

Ideologie, Kritik,
Öffentlichkeit –
*Verhandlungen des
Netzwerk kritische
Kommunikations-
wissenschaften*

Herausgegeben von Uwe Krüger und
Sebastian Sevignani

WESTEND



WESTEND

UWE KRÜGER, SEBASTIAN SEVIGNANI (HG.)

Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit

**Verhandlungen des Netzwerks Kritische
Kommunikationswissenschaft**

WESTEND

Mehr über unsere Autoren und Bücher:
www.westendverlag.de

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

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

Die Beiträge in diesem Buch erscheinen unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:

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



ISBN: 978-3-86489-315-5

© Westend Verlag GmbH, Frankfurt / Main 2020

Umschlaggestaltung: Buchgut, Berlin

Satz: Publikations Atelier, Dreieich

Druck und Bindung: CPI – Clausen & Bosse, Leck

Printed in Germany

Lektorat: Maximilian Küstermann, Ingrid Lipfert, Philipp Müller

Inhalt

Einleitung	9
Ideologietheoretische Perspektiven auf Medien und Kommunikation	
Sebastian Seignani Ideologische Öffentlichkeit: Zur Organisation gesellschaftlicher Erfahrung im Kapitalismus	21
Armin Scholl Ideologiekritik und Kontingenz(erfahrung) am Beispiel Fake News: Der Beitrag des Radikalen Konstruktivismus	57
Floris Biskamp Ideologiekritik als Kritik systematisch verzerrter Kommunikationsbedingungen. Zum ideologie- kritischen Potenzial der Habermas'schen Theorie	76
Birgit Peuker Für einen empirischen Ideologiebegriff. Ein wissenssoziologischer Blick auf die Ideologiekritik	96
Ideologien der kapitalistischen Medienindustrie	
Mandy Träger Eine Kritik der Ideologie der »freien Presse« zur Wendezeit 1989/1990	115

Holger Pötzsch
Monster oder Mitmensch? Der vampirische Andere
in zwei Versionen von Francis D. Lawrences Film
I Am Legend 136

Manfred Knoche
Kritik der politischen Ökonomie der Wissenschafts-
kommunikation als Ideologiekritik: Open Access 152

Sebastian Jürss & Nils S. Borchers
Die Ideologie der Sharing Economy 188

Uwe Krüger & Juliane Pfeiffer
Die Neoklassische Ökonomik und der Romantische
Konsumismus: Ideologische Bremsklötze einer
»Großen Transformation« zur Nachhaltigkeit 212

Ideologie in journalistischer Berichterstattung

Florian Zollmann
Ideologische Integration, massenmediale Täuschung:
Zur Rolle von Propaganda in liberalen Demokratien 243

Kim Kristin Mauch
Agieren deutsche Medien gemäß dem Propaganda-
modell? Das Beispiel Bombardierung von
Krankenhäusern durch die USA und Russland 268

Michael Haller
Über den ideologisch verengten Blick der
moralisierenden Universalisten (auch) in der
Journalismusforschung – ein Essay 283

Ideologie und Wissenschaft

Martina Thiele
Stereotyp und Ideologie. Marginalisierung kritischer
Forschung in der Kommunikationswissenschaft 305

Renatus Schenkel	
Die aktuelle Bedeutung des Subjektaspekts für Ideologieproduktion und Ideologiekritik: Menschliche Subjektivität als Teilaspekt der »gesellschaftlichen Natur« des Menschen	335
Patrick Körner	
Erfolgsbedingungen ideologiekritischer Praxis und das Problem des Paternalismus	364
Kurzbiografien	390

Einleitung

Uwe Krüger & Sebastian Sevignani

1 Hintergrund

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

Mit diesem Sammelband will das Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft (KriKoWi) dieser Tendenz gegensteuern. Er ist die erste Publikation, mit der das im März 2017 auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPUK) in Düsseldorf gegründete Netzwerk in die interessierte Öffentlichkeit tritt. Unter Kritischer Kommunikationswissenschaft verstehen wir Forschung mit einem Bezug zu Gesellschaftstheorie und Kapitalismusanalyse, mit einem Fokus auf Herrschaftsformen und Machtungleichgewichte, mit einem Verständnis der historischen Genese gesellschaftlicher Verhältnisse und mit der Perspektive auf deren Transformation. Unter dieser Klammer vereinen wir verschiedene Theorie- und Forschungstraditionen.¹

