(vgl. Diskussion um „Migrantenmob“ in der *WAZ*, S. 279f.).

Haarhoff attestiert im Fazit ihrer Analyse „Journalisten in Deutschland [...,] Angehörige einer Profession [zu sein], die ihr Berufsethos achten und nach ihren etablierten und akzeptierten professionseigenen Regeln handeln, diese nachvollziehbar begründen können und uneingeschränkt verteidigen“ (S. 379). Schöner kann ein Urteil kaum ausfallen. Bedrohungen sieht sie in knappen Ressourcen, ökonomischem Druck sowie dem Deutschen Presserat, der mit seiner „konsequentialistischen Logik“ dem lupenreinen de-ontologischen Verständnis der Journalist*innen das Leben schwer mache.

Es liegt im Wesen von Selbstaussagen als empirischem Untersuchungsmaterial, dass sie subjektive Deutungen der Akteur*innen inklusive der retrospektiv wertenden Rahmung darstellen. Journalist*innen sprechen also über ihr eigenes Handeln im Lichte der Debatten, die es im Anschluss zu ihrer Arbeit gegeben hat. Die dabei zwangsläufig vorhandenen blinden Flecken kritisch zu reflektieren, sollte Bestandteil der Forschung sein. Haarhoffs Analysen jedoch attestieren den analysierten Medien uneingeschränkt, jederzeit richtig gehandelt und den Maximen journalistischer Berichterstattung gefolgt zu sein.

Mich lässt diese akribische Analyse gleichwohl ratlos zurück. Im Zusammenhang mit der „Kölner Silvesternacht“ haben sich in Deutschland politische Debatten nachhaltig verschoben – einerseits wurden massive Einschränkungen des Asylrechts durchgesetzt, andererseits wird Journalismus in seiner Glaubwürdigkeit gezielt in Frage gestellt. Als Folge der öffentlichen Auseinandersetzungen änderte der Presserat die entsprechende Richtlinie und weichte mit dem Verweis auf ein „begründetes öffentliches Interesse“ die ethischen Einschränkungen zur Nennung der Herkunft mutmaßlicher Täter weiter auf. Hestermann (2019) weist nach, dass dadurch ein massiver Anstieg von Herkunftsnennungen erfolgt ist. Solche Kontexte werden von Haarhoff nicht aufgegriffen. Sie bescheinigt dem Journalismus stattdessen, seine Aufgaben einwandfrei wahrgenommen zu haben.

Letzte Anmerkung: Vielleicht gehört der Hinweis, aus Gründen der Lesefreundlichkeit werde allein das generische Maskulinum gewählt und „weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint“ (S. 23) angesichts der Lässigkeit, mit der heute selbst in Hauptnachrichtensendungen kreativ geschlechterinklusive Sprachformen gewählt werden, schon sehr bald der Vergangenheit an. Aber dazu mag es unterschiedliche Bewertungen geben. In einer Studie allerdings, in deren Zentrum die öffentliche Kommunikation sexualisierter Gewalt steht, erscheint es unverzichtbar, sprachlich nach einer Form zu suchen, die reflexiv diese geschlechtsgebundenen Formen von Macht und Ungleichheit sichtbar macht.

Margreth Lünenborg

Prof. Dr. Margreth Lünenborg, FU Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Garystr. 55, 14195 Berlin, Deutschland, margreth.luenenborg@fu-berlin.de

Literatur

Drüeke, R. (2016). Die TV-Berichterstattung in ARD und ZDF über die Silvesternacht 2015/16 in Köln. Funda-Werner-Institut für Feminismus und Geschlechterdemokratie der Heinrich-Böll-Stiftung.

Hark, S. & Villa, P.-I. (2017). Unterscheiden und herrschen: ein Essay zu den ambivalenten Verflechtungen von Rassismus, Sexismus und Feminismus in der Gegenwart. Transcript.

Hestermann, T. (2019). Wie häufig nennen die Medien die Herkunft von Tatverdächtigen? Eine Expertise für den Mediendienst Integration [Expertise]. Mediendienst Integration. https://mediendienst-integration.de/artikel/wie-oft-nennen-medien-die-herkunft-von-tatverdaechtigen.html [5.1.2021].

Pöttker, H. (2013). Schluss mit der Selbstzensur. Der Pressekodex muss geändert werden: Journalisten sollten die Herkunft von Straftätern nennen dürfen. In: Die Zeit 41/2013. https://www.zeit.de/2013/41/pressekodex-straftaeter-herkunft#comments [5.1.2021].

