriften Band 9*, Frankfurt am Main.
- Marcuse, Herbert (1975). Theorie und Praxis, in: *Schriften Band 9*, Frankfurt am Main, 143–158.
- Marcuse, Herbert (1977). Die Permanenz der Kunst, in: *Schriften Band 9*, Frankfurt am Main, 191–241.
- Marx, Karl/Friedrich Engels (MEW) Werke. Berlin.
- Mattelart, Armand (1971/1979). Communication Ideology and Class Practice, in: Mattelart, Armand/Seth Siegelauß (Hg.) (1979). *Communication and Class Struggle, Volume 1: Capitalism, Imperialism*, New York, 115–123.
- Mattelart, Armand (1979). Introduction: For A Class Analysis of Communication. In: Mattelart, Armand/Seth Siegelauß (Hg.) (1979). *Communication and Class Struggle, Vol. 1: Capitalism, Imperialism*, New York, 23–70.

- Mattelart, Armand/ Seth Siegelau (Hg.) (1979). *Communication and Class Struggle*, Vol. 1: Capitalism, Imperialism, New York.
- Mattelart, Armand/Seth Siegelau (Hg.) (1983). *Communication and Class Struggle*, Vol. 2: Liberation, Socialism, New York.
- McChesney, Robert W. (1993). *Critical Communication Research at the Crossroads*, in: *Journal of Communication* 43 (4): 98–104.
- McChesney, Robert W. (2000). *The Political Economy of Communication and the Future of the Field*, in: *Media, Culture & Society* 22 (1): 109–116.
- McChesney, Robert W. (2004). *The Problem of the Media*, New York.
- McChesney, Robert W. (2007). *Communication Revolution. Critical Junctures and the Future of Media*, New York.
- McChesney, Robert W./John Nicholis (2004). *Unsere Medien? Demokratie und Medienkonzerne in den USA*, Berlin.
- McLuhan, Marshall (1964/2001). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York.
- Negt, Oskar/Alexander Kluge (1972). *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main.
- Popper, Karl R. (1962). *Zur Logik der Sozialwissenschaften*, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 14 (2): 233–248.
- Schiller, Herbert (1976). *Communication and Cultural Domination*, White Plains, NY.
- Schiller, Herbert (1989). *Culture, Inc.* Oxford.
- Schiller, Herbert (1992a). *Mass Communication and American Empire*, Boulder, CA.
- Schiller, Herbert (1992b). *The Context of Our Work*, in: *Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication. Huitième Congrès National*, Lille, 21st May 1992, 1–6.
- Schiller, Herbert (1997). *Manipulation and the Packaged Consciousness*, in: Golding, Peter/Graham Murdock (Hg.) (1997). *The Political Economy of the Media*, Vol. I. Cheltenham, 423–437.
- Schröter, Jens/Gregor Schwering/Urs Stäheli (Hg.) (2006). *Media Marx: Ein Handbuch*, Bielefeld.
- Smythe, Dallas W. (1978/1997). *Communications: Blindspot of Western Marxism*, in: Golding, Peter/Graham Murdock (Hrsg.) (1997). *The Political Economy of the Media*, Vol. 1, Cheltenham, 438–464.
- Smythe, Dallas W. (1981/2006). *On the Audience Commodity and its Work*, in: Meenakshi, Gigi Durham/Douglas Kellner (Hg.) (1981). *Media and Cultural Studies KeyWorks*. Malden, MA, 230–256.
- Steinert, Heinz (2003). *Culture Industry*, Cambridge.
- Taylor. Paul/Jan Ll. Harris (2008) *Critical Theories of Mass Media. Then and Now*, Maidenhead.
- Wayne, Mike (2003). *Marxism and Media Studies*, London.
- Winter, Rainer (2004). *Cultural Studies*, In: Flick, Uwe/Ernst von Kardoff/Ines, Steinke (Hg.). *A Companion to Qualitative Research*, London, 118–122.
- Žižek, Slavoj (2002). *Die Revolution steht bevor. Dreizehn Versuche über Lenin*, Frankfurt am Main.