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

Relevant ist die Themenstellung dieses Bandes vor allem vor dem Hintergrund der weltpolitischen Entwicklungen und verschärfter Kämpfe um die ideologische Vorherrschaft: Innerhalb vieler westlicher Gesellschaften wird das neoliberale Globalisierungsparadigma, das in den letzten Jahrzehnten immer stärkere Ungleichheiten und Ungerechtigkeiten hervorgebracht hat, von erstarkenden nationalistischen Bewegungen vermeintlich herausgefordert. In den USA hat ein »ultrareaktionärer Neoliberalismus« mit Donald Trump als Bannerträger einen »progressiven Neoliberalismus« ab-

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

gelöst, der Minderheiten und sozialen Bewegungen in Fragen symbolischer Anerkennung entgegengekommen war, während wirtschafts- und sozialpolitisch von unten nach oben umverteilt wurde (Fraser 2018). Auf globaler Ebene tritt mit dem Aufstieg Chinas und seiner Mischung aus staatskapitalistischem Wirtschaftssystem und staatssozialistischen Elementen wieder ein ernstzunehmender Herausforderer des neoliberalen Kapitalismus auf den Plan; zugleich trägt der Westen mit einem erstarkten Russland nicht nur politische und (über Stellvertreterkriege etwa in der Ukraine und Syrien) militärische, sondern auch ideologische Konflikte aus. Über allem hängt zudem das Damoklesschwert drastischer Umweltveränderungen in den nächsten Jahren und Jahrzehnten, die zu einer »Klimatragödie« und einem baldigen gesellschaftlichen Zusammenbruch auch in bisherigen Wohlstandsregionen wie Europa führen könnten (Bendell 2018) – verursacht letztlich von einer kohlenstoffbasierten Wirtschaftsweise mit Wachstumszwang, die tief in den Köpfen und gesellschaftlichen Institutionen verankert ist.

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

2 Aufbau des Bandes

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

Im Abschnitt *Ideologietheoretische Perspektiven auf Medien und Kommunikation* skizziert *Sebastian Sevignani* das Bild eines ideologischen öffentlichen Kommunikationsprozesses, der antagonistische und ungleiche Sozialbeziehungen stabilisiert, statt in Richtung von mehr Gleichheit und gemeinwohlorientiert aufzulösen. Ideologische Öffentlichkeit wird als ein aufsteigender und wieder absteigender Kommunikationsprozess zwischen einfachen, mitt-

leren und komplexen Teilöffentlichkeiten beschrieben, an dem eine Vielzahl »antagonistischer Medien«, die synthetisierenden Massenmedien, aber auch der orientierende Horizont einer »bürgerlichen Öffentlichkeit« eine Rolle spielen. In Negation der ideologischen Öffentlichkeit stellt der Autor unter Rückgriff auf die Arbeiten von Dewey, Negt und Kluge, Gramsci, der Kritischen Psychologie und dem »Projekt Ideologie-Theorie« – Arbeiten, die nicht gerade zum Mainstream der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung zählen – Überlegungen an, wie eine emanzipatorische, nicht-ideologische Öffentlichkeit aussehen könnte.

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

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

Birgit Peuker bezieht sich in ihrem Beitrag kritisch auf die Ausdehnung des Ideologiebegriffs zur Bezeichnung problematischer

gesellschaftlicher Bedingungen oder ganzer Kommunikationsprozesse. Sie argumentiert stattdessen unter Bezugnahme auf die Tradition der wissenssoziologischen Wissenschaftsforschung, dass Ideologie als »eine bestimmte Wissensform in der Nähe von Macht und Herrschaft« angesehen, aber ansonsten nicht überfrachtet werden sollte.