Uwe Krüger / Sebastian Sevignani (Hrsg.)
Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit

Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft

Frankfurt/Main: Westend, 2020. – 394 S.

ISBN 978-3-86489-315-5

Die Rezension eines Sammelbandes, der 17 anspruchsvolle Beiträge enthält, ist nicht unproblematisch, wenn man alle berücksichtigen will, ohne zu sehr ins Detail zu gehen. Im vorliegenden Fall handelt es sich um ein breites Spektrum von Vorstellungen darüber, was „kritische Wissenschaft“ sein sollte und leisten kann, und das durchweg hohe Niveau der Texte erfordert erhebliche Anstrengungen, sie angemessen zu verstehen. Einleitend schreiben die Herausgeber, dass es sich um Vorträge handelt, die 2018 auf der 2. Jahrestagung des noch jungen „Netzwerks Kritische Kommunikationswissen-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-1-166 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

schaft“ gehalten wurden und mit deren Publikation sich dieses im akademischen Diskurs positionieren möchte. Dazu wird eine Kollektion verschiedener Ansätze mit recht heterogener Begrifflichkeit vorgestellt – eine Bestandsaufnahme, die die Befürchtung der Herausgeber widerlegt, dass sich heute nur noch wenige Fachvertreter*innen mit Themen wie Herrschaft, Ideologie, Propaganda oder Manipulation befassen, zumal die meisten Autor*innen jüngeren Generationen angehören.

Diese Sammlung unterschiedlicher Perspektiven könnte nicht nur helfen, interne Differenzen von Theorien und Begriffen zu überwinden, sondern auch, die Anschlussfähigkeit kritischer Ansätze zu anderen Paradigmen zu verbessern. Allerdings gibt es zwischen den Texten relativ wenig Querverbindungen, und lediglich E. S. Herman & N. Chomsky (2002 [1988]) scheinen Konjunktur zu haben. Außerdem verwundert, dass die Kritische Diskursanalyse von S. Jäger (2015) & J. Link (1982) in keinem Beitrag dieses Bandes erwähnt wird oder gar methodisch eine Rolle spielt.

Bemerkenswert ist wiederum, dass es den Herausgebern gelungen ist, die heterogenen Texte schlüssig zu ordnen: Im ersten Teil geht es ganz allgemein um Kommunikation und Medien aus ideologietheoretischer Sicht (Sevignani, Scholl, Biskamp, Peuker), im zweiten um Ideologien der Medienindustrie (Tröger, Pötzsch, Knoche, Jürss/Borchers, Krüger/Pfeiffer), im dritten um Ideologien und Propaganda im Journalismus (Zollmann, Mauch, Haller) und im vierten um Probleme ideologiekritischer Wissenschaft (Thiele, Schenkel, Körner). Zu den Beiträgen im Einzelnen:

Sebastian Sevignani (S. 21–56) definiert Öffentlichkeit i. A. a. Negt & Kluge (1972) als „Organisierung von Erfahrung“ und unterscheidet zwischen ideologischer (= hegemonialer, vertikaler) und anti-ideologischer (= emanzipatorischer, horizontaler) Öffentlichkeit mit dem Ziel einer „horizontalen Selbstvergesellschaftung“. Sein Konzept ist in sich durchaus plausibel, doch hat es sich schon vor 50 Jahren als nicht sonderlich konsens- und anschlussfähig erwiesen, wohl, weil es von zweifelhaftem praktischen Nutzen ist (wie z. B. organisiert man „Selbstvergesellschaftung“?).

Armin Scholl (S. 57–75) schlägt stattdessen eine Brücke zwischen Ideologiekritik und Konstruktivismus. Damit umgeht er das objektivistische Wahrheitsproblem von Ideologien, also die Frage nach richtigem oder falschem Bewusstsein mit all ihren erkenntnistheoretischen Fallstricken, ohne aber die Möglichkeit aufzugeben, zwischen Fakten und Fakes zu unterscheiden. Das gelingt ihm, indem er Wahrheitsansprüche an Erfahrungen von Kontingenz festmacht, am Diskurs unterschiedlicher Standpunkte und an Begründungen ihrer Berechtigung. Während Ideologien Kontingenz ausblenden und sich als alternativlos gerieren, zählt hier das bessere Argument. So kann ein Diskurs über Geltungsansprüche zu vorläufiger Konsensbildung führen, bleibt aber stets offen für Kontrolle, Kritik und Revision. Dagegen schotten sich Ideologen ab und kommunizieren propagandistisch, indem sie z. B. Machtinteressen durch universelle Geltungsansprüche verdecken.

