

# Medien im Kapitalismus

Strukturelle und ideologische (Klassen-)Herrschaft in der Perspektive einer kritischen politischen Ökonomie der Kommunikation

**Sebastian Sevignani**

Eine kritische polit-ökonomische Perspektive auf (neue) Medien und (digitale) Kommunikation analysiert deren Rolle und Funktionen im Kontext kapitalistischer Vergesellschaftung. „Kritisch“ bedeutet in diesem Sinn „soziale Probleme aufzugreifen, zentrale Konflikte ganzheitlich zu thematisieren, empirische Evidenzen zu generieren, Fakten auszuwählen, Theorien zu entwickeln und Alternativen zur gesellschaftlichen Praxis vorzuschlagen und umsetzen zu helfen“ (Meier 2003, 226).

Christian Fuchs (2011) geht von vier grundsätzlichen Möglichkeiten die Rolle der Medien im Kapitalismus zu bestimmen aus: Die Warenthese behauptet, Medien tragen als Waren direkt oder vermittelt zur Kapitalakkumulation und so zur Reproduktion des Kapitalismus bei. Die Manipulations- und Ideologietheorie besagt, dass Medien die Menschen manipulieren und/oder ihnen ein falsches, verkehrtes oder unvollständiges Bewusstsein vermitteln, um damit der Aufrechterhaltung der Macht- und Herrschaftsverhältnisse zu dienen. Gegenüber der mit diesen zwei Thesen verbundenen Repressionsannahme stehen Positionen, die von einer möglichen emanzipativen Rolle von Medien ausgehen. Die Alternativmedientheorie analysiert Medien als Möglichkeiten alternativer Vergesellschaftung. D.h. als Orte gemeinnütziger Produktion und als Mittler kritischen Bewusstseins. Die Rezeptionsthese behauptet schließlich konträr zur Manipulations- und Ideologietheorie, dass Bedeutungen immer umkämpft sind und kritische Lesarten der Medieninhalte bestehen.

Ich werde in diesem Beitrag versuchen, diese grundlegenden Bestimmungen theoretisch einzuholen und ihren Zusammenhang aufzuzeigen. Dafür setze ich mich, ausgehend vom Kern kapitalistischer Vergesellschaftung – der Kapitalakkumulation – mit einer abstrakt-logischen Formbestimmung der Medien im Kapitalismus und ihrer konkret-historischen Rolle bei der Durchsetzung von (Klassen-)Interesse auseinander. Das Verhältnis von Medien und kapitalistischer Herrschaft ist aus der eingenommenen Perspektive ein Zweifaches: Einerseits sind kapitalistische Medien Teil eines strukturellen Herrschaftszusammenhangs und reproduzieren ihn, andererseits sind Medien umkämpfte Agenten von Klassenherrschaft.

Theorien, die den Zusammenhang beider Herrschaftsformen nicht in den Blick nehmen, sind im besten Fall einseitig, da sie die grundlegende Rolle von sozialen Ungleichheits- und Herrschaftsverhältnissen vermittelt über Privateigentum an Produktionsmitteln, Lohnarbeit, Privatproduktion, Warentausch, Geld und Konkurrenz in kapitalistischen Gesellschaften als Rahmen für ihre Medienanalyse ignorieren. Ich stelle mir das idealtypisch so vor, dass die Kritik der Politischen Ökonomie der Medien kultur- und diskurstheoretischen Ansätzen „von unten“ zuarbeitet, während diese Ansätze gewissermaßen „von oben“ auf den Kern medial-kapitalistischer Vergesellschaftung verständig zugreifen.

## Medienwaren

Medienkapital wird in der Kulturindustrie eingesetzt, um mit der Produktion von Nachrichten, Presseergebnissen, Rundfunk, Filmen, Videospielen etc. als Waren durchaus hohe Profite zu erzielen (Ernst & Young 2013). Dabei werden Informationen als Arbeitsgegenstände von WissensarbeiterInnen, wie z.B. Herausgeber, Journalistinnen, Designer, Programmiererinnen, bearbeitet und ihre Produkte auf dem Markt als Medienwaren angeboten (Fuchs/Sevignani 2013). Usula Huws (1999) unterscheidet anhand der Qualität der Arbeit zwei große Gruppen von Wissens- und MedienarbeiterInnen: ProzessarbeiterInnen folgen in ihrer Arbeit größtenteils vorgegebenen Routinen. Im Journalismus z.B. geht es um die Übernahme oder Modifikation bereits bestehender Nachrichtenagenturmeldung auf ein Online-Nachrichtenportal. Kreativarbeiterinnen produzieren hingegen neues intellektuelles Kapital in Form von Ideen, Programmen oder Designs. Im Journalismus wäre die Arbeit an einem neuen Medienformat ein Fall von kreativer Wissensarbeit. Diese Arbeit geht mit einer hohen Identifizierung mit der Arbeitsaufgabe und dem Medienprodukt einher. Parallel dazu ist sie durch ein widersprüchliches Verhältnis von Kooperation und Konkurrenz bzgl. geteilten Wissens und dem Streben nach einem Alleinstellungsmerkmal im Arbeitsfeld gekennzeichnet (Huws 2010). Die erhöhten Anforderungen an die subjektiven Fähigkeiten von MedienarbeiterInnen dürfen nicht mit einer steigenden Autonomie der ArbeiterInnen vom Kapital verwechselt werden (Haug 2004, 820; Camfield 2007). Zwar sind z.B. frei schaffende Journalistinnen nicht der direkten Kontrolle eines der Arbeitgebers unterworfen, allerdings existieren indirekte und verinnerlichte Formen der Kontrolle, z.B. mittels prekäre Arbeitsbedingungen oder Formen der Anpassung und Selbstzensur (Leidinger 2003).