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

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

Manfred Knoche beschäftigt sich schließlich aus kritisch polit-ökonomischer Perspektive im Anschluss an Marx mit dem Thema von Open-Access-Wissenschaftspublikationen. Er kontrastiert in seinem Beitrag kommerzielle Open-Access-Strategien privatwirtschaftlicher Verlage mit den ebenfalls durch die Digitalisierung gegebenen Möglichkeiten einer gänzlich öffentlich organisierten Wissenschaftskommunikation. Open-Access-Strategien von Verlagen erscheinen aus ideologiekritischer Perspektive als funktional für die grundsätzliche Beibehaltung warenförmiger Wissenspro-

duktion und deren staatlicher Förderung unter sich verändernden technischen und sozialen Bedingungen. Dies hat, so argumentiert Knoche, auch negative Auswirkungen auf die Reproduktionschancen kritischer Wissenschaft.

Sebastian Jürss und *Nils S. Borchers* untersuchen in ihrem Beitrag den ideologischen Gehalt der Sharing Economy als bedeutendes Element des sich digitalisierenden Kapitalismus mittels einer narrativen Diskursanalyse verschiedener Manifeste und Anti-Manifeste, die seit 2010 in diesem Kontext erschienen sind. Die Autoren gelangen so zum genauen Verständnis einer solutionistischen Ideologie, die sich durch einen ungebrochenen Fortschrittsglauben, einen Antagonismus zur »Old Economy« mit innovationshemmenden Institutionen sowie die Allianz aus Technikdeterminismus und Unternehmertum auszeichnet. Dieser solutionistische Geist des digitalen Kapitalismus, so argumentieren die Autoren unter Bezug auf Mannheims Ideologiebegriff, ist ideologisch, weil er unsichtbar macht, dass die Sharing Economy auch anders aussehen könnte. Die Betonung des Teilens statt Besitzens ist zwar Merkmal der Sharing Economy, aber ein marginales, das dennoch zur Legitimation kapitalistischer Kontinuitäten erhalten muss.

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

Im Abschnitt *Ideologie in journalistischer Berichterstattung* sind Beiträge versammelt, die sich mit dem professionellen Journalis-

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

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

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

Im Abschnitt *Ideologie und Wissenschaft* geht es einerseits um die Konjunkturen bzw. das Fehlen ideologiekritischer Ansätze in der Kommunikations- und Medienwissenschaft und andererseits um Probleme, mit denen eine ideologiekritische, akademische oder auf Aufklärung abzielende Praxis konfrontiert ist. *Martina Thiele* beschäftigt sich mit dem Zusammenhang von Stereotypen und Ideologie, um anschließend den Niedergang kritischer Stereotypenforschung in der deutschen Kommunikationswissenschaft nachzuzeichnen. Das für Stereotypen charakteristische Denken in Schablonen und Dualismen ist als vor- und nachgelagerter Prozess für die

Ideologiebildung bedeutsam. Thiele geht von vier Phasen der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung aus und betont, dass die ideologiekritische Ausrichtung dieser Forschung, wie sie exemplarisch im Werk von Franz Dröge zum Ausdruck kam, in der Tendenz über diese Phasen hinweg zu einer marginalen Position wurde.

Renatus Schenkel lenkt in seinem Beitrag den Blick auf die individuellen Wirkmechanismen gesellschaftlicher Ideologien. Die Kritische Psychologie (Holzkamp-Schule) bzw. die marxistische Subjektwissenschaft wird dabei als ein marginalisierter, wenngleich für die kommunikations- und medienwissenschaftliche (Nutzungs-) Forschung fruchtbarer Ansatz vorgestellt, der in der Lage ist, problematische Stimulus-Response-Modelle oder Manipulationsmodelle der Medienwirkung grundsätzlich zu überwinden. Ideologien als Teil gesellschaftlicher Bedeutungskonstellationen determinieren individuelles Handeln nicht, sondern spannen vielmehr einen »Möglichkeitsraum« auf, in dem Rezipient*innen als Subjekte entweder restriktiv oder verallgemeinernd handlungsfähig werden.