Floris Biskamp (S. 76–95) hält Ideologiekritik zwar für heikel, weil sie bestimmte Positionen und Weltbilder delegitimiert, aber für notwendig um zu zeigen, dass und wie Ideologien hinter dem Rücken der Subjekte zu einer Aussetzung oder systematischen Verzerrung von Vernunftprüfungen führen können und sich so gegen Kritik immunisieren. Statt wie Adorno einen allgemeinen „Verblendungszusammenhang“ zu unterstellen, empfiehlt er daher die Verwendung von Habermas‘ Rationalitätskriterien, deren Vorzüge er am aktuellen Beispiel der Islamdebatte empirisch belegt und Strategien der Marginalisierung, Diskriminierung und Instrumentalisierung nachweist.

Birgit Peuker (S. 96–112) definiert Ideologie etwas vage als spezifische Wissensform „in der Nähe von Macht und Herrschaft“, als ein Mittel unter vielen, das über die Macht einer Diskursposition Auskunft geben kann. Dabei weist sie auf das Autologieproblem des Ideologieforschers hin, der selbst in seinen Forschungsgegenstand verstrickt ist, was eine Unterscheidung zwischen Ideologie und anderen Wissensformen für ihn schwierig macht. Auch wissenschaftliche Erkenntnisse sind demnach problematisch, wenn sie nicht mehr als vorläufig gelten und hinterfragt werden, sondern alternative Sichtweisen behindern. Dieser Ansatz ist kompatibel mit dem konstruktivistischen von Scholl (s. o.) und mündet in das Postulat prinzipieller Offenheit und Kritik theoretischer Annahmen.

Mandy Tröger (115–135) verdeutlicht am Beispiel der Transformation der DDR-Medien nach der Wende, wie das Credo der freien Presse genutzt wurde, um wirtschaftliche Interessen westdeutscher Verlage zu legitimieren und durchzusetzen: Die Idee der „demokratischen freien Presse“ wurde ökonomisch instrumentalisiert, Alternativen blieben chancenlos. In Anlehnung an Rahel Jaeggi (2009) definiert sie Ideologien als Überzeugungssysteme mit gesellschaftlichen Auswirkungen, die bestimmte Interessen und Praktiken als selbstverständlich

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-1-166 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

erscheinen lassen und zu verwirklichen helfen. Daher ist Ideologiekritik i. E. stets Herrschaftskritik.

Holger Pötzsch (S. 136–151) nutzt das Propagandamodell von *Herman & Chomsky*, das diese zur Analyse und Kritik von politischer und wirtschaftlicher Beeinflussung kommerzieller Massenmedien entwickelt haben, für einen Vergleich zweier Fassungen des Films „I Am Legend" (2007) und belegt minuziös, wie und warum in der zweiten Fassung (Director's Cut) die erste von einer ideologiekritischen zu einer systemkonformen Version verändert wurde. Damit zeigt er exemplarisch, dass und wie die ideologisch wirksamen „Filter" des o. g. Propagandamodells auch auf Produkte der Unterhaltungskultur angewendet werden können.

Manfred Knoche (S. 152–187) ist einer der profiliertesten Medienökonomen und ein konsequenter Vertreter marxistischer Wirtschaftstheorie. Dementsprechend ist Ideologiekritik für ihn die Analyse und Kritik falschen Bewusstseins in bürgerlichen Gesellschaften. Im vorliegenden Beitrag thematisiert er Wissenschaftskommunikation unter kapitalistischen Medienbedingungen, in Sonderheit die „Open-Access-Kommunikation" als Geschäftsmodell, die s. E. vor allem der Restaurierung von Verwertungsmöglichkeiten dient und eine mögliche emanzipatorische Nutzung digitaler Medien verhindert, dieses aber ideologisch verschleiert. Abschließend zeigt er auf, unter welchen Bedingungen und nach welchen Kriterien eine alternative Wissenschaftskommunikation realisierbar wäre, wobei sein Postulat entsprechender Bereitschaft allerdings recht idealistisch ist.