Die Medienindustrie ist Teil des Gesamtwirtschaftsprozess und Manfred Knoche (1999) spricht deshalb von einer erweiterten Medienindustrie. Er öffnet so den Blick dafür, wie unterschiedliche Kapitalsorten und ihre potentiell widersprüchliche Interessen mit der Medienindustrie verbunden sind. Medienbezogenes Kapital, stellt die Produktionsmittel für die Medienproduktion bereit, wie z.B. die Papier-, Druck(maschinen)-, (Unterhaltungs-)Elektronik- und Computerindustrie. Medieninfrastrukturkapital sorgt für die Zirkulation von Medieninhalten (z.B. Pressevertriebe, Kabel, Satellit). Medienfremdes Kapital – z.B. aus der Banken- und Finanzindustrie – investiert in die Medienindustrie in der Erwartung von Profiten und/oder zur ideologischen Absicherung der Kapitalakkumulation.

Vor allem angetrieben durch die Digitalisierung spielen Medien und Informationsprodukte, wie z.B. Software, informationelle Produktionsmittel und Medieninfrastrukturkapital heute im „Informationskapitalismus“ (Castells 2001), „kognitiver Kapitalismus“ (Boutang 2012) oder „High-Tech-Kapitalismus“ (Haug 2008) für fast alle Industrien eine wichtige Rolle (vgl. Fuchs 2012). Digitalisierung und Informatisierung sind Mittel der rationalen Organisation der Produktion und zugleich Mittel der Subsumption der Arbeitskraft in allen Wirtschaftsbranchen, also auch in der Medienindustrie im engen Sinn (Schmiede 1996; 2006). Mit Hilfe von Medientechnologie wird erstens Arbeitskraft überflüssig gemacht, wie z.B. die Tätigkeit der SetzerInnen (Knoche 2013a). Zweitens wird der Einsatz der Arbeitskraft intensiviert: Die Output-Erwartungen an Journalistinnen haben sich erhöht und die Zeit für Recherche hat sich verknappert. (siehe auch Weish in diesem Heft) Journalistische Arbeit wird drittens durch das Verflüssigen der Arbeit-Freizeit-Grenze (mit Emails, Handycameras etc.) extensiviert (vgl. Gregg 2011). Viertens

tragen Medien und Informationstechnologien entscheidend zur Koordination von Produktionsabläufen innerhalb von Unternehmen und zur Organisation von globalen Warenketten zwischen Unternehmen bei.

In der Zirkulationssphäre der Kapitalakkumulation spielt die derzeit hoch profitable Medieninfrastrukturindustrie (Ernst & Young 2013) für die Verbreitung von Medien(-inhalt) eine bedeutende Rolle. Medien (z.B. Home-Shopping Programme) und zunehmend das Internet sind ein Vertriebskanal für fast alle Waren (z.B. Amazon). Der Übergang von Ware in Geld setzt nicht nur voraus, dass Waren KäuferInnen angeboten und geliefert werden, sondern sie müssen einer Käuferschaft auch bekannt gemacht und von ihr als nützliche Gebrauchswerte erkannt werden. Medien als public relations und Werbegagenten haben deshalb eine Warenabsatzfunktion und zielen auf die Verkürzung der Umschlagszeit des Kapitals (Knoche 2002, 105ff.). Soziale Medien, wie Facebook oder Google erlauben in dieser Hinsicht sehr zielgerichtetes Werben, indem sie den Zugang zu den Datenspuren ihrer Nutzerinnen als Waren anbieten (Turow 2005; Seignani 2016; siehe auch Stalder in diesem Heft). Medien, z.B. in der Form von Handelsblättern, Börsen- und Wirtschaftsnachrichten erfüllen Zirkulationsfunktionen für die Gesamtwirtschaft, sie bieten Informationen auf deren Grundlage Investitionsentscheidungen getroffen werden können.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass erstens Medien(-technologien) selbst eine lukrative Kapitalanlagesphäre sind, zweitens sie die Kapitalakkumulation insgesamt beschleunigen und drittens notwendige Bedingung ihrer globalen Ausweitung sind. Kapitalakkumulation benötigt aber auch das Vorhandensein qualifizierter, arbeitswilliger Arbeitskräfte. Medienkonsumption spielt für die Reproduktion- und (De-)Qualifizierung der Arbeitskraft eine wichtige Rolle (Holzer 1973; Knoche 2002, 105ff.). Der Konsum von Unterhaltungs- und Informationsmedien trägt durch Entspannung, Identitätsbildung, und Wissensaneignung dazu bei, die Ware Arbeitskraft zu reproduzieren bzw. entsprechend unterschiedlicher Erfordernisse zu (de-)qualifizieren.

Kapitalakkumulation läuft jedoch keineswegs reibungslos ab, sondern ist durchzogen von einer Reihe von Widersprüchen (Harvey 2015; Jessop 2003). Bereits im Kern kapitalistischer Vergesellschaftung lassen sich deshalb Ansatzpunkte für gesellschaftliche Alternativen identifizieren und es entsteht die Notwendigkeit einer je historisch-konkreten politischen und ideologischen Regulation des Kapitalismus. Vermeintlich universale Charakterisierungen des Kapitalismus können als historisch-spezifische Bewegungsform eines Widerspruchs kenntlich gemacht werden.

So hat z.B. eine Ware hat einen Gebrauchs- und einen Tauschwert. Ersterer bezieht sich auf die Nützlichkeit eines Produktes, letzter drückt sich nur quantitativ unterscheidbar in Geld aus. Beide Werte einer Ware sind dialektisch aufeinander bezogen. Die Tauschwertrealisation ist das Ziel kapitalistischer Produktion; Gebrauchswertewägungen sind ihr sekundär. Allerdings, und das ist die Widersprüchlichkeit, kann es keine Tauschwertrealisation ohne Gebrauchswerte geben. Eine allzu starke Tauschwertorientierung, die jegliche Nützlichkeit abstreift würde sich daher letztlich selbst untergraben. Auch das Geld ist eine widersprüchliche Angelegenheit, einerseits repräsentiert es gesellschaftliche Werte und ermöglicht es diese privat anzueignen, andererseits kann es sich auch von diesen Wertgrößen ablösen und damit auch von jeglichen Gebrauchswerten und ins Fiktive verselbstständigen. Auf Privateigentum und auf Konkurrenz basierende Kapitalakkumulation, die an der Realisierung von Tauschwerten orientiert ist, macht es notwendig. Ein kapitalismuskritischer Standpunkt müsste also vom Gebrauchswert aus argumentieren. Dieter Pro-

kop (2004, 470ff.) betont, dass Medienwaren ihre Gebrauchswerte immerhin „mitschleppen“ und somit Freiheitsspielräume entstehen. Einerseits ist es möglich, dass sich der (kapitalismus-)kritische Gebrauchswert subversiv gegen den Tauschwert behauptet, wie die Punk-Musik der 70er Jahre oder dezidiert als Trash produzierte Produkte – wie einige Tarantino-Filme. Andererseits können Gebrauchswerte und Tauschwerte Bündnisse gegenüber der Geldform eingehen und so überhaupt Ressourcen für die Medienproduktion mobilisieren, anstatt dass diese z.B. für (Zweit-)Verwertungsrechte aufgewandt werden.

### **Medien und der Kampf um Hegemonie**

Kapital ist das gesellschaftliche Verhältnis eines sich verwertenden Wertes und impliziert ein Klassenverhältnis, welches auf der Ausbeutung von Arbeitskraft und der privaten Aneignung und Konzentration gesellschaftlichen Reichtums beruht. Die ideologische Funktion der Medien kann daher als die Durchsetzung von Klasseninteressen analysiert werden: innerhalb der Medienorganisationen im Verhältnis der Medieneigentümer zu den abhängig Arbeitenden, innerhalb der Medienindustrie als publizistischer Konzentrationsprozess, aber auch anhand von Verflechtungen der Medien mit Politik und Wirtschaft. Medien werden so zu umkämpften Orten der Organisation gesellschaftlicher Hegemonie.

Es stellt sich aber die Frage, wie sich eine an sich unsichere und widersprüchliche Kapitalakkumulation und damit ein basales Klassenverhältnis dennoch (vorübergehend) reproduzieren kann (Lipietz 1985, 119). Die kapitalismuskritische Perspektive des „Regulationsansatzes“ (Brand/Raza 2003; Atzmüller et al. 2013; Eser 2008) bietet sich für das Verständnis des Verhältnisses der Produktivkraftentwicklung, Produktionsverhältnissen und dem kulturellem Überbau im Rahmen einer kritischen politischen Ökonomie der Kommunikation an. Es wird angenommen, dass „das Kapital als soziales Verhältnis nicht vor seiner Regulation existiert, sondern dass in der Regulation und durch sie dem Kapital erst Form und Substanz verliehen wird“ (Jessop 2003, 90). Regulation macht also die Akkumulation des Kapitals erst in ihrer konkret-historischen Ausprägung als ein spezifisches Zusammenspiel von gesellschaftlicher Produktion, Zirkulation und Konsumption möglich. Die Regulationsweise umfasst neben den ökonomischen vor allem auch politische und in weiterer Folge auch kulturelle und ideologische Regulierungsinstanzen, die die kapitalistischen Widersprüche bearbeiten (Eser 2008, 80). Medien kommen dann nicht in erster Linie in ihrer kapitalistischen Formbestimmtheit, sondern als immer schon umkämpfte ideologische Staatsapparate und Hegemonie-Agenturen in den Blick. Die Grundannahme eines Kampfes um Bedeutungen verbindet die Ideologie- und Manipulationsthese, wie gezeigt werden wird, mit der Rezeptionsthese.

Die offene Bestimmung der zur Kapitalakkumulation notwendigen Regulationsweise macht das regulationstheoretische Paradigma produktiv für hegemonietheoretische Erweiterungen und Korrekturen (Eser 2008, 79; Demirovic/et al. 1992). Die Zivilgesellschaft und die politische Gesellschaft bilden im Kapitalismus zusammen den „integralen Staat“. Er besteht nach der berühmten Formel Gramscis in einer „Hegemonie gepanzert mit Zwang“ (Gramsci 1991, 783), d.h., aus einem Bereich, der sich von Sanktionen – auch ohne eine Straftat – bis hin zur Definition der „political correctness“ erstreckt. In der politischen Gesellschaft sind Institutionen wie Militär, Polizei, Bürokratie etc. verkörpert. 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 1991, 374).

Ziel der Hegemoniebildung ist es ein Integral der Herrschaft, sowohl über die Organisation der Ökonomie als auch den erweiterten Staat zu bilden. Eine sich formierende Klasse muss sich in den Überbau „hinaufarbeiten“, um die Hegemonie zu erlangen und ihre Interessen im politischen System – z.B. bei der Gesetzgebung – zu befestigen. Hierzu werden politische Institutionen wie Parteien notwendig. Gleichzeitig müssen Interessen anderer gesellschaftlicher Gruppen aufgenommen werden und die divergierende Vielzahl in allgemeine „ethische“ Maximen und Systeme integriert werden, um eine kulturelle und moralische Führungskraft etablieren zu können. In der eigentlich hegemonialen Phase wird diese Führung durch die Etablierung eigener oder die Umbesetzung bzw. Umorganisation existierender Staatsapparate mit greifbarer Macht ausgestattet und in Herrschaft „gegossen“.

Diese Staats- und Hegemonieapparate enthalten nun die aufgenommenen Widersprüche in konsensueller Form (vgl. Demirović 2007, 30; Gramsci 1991, 410f., 495f., 1559–1562). Aus dem beschriebenen Prozess des Hinaufarbeitens lässt sich erkennen, „daß eine Klasse auf zweierlei Weise herrschend ist, nämlich ‚führend‘ und ‚herrschend‘. Sie ist führend gegenüber den verbündeten Klassen und herrschend gegenüber den gegnerischen Klassen. Deswegen kann eine Klasse bereits bevor sie an die Macht kommt ‚führend‘ sein (und muß es sein): wenn sie an der Macht ist, wird sie herrschend, bleibt aber auch weiterhin ‚führend‘“ (Gramsci 1991, 101). Im Gegensatz zum konstruktivistischen Ansatz von Laclau und Mouffe (1991) bildet aber in dem hier vertretenen Ansatz die widersprüchliche Kapitalakkumulation die Basis für denkbare Hegemoniebestrebungen und gibt den Rahmen vor, welche Interessen sich wirkungsvoll am Hegemoniespiel beteiligen können und welche Interessen es aufzunehmen gilt.

So erweitert leistet der Regulationsansatz dann auch „mittelbar eine ökonomisch informierte Analyse jener ‚weichen‘ Faktoren kapitalistischer Gesellschaften, die wir in den Kulturwissenschaften als Diskurse, symbolische Praktiken, Medien, Repräsentationen und so weiter untersuchen“ (Musner 2010, 112). (Massenmediale) Öffentlichkeit ist hier ein immer schon strukturierter, transsystemischer sozialer Raum zur Definition und Reproduktion gesellschaftlich zentraler Machtverhältnisse. So wie es zentrale Machtverhältnisse gibt, gibt es auch eine zentrale Öffentlichkeit, diese steht zu den unterschiedlichsten Teilöffentlichkeiten in einem hegemonialen Verhältnis (Candeias 2007: 23). „Öffentlichkeit“ kann in dieser Konzeption natürlich kein gleichsam ontologisches Korrektiv zur Macht oder eine „Art kultureller Nullpunkt“ (Fraser 1993, 161) sein.

## Medien und ideologische Formen

Eine zweite Form von Herrschaft sollte aber auch für die kritische Medienanalyse nicht vergessen werden. Sie ist als eine Art „Niemand-Herrschaft“ (Narr 2015), als „stumme Zwang der Verhältnisse“ und als selten hinterfragter „Common Sense“, der Klassenherrschaft „proto-ideologisch“ (Haug 1993, 52) und „von unten“ (Herkommer 2005: 32ff. und 47ff.) zugeordnet. Auf Basis der Warenthese ist es möglich sich den ideologischen und manipulativen Funktion von Medien im Kapitalismus zu nähern.

Der soziale Zusammenhang zwischen den Menschen wird im Kapitalismus nicht unmittelbar hergestellt, sondern vollzieht sich ungeplant durch den Tausch ihrer Arbeitsprodukte. Ihre Gesellschaftlichkeit tritt den Menschen verdinglicht als Geld und Kapital entgegen. Diese soziale Form (Heinrich 1999; Lindner 2004), in welcher die beschriebene Kapitalakkumulation möglich wird, macht gleichzeitig eine politische Form notwendig

(Holloway/Picotto 1978; Harvey 2015). Die Aneignung des Mehrprodukt mittels Lohnarbeit oder Eigentumsrechten stellt eine zivilisierte Form der Ausbeutung z.B. gegenüber der Sklaverei dar. Sie ist vermittelt über politische Freiheiten, die für alle Menschen gelten und durch den Staat garantiert werden. Der Staat als von der Ökonomie getrennter, aber auf sie verwiesener Akteur ist kein einfaches Resultat der ökonomischen Strukturen. Er ist jedoch durch seinen Ursprung in der kapitalistischen Vergesellschaftung formbestimmt und deshalb lässt er sich nicht auf das strategische Handeln von AkteurInnen wie etwa Parteien, Lobbygruppen oder sozialen Bewegungen reduzieren. Der Staat kann, so Joachim Hirsch (2005), weder existieren noch handeln, wenn der kapitalistische Verwertungsprozess in Frage gestellt wird, und deshalb „müssen die sozialen Beziehungen, Konflikte und Kompromisse im politischen System so ausbalanciert werden, dass sie mit diesem vereinbar sind“ (ebd., 33).

Medien sind janusköpfig einerseits direkt in die Kapitalakkumulation eingebunden, andererseits sind sie auch Akteure innerhalb der politischen Form des Kapitalismus. Beispielsweise sind in liberalen Demokratien Medien- und Meinungsfreiheit staatlich garantierte Freiheiten, sie bleiben aber verwiesen auf Privateigentumsrechte und somit strukturell in Herrschafts- und Ausbeutungsverhältnissen eingebettet. Ausgehend von der Warethese lassen sich so kommunikative, medial vermittelte, gesellschaftliche Formen als eine Vergegenständlichung eines strukturellen Klassen- und Ausbeutungsverhältnisses untersuchen. Die Formbestimmtheit der Medien besagt letztlich, dass ein Eigeninteresse der Medienschaffenden existiert als Agenten der Reproduktion der kapitalistischen Vergesellschaftungsform zu wirken, welches sich auch unabhängig von der Einflussnahme spezifischer Klasseninteressen durchsetzt. Medien, so die zugespitzte These, sind auch aus strukturellen Gründen pro-kapitalistisch.

Paradigmatisch für diesen herrschaftskritischen Ansatz ist die Kulturindustriethese in der Dialektik der Aufklärung (Horkheimer/Adorno 1947). Der Kern der Argumentation ist, dass mit dem Warentausch verbundene instrumentelle Denk- und Handlungsmuster auf Medieninhalte und ihre Rezeption durchschlagen und so ein Zirkel von massenmedialer Manipulation und rückwirkendem Bedürfnis der RezipientInnen entsteht (Ritsert 2002, 170–177). Dieter Prokop (2004, 24–29) argumentiert in diesem Zusammenhang, dass mit zunehmender „Durchkapitalisierung“ der Medienindustrie Medieninhalte und die spezifische Form, in der diese präsentiert werden, einen grundlegenden relativistischen und positivistischen Erfahrungsmodus der Menschen durch „abstraktive medienkulturelle Muster“ reproduzieren. Dieser aus dem Warentausch entspringende Erfahrungsmodus ist gekennzeichnet durch eine demonstrative Harmlosigkeit, einen relativistischen Standpunkt, eine mutwillige Beschränkung auf das Faktische und das Methodische, sowie ein klassifikatorisches Denken mittels Stereotypisierung. Insgesamt also durch den Verzicht einer Reflexion auf den Sinn des gesellschaftlich Ganzen. Prokop nennt die produktionsanleitenden Formeln „Titten, Tiere, Tote“ oder „Busen, Bomben, Babies“, sowie „Schneller, Höher, Weiter“. Dieser Erfahrungsmodus kann sich in den kommerziellen Medien durchsetzen, weil er konformistisch, d.h., Aussichten auf kommerziellen Erfolg verspricht und kostengünstig ist (ebd., 386–389, 471–476). Andere Autoren (vgl. Knoche 2005, 129f.; Gitlin 1980; Herman/Chomsky 1988) beziehen sich in ihrer Analyse des Zusammenhangs von Medien und Ideologie zwar auf ein Klasseninteresse, setzen dieses aber als „Gesamtkapitalinteresse“ an einer generellen „kapitalistischen Geschäftsgrundlage“ und deren strukturell wahrscheinlichen Durchsetzung reichlich abstrakt an und nähern sich so im Ergebnis einer formalanalytischen Argumentation an.

## Alternative Medien

Alternative Medien stehen vor der Herausforderung die zwei Arten medial vermittelter kapitalistischer Herrschaft zurückzudrängen und dabei vorfindbare (Medien-)Freiheiten und Widersprüche für genau diesen Zweck zu nutzen. Eine waretheoretische Herangehensweise wird vor allem versuchen alternative Produktionsformen für Medien zu finden. Graham Murdoch (2011) unterscheidet hier z.B. zwischen drei Weisen wie Medien idealtypisch organisiert sein können: Neben der Warenform und der Möglichkeit Medien als öffentliche Güter durch den Staat zu organisieren nennt er auch die zivilgesellschaftliche Produktion von Medien als Gaben, wie z.B. Wikipedia oder Freie Software. Freie Medien sind allerdings prekären Finanzierungsbedingungen unterworfen, sprechen in der Regel nur ein kleines Publikum an und haben Schwierigkeiten geeignetes Personal zu finden, weil sich ihre ProduzentInnen prekären und selbstausbeuterischen Arbeitsbedingungen ausgesetzt sehen (Knoche 2003). Zudem stehen sie beständig in der Gefahr für Verwertungsinteressen instrumentalisiert zu werden und es ist nicht ausgeschlossen, dass sie repressive, d.h., hinter kapitalistische Freiheiten zurückfallende ideologische Positionen vertreten (Sandoval/Fuchs 2010, 144). Eine ideologietheoretische Herangehensweise wird eher bei den Gestaltungsformen und Medieninhalten und ihrem Potential für eine Gegenöffentlichkeit ansetzen. In dieser Perspektive diskutieren Sandoval und Fuchs (2010) kapitalismuskritische Produzentinnen und Medieninhalte als Mindestvoraussetzung alternativer Medien, die dann innerhalb bestehender ökonomischer Zwänge und Hegemoniekonstellationen wirksam agieren könnten.

Während der waretheoretische Zugriff auf Ideologie eine weitgehende Entsprechung von Produktionsweise und Rezeptionsweise unterstellt, ist gerade diese Annahme nachhaltig von den Cultural Studies in Frage gestellt worden. Stuart Hall (2006) unterschied in diesem Zusammenhang zwischen dominanten, ausgehandelten und widerständigen Lesarten eines kulturellen Produkts. Auf Basis des bisher Skizzierten ließe sich ausgehend von der Warenthese argumentieren, dass erstens, ausgehandelte und auch widerständige Lesarten kapitalistisch formbestimmt sind, weil Produktion und Konsumption beide Bestandteile kapitalistischer Vergesellschaftung sind. Zweitens ließe sich so argumentieren, dass dominante bzw. konforme und ausgehandelte Lesarten sehr wahrscheinlich sind, wohingegen widerständige Lesarten tendenziell durch die erfolgreiche Durchsetzung von Kapitalinteressen aufgrund von Ressourcenvorteilen unwahrscheinlich sind. Ausgehend von einer hegemonietheoretischen Herangehensweise an die ideologische Funktion der Medien könnte drittens argumentiert werden, dass Widerständigkeit schon aufgrund der Widersprüchlichkeit des Akkumulationsprozesses existiert und deshalb durch mediale Prozesse mit den Kapitalverwertungsinteressen integriert werden muss, um deren Führungsanspruch mittels Reformen der gesellschaftlichen Regulationsweise zu erhalten. Viertens, könnte argumentiert werden, dass widerständige Lesarten kultureller Produkte wahrscheinlich sind und sich zudem auch verallgemeinern können, um einen Bruch mit kapitalistischen Vergesellschaftungsformen herbeizuführen. Letztere Variante erscheint nur unter den Bedingungen etablierter alternativer Medien formulierbar. Insbesondere aus der Perspektive einer kritischen politischen Ökonomie der Kommunikation ist auf die Einseitigkeit der Rezeptionsthese und die Notwendigkeit einer integrativen Betrachtung medial vermittelter Herrschaft im Kapitalismus hinzuweisen.

## Literatur

- Atzmüller, Roland/Joachim, Becker/Ulrich, Brand/Lukas, Oberndorfer/Vanessa, Redak/Thomas, Sablowski (Hg.) (2013): *Fit für die Krise? Perspektiven der Regulationstheorie*, Münster.
- Boutang, Yann Moulier (2012): *Cognitive Capitalism*, Cambridge.
- Brand, Ulrich/Werner Raza (Hg.) (2003): *Fit für den Postfordismus? Theoretisch-politische Perspektiven des Regulationsansatzes*, Münster.
- Camfield, David (2007): *The Multitude and the Kangaroo: A Critique of Hardt and Negri's Theory of Immaterial Labour*; in: *Historical Materialism* 25 (1), 21–52.
- Candeias, Mario (2007): *Gramscianische Konstellationen: Hegemonie und die Durchsetzung neuer Produktions- und Lebensweisen*; in: Andreas Merkmens/Victor Rego Diaz (Hg.): *Mit Gramsci arbeiten: Texte zur politisch-praktischen Aneignung Antonio Gramscis*, Berlin, 15–32.
- Castells, Manuel (2010): *The Information Age: Economy, Society and Culture*, Oxford.
- Demirovic, Alex/ Hans-Peter Krebs/Thomas Sablowski (Hg.) (1992): *Hegemonie und Staat: Kapitalistische Regulation als Projekt und Prozess*, Münster.
- Demirović, Alex (2007): *Politische Gesellschaft – zivile Gesellschaft: Zur Theorie des integralen Staates bei Antonio Gramsci*; in: Sonja Buckel/Andreas Fischer-Lescano (Hg.): *Hegemonie gepanzert mit Zwang. Zivilgesellschaft und Politik im Staatsverständnis Antonio Gramscis*, Baden-Baden, 21–42.
- Ernst & Young (2013): *Spotlight on Profitable Growth 2013*. Online unter: <http://www.ey.com/GL/en/Industries/Media---Entertainment/Spotlight-on-profitable-growth-2013> (04.08.2015).
- Eser, Patrick (2008): *Perspektiven der Regulationstheorie: Sozialtheoretische Reformulierungsversuche*, Hamburg.
- Fraser, Nancy (1996): *Öffentlichkeit neu denken: Ein Beitrag zur Kritik real existierender Demokratie*; in: Elvira Scheich (Hg.): *Vermittelte Weiblichkeit: Feministische Wissenschafts- und Gesellschaftskritik*, Hamburg, 151–182.
- Fuchs, Christian (2011): *Foundations of Critical Media and Information Studies*, London.
- Fuchs, Christian (2013): *Capitalism or Information Society? The Fundamental Question of the Present Structure of Society*; in: *European Journal of Communication* 16 (4), 413–434.
- Fuchs, Christian/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?* in: *trip-leC11* (2): 237–293.
- Gitlin, Todd (1980): *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of The New Left*, Berkeley.
- Gramsci, Antonio (1991): *Gefängnishefte*. Herausgegeben von Klaus Bochmann und Wolfgang Fritz Haug. 10 Bände, Hamburg.
- Gregg, Melissa (2013): *Work's Intimacy*, Hoboken.
- Harvey, David (2015): *Siebzehn Widersprüche und das Ende des Kapitalismus*, Berlin.
- Hall, Stuart (2006): *Encoding/Decoding*; in: Meenakshi Gigi Durham/Douglas M. Kellner (Hg.): *Media and Cultural Studies: Keywords*, Malden, 163–173.
- Haug, Wolfgang Fritz (1993): *Elemente einer Theorie des Ideologischen*, Hamburg.
- Haug, Wolfgang Fritz (2004): *Immaterielle Arbeit*. *Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus*, Berlin.
- Haug, Wolfgang Fritz (2005): *High-Tech-Kapitalismus: Analysen zu Produktionsweise, Arbeit, Sexualität, Krieg und Hegemonie*, Hamburg.
- Heinrich, Michael (1999): *Die Wissenschaft vom Wert: Die Marxsche Kritik der politischen Ökonomie zwischen wissenschaftlicher Revolution und klassischer Tradition*, Münster.
- Herkommer, Sebastian (2004): *Metamorphosen der Ideologie: Zur Analyse des Neoliberalismus durch Pierre Bourdieu und aus marxistischer Sicht*, Hamburg.
- Herman, Edward S./Noam Chomsky (1988): *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York.

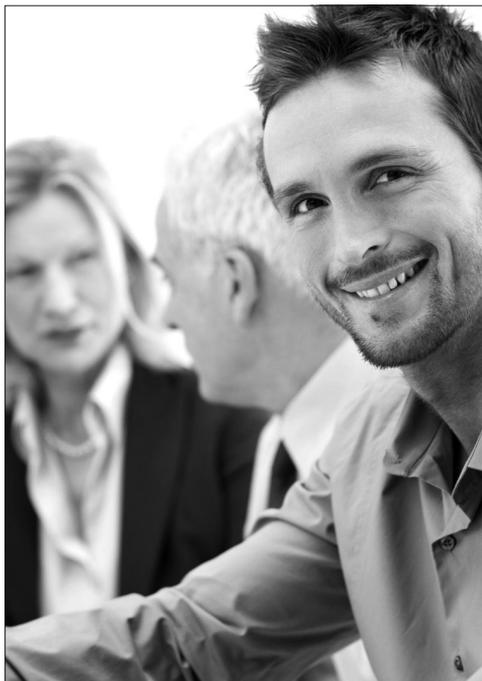
- Hirsch, Joachim (2005): *Materialistische Staatstheorie: Transformationen des Kapitalistischen Staatesystems*, Hamburg.
- Holloway, John/Sol Piciotto (Hg.) (1978): *State and Capital: A Marxist Debate*, London.
- Holzer, Horst (1973): *Kommunikationssoziologie*, Reinbek bei Hamburg.
- Horkheimer, Max/Theodor W. Adorno (1947/1987): *Dialektik der Aufklärung*, Frankfurt/M.
- Huws, Ursula (1999): *Material World: The Myth of the Weightless Economy*; in: Ders.: *The Making of the Cypertariat: Virtual Work in a Real World*, New York, 126–151.
- Huws, Ursula (2010): *Expression and Expropriation: The Dialectics of Autonomy and Control in Creative Labour*; in: *Ephemera* 10 (3/4), 504–521.
- Jessop, Bob (2003): *Postfordismus und wissensbasierte Ökonomie: Eine Reinterpretation des Regulationsansatzes*; in: Ulrich Brand/Werner Raza (Hg.): *Fit für den Postfordismus? Theoretisch-politische Perspektiven des Regulationsansatzes*, Münster, 89–111.
- Knoche, Manfred (1999): *Das Kapital als Strukturwandler der Medienindustrie – und der Staat als sein Agent? Lehrstücke der Medienökonomie im Zeitalter digitaler Kommunikation*; in: Manfred Knoche/Gabriele Siegert (Hg.): *Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation*, München, 149–193.
- Knoche, Manfred (2002): *Kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien*; in: Gabriele Siegert (Hg.): *Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft. Bedeutung, Grundfragen und Entwicklungsperspektiven*, Münster, 101–109.
- Knoche, Manfred (2003): *Freie Radios – frei von Staat, Markt und Kapital(ismus)? Zur Widersprüchlichkeit Alternativer Medien und Ökonomie*; in: *Medien Journal* 27(4), 4–19.
- Knoche, Manfred (2005): *Medienkonzentration als Macht- und Legitimationsproblem für Politik und Wissenschaft. Kritisch-empirische Konzentrationstheorie versus apologetisch-normative Wettbewerbstheorie*; in: Petra Ahrweiler/Barbara Thomaß (Hg.): *Internationale partizipatorische Kommunikationspolitik: Strukturen und Visionen*, Münster, 117–140.
- Knoche, Manfred (2013): *Medienkonzentration*; in: Barbara Thomaß (Hg.): *Mediensysteme im internationalen Vergleich*, Stuttgart, 135–161.
- Laclau, Ernesto/Mouffe, Chantal (1991): *Hegemonie und radikale Demokratie: Zur Dekonstruktion des Marxismus*, Wien.
- Leidinger, Christiane (2003): *Medien, Herrschaft, Globalisierung: Folgenabschätzung zu Medieninhalten im Zuge transnationaler Konzentrationsprozesse*, Münster.
- Lindner, Kolja (2004): *Form als Kritik: Die gesellschafts- und wissenschaftskritischen Implikationen der Marxschen Kritik der politischen Ökonomie. Ornament und Verbrechen. E-Journal für Haupt- und Nebenwidersprüche* 12(0). Online unter: [http://www.ornament-und-verbrechen.de/Formkritik\\_12.html](http://www.ornament-und-verbrechen.de/Formkritik_12.html) (04.08.2015).
- Lipietz, Alain (1985): *Akkumulation, Krisen und Auswege aus der Krise: Einige Überlegungen zum Begriff „Regulation“*; in: *Prokla* 58, 109–137.
- Meier, Werner (2003): *Politische Ökonomie*; in: Klaus-Dieter Altmepfen/Matthias Karmasin (Hg.): *Medien und Ökonomie: Grundlagen der Medienökonomie*, Wiesbaden, 215–243.
- Murdock, Graham (2011): *Political Economies as Moral Economies: Commodities, Gifts, and Public Goods*; in: Janet Wasko/Graham Murdock/Helena Sousa (Hg.): *The Handbook of Political Economy of Communications*, Malden, 13–40.
- Musner, Lutz (2010): *Die Kulturwissenschaft in der Krise*; in: Sybille Frank/Jochen Schwenk (Hg.): *Turn Over: Cultural Turns in der Soziologie*, Frankfurt/M., 103–116.
- Narr, Wolf-Dieter (2015): *Niemands-Herrschaft: Eine Einführung in die Schwierigkeiten, Herrschaft zu begreifen*, Hamburg.
- Ritsert, Jürgen (2002): *Ideologie: Theoreme und Probleme der Wissenssoziologie*, Münster.
- Sandoval, Marisol/Christian Fuchs (2010): *Towards a Critical Theory of Alternative Media*; in: *Tele-matics and Informatics* 27, 141–150.
- Schmiede, Rudi (1996): *Informatisierung, Formalisierung und kapitalistische Produktionsweise: Entstehung der Informationstechnik und Wandel der gesellschaftlichen Arbeit*; in: Rudi Schmiede

de (Hg.): Virtuelle Arbeitswelten: Arbeit, Produktion und Subjekt in der "Informationsgesellschaft", Berlin, 15-47.

Schmiede, Rudi (2006): Wissen und Arbeit im „Informational Capitalism“; in: Andrea Baukrowitz/Thomas Berker/Andreas Boes/Sabine Pfeiffer/Rudi Schmiede/Mascha Will (Hg.): Informatisierung der Arbeit – Gesellschaft im Umbruch, Berlin, 455-488.

Seignani, Sebastian (2016): Privacy and Capitalism in the Age of Social Media, New York.

Turow, Joseph (2011): The Daily You: How the New Advertising Industry Is Defining Your Identity and Your Worth, New Haven.



## Mitglied sein bringt's!

- Wir verhandeln **175 Kollektivverträge** pro Jahr.
- **1,3 Mio. Beschäftigte profitieren** von sicheren Gehältern, Urlaubs- und Weihnachtsgeld.
- **100 Mio. Euro erkämpfen** wir an Rechtschutzleistungen für unsere Mitglieder.
- Wir bieten **Rechtsschutz und Rechtsberatung** in allen arbeitsrechtlichen Angelegenheiten.

[www.gpa-djp.at/mitgliedwerden](http://www.gpa-djp.at/mitgliedwerden)



Für alle, die mehr wollen!