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

3 Entstehung des Bandes und Dank

Der vorliegende Band geht auf Vorträge zurück, die auf der 2. Jahrestagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft vom 29. November bis 1. Dezember 2018 an der Ludwig-Maximilians-Universität München gehalten wurden. An der Tagung mit dem Titel »Ideologien & Ideologiekritik« nahmen über 80 Personen aus Wissenschaft und Praxis teil. Mit Beiträgen beteiligten sich neben Kommunikations- und Medienwissenschaftler*innen auch Soziolog*innen, Politikwissenschaftler*innen, Psycholog*innen und Phi-

losoph*innen. Dies zeigt, dass die Verhandlungen des Netzwerks nicht nur für Medienbeobachter, sondern auch transdisziplinär und für eine kritische Gesellschaftstheorie insgesamt Relevanz besitzen – eine leider eher seltene Ausnahme bestehender medien- und kommunikationswissenschaftlicher Forschung.

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

Dieser Band wurde im November 2019 zunächst online im verlagsunabhängigen Open Access auf der Publikationsplattform der Universität Leipzig unter einer Creative-Commons-Lizenz (CC-BY-SA 4.0) veröffentlicht. Die Gründe für diese Entscheidung sind vielfältig: Das Wissenschaftsverlagswesen ist derzeit von großen Veränderungen betroffen und aus kritischer politisch-ökonomischer Sicht ist es schwer nachvollziehbar, dass mit öffentlichen Mitteln produziertes Wissen privatisiert wird, um dann wieder mit öffentlichen Mitteln gekauft werden zu müssen (vgl. Knoche in diesem Band). Als Netzwerk geht es uns nicht nur um die Produktion kritischer Inhalte, sondern auch um die kritische Reflexion und Veränderung der gesellschaftlichen Bedingungen der Wissensproduktion. Dass sich der Westend Verlag als linker Sachbuchverlag, der auf ein breiteres Publikum als die »wissenschaftliche Community« zielt, entschieden hat, den Band nachträglich gedruckt herauszubringen, freut uns sehr.

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

Literatur

- Bendell, Jem. 2018. »Deep Adaptation: A Map for Navigating Climate Tragedy«. *IFLAS Occasional Paper* 2. <https://jembendell.com/2019/05/15/deep-adaptation-versions/>. Zugegriffen: 15.11.2019.
- Eagleton, Terry. 2000. *Ideologie. Eine Einführung*. Stuttgart, Weimar: J.B. Metzler.
- Downey, John, Gavan Titley, und Jason Toynbee. 2014. »Ideology Critique: The Challenge for Media Studies«. *Media, Culture & Society* 36 (6): 878–887. <https://doi.org/10.1177/0163443714536113>.
- Fraser, Nancy. 2018. Hegemonie in der Krise. Weshalb Trump das Machtvakuum nicht füllt und was das für gegenhegemoniale Projekte bedeuten könnte. *Luxemburg online* vom Februar 2018. <https://www.zeitschrift-luxemburg.de/hegemonie-in-der-krise-weshalb-trump-das-machtvakuum-nicht-fuellt-und-was-das-fuer-gegenhegemoniale-projekte-bedeutend-koennte/>. Zugegriffen: 15.11.2019.
- Jaeggi, Rahel. 2009. »Was ist Ideologiekritik?« In *Was ist Kritik?*, herausgegeben von Rahel Jaeggi und Tilo Wesche, 266–295. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Lazarsfeld, Paul F. 1973. »Bemerkungen über administrative und kritische Kommunikationsforschung«. In *Kritische Kommunikationsforschung. Aufsätze aus der Zeitschrift für Sozialforschung*, herausgegeben von Dieter Prokop, 7–27. München: Hanser.
- Lazarsfeld, Paul F., und Robert K. Merton. 1973. »Massenkommunikation, Publikumsgeschmack und organisiertes Sozialverhalten«. In *Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation, Band 2*, herausgegeben von Jörg Aufermann, Hans Bohrmann und Rolf Sülzer, 447–470. Frankfurt am Main: Athenäum Fischer Taschenbuch Verlag.
- Meyen, Michael. 2017. Die (doppelte) konservative Wende in der Kommunikationswissenschaft. Vortrag auf der Gründungstagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft, Ludwig-Maximilians-Universität München 30.11.2017–01.12.2017. <https://www.youtube.com/watch?v=Qtium9RjnpQ&feature=youtu.be> (00:25:48 bis 00:48:17). Zugegriffen: 15.11.2019.