Sebastian Jürss & Nils S. Borchers (S. 188–211) stellen ihre qualitative Analyse von zehn Manifesten und drei Anti-Manifesten der „Sharing Economy" vor. Sie verstehen unter Ideologie i. A. a. Karl Mannheim (1985) ein „Denkmodell, das die eigene Weltsicht als objektiv, frei von Partikularinteressen und damit als generell gültig darstellt" (S. 190) und sich gegen Kritik immunisiert, indem es sich der Begründungspflicht entzieht und Alternativen invisibilisiert, also Kontingenz vernichtet (vgl. auch hier den o. g. Beitrag von Scholl). Die Autoren kommen zu dem Ergebnis, dass das Versprechen einer Überwindung kapitalistischer Orientierung durch das Prinzip „teilen statt besitzen" in der Sharing Economy allenfalls in nichtkommerziellen Segmenten eingelöst wird, während überwiegend das Prinzip der Gewinnmaximierung gilt.

Auch *Uwe Krüger & Juliane Pfeiffer* (S. 212–239) definieren Ideologie nach Jaeggi (vgl. den Text von Tröger) und erklären die Resistenz kapitalistischer Gesellschaften gegen eine nachhaltige Wirtschafts- und Lebensweise durch zwei Ideologien, nämlich durch das neoklassische Paradigma der Wirtschaftswissenschaft (Selbstregulierung des Marktes) und einen „Romantischen Konsumismus" (Wachstum für alle). Eine „transformative Kommunikationswissenschaft" sollte daher herausfinden, welche Akteure, Strukturen und Prozesse den Wandel zur Nachhaltigkeit strategisch behindern und welche sie wie begünstigen. Hierzu könnte i. E. wiederum das Propagandamodell von *Herman & Chomsky* von Nutzen sein.

Florian Zollmann (S. 243–267) kritisiert gängige Definitionen von Propaganda und die Vernachlässigung von Propaganda in der Kommunikationsforschung, die diese in der Regel autoritären Regimen attestiert und nicht liberalen Demokratien. So wird darunter meistens vorsätzliche Täuschung und Manipulation verstanden, aber nicht eine integrative Funktion von Massenmedien, wie es *Herman & Chomsky* tun. Wie diese fasst Zollmann den Propagandabegriff allerdings sehr weit, so dass eine Abgrenzung von anderen Formen strategischer Kommunikation wie PR oder Werbung schwerfällt, doch dieses hat wiederum den Vorteil, dass zur „Integrationspropaganda" alle Kommunikationen gezählt werden können, die der Stabilisierung bestehender Ordnungen und Machtstrukturen dienen.

Kim Kristin Mauch (S. 268–282) stellt ihre qualitative Inhaltsanalyse von Nachrichten deutscher Leitmedien über zwei ähnliche Kriegsereignisse mit amerikanischer und russischer Beteiligung vor, mit der sie geprüft hat, ob ein ideologischer Bias zugunsten des Partnerlandes vorliegt. Theoretisch legt auch sie das Propagandamodell von *Herman & Chomsky* zugrunde. Ihre Untersuchungsmethode stellt sie sehr transparent und nachvollziehbar dar und kommt in Übereinstimmung mit anderen Studien zu dem Schluss, dass die deutschen Medien kritischer über Menschenrechtsverletzungen des geopolitischen Gegners berichten als über die des Bündnispartners.

Der Essay von *Michael Haller* (S. 283–302) fällt inhaltlich und stilistisch etwas aus dem Rahmen, denn er verteidigt zwei eigene Journalismus-Studien gegen einige „moralisierende" Kritiker, und dieses mit ziemlich spitzer Feder. Ohne nähere Kenntnis dieser Studien und der gegnerischen Argumente ist das schwer nachvollziehbar, doch immerhin wird es dem Postulat offener wissenschaftlicher Auseinandersetzungen gerecht. Haller bekennt sich ausdrücklich zur deliberativen Demokratietheorie sowie zum „Konzept des diskursiven Journa-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-1-166 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

lismus“ (S. 286) und betrachtet seine Studien als ideologiekritisch, weil sie Abweichungen von diesem Konzept nachweisen, so z. B. Einflüsse partikulärer Interessen einflussreicher Akteure auf die Presse. Seinen Kritikern wirft er hingegen vor, Diskursivität unterbinden zu wollen „und den normativen Kern des Journalismus durch Zwecke ersetzen [zu wollen], die der Welt der Propaganda zugehören.“ (S. 299)

Martina Thiele (S. 305–334) betrachtet Stereotypen als Bausteine von Ideologien und versucht in einem historischen Rückblick zu erklären, warum Stereotypenforschung in der deutschen Kommunikationswissenschaft nach kurzer Blüte in den 1960er und 1970er Jahren heute kaum noch betrieben wird. Am Beispiel des Protagonisten Franz Dröge zeigt sie zudem, wie Wissenschaftler von Fachkollegen selbst stereotypisiert werden können, um Konkurrenten oder Gesinnungsgegner in theoretische oder ideologische Schubläden zu stecken und durch Reduktion auf bestimmte Positionen abzuwerten.

Renatus Schenkel (S. 335–363) lenkt den Blick auf Gründe für die individuelle Verwendung, Ignoranz oder Ablehnung von Ideologien in bürgerlichen Gesellschaften, also auf Fragen der Kritischen Psychologie. In der Tradition neomarxistischer Kommunikationswissenschaft interessiert ihn besonders die „subkutane“ Bildung von Ideologien, die von Menschen gleichsam hinter ihrem Rücken verinnerlicht werden, weil diese die angebotenen Deutungsmuster nicht als ideologisch erkennen. Zu ihrer Erforschung postuliert er eine qualitative Methodik, die kompatibel mit Cultural Studies ist, erteilt also schlichten Wirkungs- und Manipulationsmodellen eine Absage und fragt stattdessen, wie Mediennutzer mit den Angeboten umgehen.

Patrick Körner (S. 364–389) schließlich fragt, wie man Ideologien nachhaltig reduzieren oder sogar verhindern kann. Ideologiekritik muss s. E. praktisch durch eine „Aufklärungstechnologie“ umgesetzt werden, mit der die Mündigkeit und kritische Kompetenz von Menschen erhöht werden kann, ohne sie zu bevormunden („Paternalismusdilemma“). Den Ideologiebegriff definiert der Autor als systematisch zustande gekommene, sachlich falsche oder einseitig verzerrte Überzeugung (S. 367), deren Unzulänglichkeit, Entstehung, Stabilität und Folgen den Betroffenen erklärt werden müssten. Dabei müsse auf jeden Fall ein „Bumerang-Effekt“ vermieden werden, d. h. eine Verstärkung ideologischer Überzeugungen durch die Verteidigung eigener Argumente. Obwohl manipulative Aufklärungsmethoden eigentlich dem Ziel widersprechen, Autonomie und Mündigkeit zu fördern, hält sie der Autor zumindest in der Startphase für förderlich oder gar erforderlich (S. 387) – eine Rechtfertigung problematischer Praktiken nach der Devise, dass der Zweck die Mittel heiligt.

Joachim Westerbarkey

Prof. em. Dr. Joachim Westerbarkey, Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9-14, 48143 Münster, Deutschland, westerba@uni-muenster.de

Literatur

Edward S. Herman / Noam Chomsky (2002 [1988]): *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.

Siegfried Jäger (2015 [1993]): *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*. Münster: Unrast.

Rahel Jaeggi (2009): Was ist Ideologiekritik? In: Rahel Jaeggi / Tilo Wesche (Hrsg.), *Was ist Kritik?* Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 266–295.

Jürgen Link (1982): Kollektivsymbolik und Mediendiskurse. In: *kultuRRevolution 1*, S. 6–21.

Karl Mannheim (1985): *Ideologie und Utopie*. Frankfurt am Main: Klostermann.

Oskar Negt / Alexander Kluge (1972): *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisation von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Michael Tomasello

Mensch werden

Eine Theorie der Ontogenese

Berlin: Suhrkamp, 2020 – 543 S.

ISBN 978-3-518-58750-8

(Becoming Human. A Theory of Ontogeny. Cambridge: Harvard University Press 2019)

Dieses Buch des Psychologen Michael Tomasello lässt Kommunikation, Gesellschaft und menschliche Entwicklung in einer bisweilen überwältigenden Tiefenschärfe sehen. Er hat sich mit seinem Opus Magnum zum *Ziel* gesetzt, einen tragfähigen Rahmen für seine immensen Forschungsleistungen der letzten 30 Jahre zu konstruieren und eine empirisch basierte Theorie der menschlichen Ontogenese vorzulegen, also des Musters der individuellen Menschwerdung. Er will dafür die Phasen des Aufwachsens von Menschen so beschreiben, dass die Unterschiede zu seinen nächsten Verwandten hervortreten, und damit diejenigen kognitiven, sozialen und kulturellen Merkmale des Menschen identifizieren, die dessen

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-1-166 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY