

Medienpädagogische Ideologiekritik

Christian Swertz, Universität Wien

Mai 2025

Abstract

Im Beitrag wird untersucht, ob der Ideologiebegriff in der Medienpädagogik verwendet werden sollte. Dazu wird eine realdialektische Methode verwendet, mit der ein Ideologiebegriff bestimmt und anschließend exemplarisch erprobt wird. Ideologien werden als eine von einem Individuum aufgestellte Behauptung bestimmt, die mitgeteilt wird, die als unbezweifelbar richtig ausgewiesen wird, die auch dann beibehalten wird, wenn sie widerlegt worden ist und die verwendet wird um andere dazu zu nötigen, die Behauptung anzunehmen. Anhand von Wissenschaft, Religion und Ökonomie wird gezeigt, dass der Ideologiebegriff in der medienpädagogischen Theorie berücksichtigt und in Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz kommuniziert werden sollte.

In this article it is examined whether the concept of ideology should be used in media education. To this end, a real dialectical method is used to define a concept of ideology and then tested using examples. Ideologies are defined as an assertion made by an individual, which is communicated, which is recognised as unquestionably correct, which is maintained even when it has been refuted and which is used to force others to accept the assertion. Science, religion and economics are used to show that the concept of ideology should be taken into account in media education theory and communicated in media literacy measures.

Keywords: Medienpädagogik, Ideologiekritik, Medienbildung, Medienkompetenz

1 Einleitung

„Medienkompetenz erfasst die Fähigkeit zu *Medienkritik*, und dies in dreifacher Weise: [...] *Analytisch* sollten problematische gesellschaftliche Prozesse

(z. B. Konzentrationsbewegungen) angemessen erfasst werden können“ (Baacke 1997: 98). Diese Textstelle kennt vermutlich jeder Mensch, der sich einmal mit dem Medienkompetenzbegriff beschäftigt hat. Weniger bekannt ist, was mit den problematischen gesellschaftlichen Prozessen gemeint sein könnte. Mit *Konzentrationsbewegungen* gibt Baacke zwar einen nach wie vor relevanten Hinweis. Und er präsentiert eine 16 Punkte lange Liste von Fragen, mit denen Probleme markiert werden (ebd., 2f.). Aufgegriffen wurde die Liste aber selten.

Das gilt auch für viele von Baackes weiteren Hinweisen. Ein Beispiel dafür ist die an Habermas Analyse der bürgerlichen Öffentlichkeit (Habermas 1990) anschließende Bemerkung, dass es die mit Medien verbreiteten Informationen sind, mit denen ein „Fundament der bürgerlichen Gesellschaft“ (Baacke 1997: 10) erzeugt wurde. Baacke rückt den Begriff der Öffentlichkeit unter explizitem Bezug auf das von Kant als entscheidendes Merkmal des Vernunftbegriffs betonte Vermögen zum öffentlichen Vernunftgebrauch in den Mittelpunkt und greift ergänzend die Kritik von Marx an der bürgerlichen Öffentlichkeit auf:

„Programmindustrien der Werbung, Öffentlichkeitsarbeit der Konzerne, der Verwaltungsapparate, sie alle ‚produzieren‘ Öffentlichkeit, die keineswegs mehr von allen Bürgern hergestellt und geteilt wird. Aus dieser Spannung, das bürgerliche Öffentlichkeit substantielle Lebensinteressen oft ausgrenzt, gleichwohl aber das Ganze zu repräsentieren beanspruchen muß, basiert die charakteristische Schwäche vieler Formen und Vorstellungen von Öffentlichkeit in der modernen Gesellschaft“. (ebd.: 13)

Daher gilt es, alle Menschen dazu in die Lage zu versetzen, Öffentlichkeit im Interesse der eigenen politischen Handlungsfähigkeit herzustellen. Genau das ist nach Baacke das Ziel der Vermittlung von Medienkompetenz; ein Ziel, aus dem Baacke dann handlungsorientierte Vermittlungsmethoden ableitet und so die handlungsorientierte Medienpädagogik mit einem aufgeklärten Bildungsbegriff begründet.

Für die Begründung der mit Medienkompetenz bezeichneten pädagogischen Ziele greift Baacke nicht nur auf den Begriff der Öffentlichkeit, sondern auch auf den Begriff der Ideologiekritik zurück. Ideologiekritik erläutert Baacke im Kontext der kritischen Theorie insbesondere mit dem von Enzensberger entwickelten Begriff der Bewusstseinsindustrie, mit dem der Auftrag der Bewusstseinsindustrie, Bewusstsein zu erzeugen, das ausgebeutet werden kann, analysiert wird. Dabei betont er den Umstand, dass die westlichen Werte (Freiheit, Autonomie, etc.) zwar von Mitgliedern herrschender Klassen laut beschworen werden, in der Lebenswelt aber kaum beobachtet werden können und bemerkt dann, dass die Ideologiekritik sich zunehmend geringer Beliebtheit erfreut (ebd.: 34).

Es ist überraschend ist, dass Baacke das nicht bedauert, wenn er schreibt:

„Problematisch ist an den beispielhaft geschilderten ‚Ansätzen‘ (ein Lieblingswort der Pädagogik), daß sie von einem ideologiekritischen Interesse gesteuert sind und die subjektive Befindlichkeit und Bedürfnisdispositionen von Kindern und Jugendlichen keinesfalls zum Ausgangspunkt nehmen.“ (ebd.: 49)

Damit ist nun nicht gemeint, dass ideologiekritische Methoden zu verwerfen sind, weil damit ideologiekritische Interessen verfolgt werden. Baacke sieht das Problem vielmehr darin, dass Ideologiekritik als Dogma unterrichtet wird, und nicht als Option, die eigenen Bedürfnisse zu reflektieren. Wenn Ideologiekritik als Dogma unterrichtet wird, wird der Ansatz selbst zu einer Ideologie. Dieser logische Zirkel hat neben dem Selbstwiderspruch zur Folge, dass keine Handlungsoptionen eröffnet werden können und damit eine handlungsorientierte Pädagogik unmöglich wird.

Die fehlenden Handlungsmöglichkeiten sind daran zu erkennen, dass die Frage, wie denn eine Lösung für das Problem der Ideologie in der Gestaltung von Öffentlichkeit aussehen könnte, aus einer dogmatischen Sicht heraus nicht beantwortet werden kann. Mit dem Konzept der Gegenöffentlichkeit wird z. B. vorausgesetzt, dass es eine ideologisch bestimmte Öffentlichkeit gibt, gegen die Gegenöffentlichkeit gesetzt wird. Darum muss eine

ideologisch bestimmte Öffentlichkeit erhalten werden, um Gegenöffentlichkeiten zu legitimieren. Das Problem wird so weder gelöst noch bearbeitet, sondern der Reflexion entzogen.

Daher werden von Baacke die Interessen von Kindern und Jugendlichen als Ausgangspunkt gesetzt. Zu diesem Zweck bestimmt Baacke seinen auf Grundlage der Erfahrung der kommunikativen Kompetenz von Menschen entwickelten Kommunikationsbegriff als zentralen medienpädagogischen Grundbegriff. Und es ist in der Tat ein überzeugender Ansatz, mit einer anthropologischen Begründung des Kommunikationsbegriffs, wie Baacke sie im Anschluss an Apel vornimmt, Gesellschaft zu distanzieren, und dann als Individuum, das sich im Akt der Distanzierung selbst bestimmt, eine Analyse problematischer gesellschaftlicher Prozesse vorzunehmen.

Allerdings bleibt dabei unklar, ob nicht die als Bedürfnisdisposition von Kindern und Jugendlichen verstandene Kommunikation immer schon korumpiert ist und daher irgend eine Ideologie reproduziert wird, die jetzt aber nicht mehr analysiert werden kann, weil der Ideologiebegriff als Mittel der Analyse verworfen worden ist. Wenn das der Fall ist, entsteht auch hier ein Selbstwiderspruch, weil das zur gleichen nachhaltigen Stabilisierung des Problems führt wie der Ansatz, der von Baacke verworfen worden ist. Das Problem würde also nicht bearbeitet, sondern wieder der Reflexion entzogen. Das wäre nicht schön.

Nun sind die Korrelationen der Begriffe der Kommunikation, der Öffentlichkeit, der Medien und der Ideologie ein nicht nachhaltig diskutiertes medienpädagogisches Problem. Daher wird hier die Teilfrage untersucht, ob es für eine Bestimmung des Medienbildungsbegriffs und eine medienpädagogische Begründung von Medienkompetenz erforderlich ist, einen Ideologiebegriff zu berücksichtigen.

Methodisch wird dazu eine systematische Diskussion verwendet. Im ersten Schritt wird ein Begriff der Ideologie bestimmt. Anschließend wird erstens untersucht, ob der Ideologiebegriff notwendig der von Baacke formulierten Kritik unterliegt und zweitens diskutiert, ob die Phänomene, die mit dem

Begriff der Ideologie erfasst wurden, mit den Begriffen der Kommunikation oder der Öffentlichkeit erfasst werden können, womit sich die Verwendung des Ideologiebegriffs erübrigen würde. Wenn sich die Gegenstandslosigkeit des Ideologiebegriffs nicht nachweisen lässt, sollte der Begriff beibehalten werden.

Die Annahme ist dabei, dass zumindest ein Gegenstand, der mit dem Begriff der Ideologie bezeichnet wurde, evident vorhanden und relevant ist. Ein solcher Gegenstand ist die Gestaltung der Öffentlichkeit durch Kapitalist:innen zur Durchsetzung der eigenen Interessen mit Hilfe der Produktion von so etwas wie einem falschen Bewusstsein, eines Verblendungszusammenhangs, eines totalitären Charakters, eines ideologischen Staatsapparates oder einer Aufmerksamkeitsökonomie.

Diese Annahme, dass ein solcher Gegenstand vorhanden ist, erscheint berechtigt, denn den Gegenstand, der mit dem Begriff der Ideologie beschrieben wurde, hat Walter Lippmann (Lippmann 1921) entworfen, dem es gelungen ist, im Rahmen des *Colloque Walter Lippmann* 1938 in Paris unter anderem Ludwig Mises, Friedrich Hayek, Alfred Schütz und Michael Polanyi von seiner Idee zu überzeugen (Audier/Reinhoudt 2019). Diese Idee wurde anschließend – nicht zuletzt mittels der im Rahmen des Kolloquiums konzipierten Mont Pelerin Society – so nachhaltig umgesetzt, dass die im Rahmen des Kolloquiums entwickelte Bezeichnung des Gegenstands nach wie vor in vielen Debatten verwendet wird: Neoliberalismus.

2 Ideologie und Kritik

Ein Problem mit dem Begriff der Ideologie ist, dass in Theorien der Ideologie oft nicht bedacht wird, dass der Begriff auf die Theorie selbst angewandt werden kann. Wenn nicht systematisch berücksichtigt wird, dass der Begriff der Ideologie in den Gegenstandsbereich des Begriffs fallen kann, kann der Begriff zur Ideologie werden. Diese Rekursion führt dann zu der Feststellung, dass die Theorie der Ideologie selbst eine Ideologie sein muss, weil es

nicht möglich ist, Ideologien mit der Theorie zu distanzieren, ohne den Begriff der Ideologie als absoluten Standpunkt zu setzen, weshalb eine Theorie der Ideologie nichts anderes sein kann als eine Ideologie. Also ist der Begriff der Ideologie zu verwerfen.

Nun muss hier nicht diskutiert werden, ob die Argumentationen, mit denen die Widerspruchsfreiheit jeder Ideologietheorie bezweifelt wird, selbst widerspruchsfrei sind, denn solche Argumentationen verwenden eine monistische Methode (Swertz 2021) und können damit mit dem gleichen Argument, mit dem die Analyse des Ideologiebegriffs als Ideologie plausibilisiert wird, widerlegt werden, was zwar zu einem nachhaltigen Nichten des Nichts führt, nicht aber zu relevanten Erkenntnissen.

Interessanter ist ein Blick auf den Grund für diese Zirkel: Eine Rekursion hat keine Richtung. Es handelt sich um eine ungerichtete Bewegung zwischen Theorien. Das kann berücksichtigt werden, indem die Möglichkeit, dass die Theorie in ihren Gegenstandsbereich fällt, in der Theorie mit behandelt wird. Eine solche Rücksicht ist möglich, wenn die Theorie als Zustand im Raum und die Analyse von Gegenständen als Prozess in der Zeit unterschieden werden. So kann die Diskussion einer Theorie der Ideologie mit einem in derselben Theorie entwickelten Begriff der Ideologie durchgeführt werden.

Dabei wird notwendig vorausgesetzt, dass es handelnde Wesen gibt, die das tun können, und die in diesem Tun genau die Differenz erzeugen, mit der die Korrelation analysiert werden kann, die wiederum im Akt in der Präsenzzeit mit der Differenz in eins fällt. Als Prämisse der Methode gesetzt wird hier also eine Gleichzeitigkeit von Einheit und Differenz in der Präsenzzeit, die im Akt der Erzeugung der Einheit zugleich getrennt werden (Meder 2016).

Ein Beispiel für die Verwendung einer solchen Korrelation von Ganzheit und Gliederung als Prämisse ist die Argumentation, die Marx in der deutschen Ideologie verwendet hat. Marx will die Ideologie des von Hegel bestimmten Begriffs des absoluten Geistes vermeiden und setzt dazu den Pro-

zess der Geschichte (Zeit) ins Verhältnis zu den beobachtbaren materiellen Verhältnissen (Raum). Diese Dialektik setzt er dann methodisch um, wenn er in seiner Theorie des Bewusstseins bemerkt, „daß eine bestimmte Produktionsweise oder industrielle Stufe stets mit einer bestimmten Weise des Zusammenwirkens oder gesellschaftlichen Stufe vereinigt ist, und diese Weise des Zusammenwirkens [...] selbst eine »Produktivkraft« [ist]“ (Marx 1958: 29). Mit der Analyse der Produktionsweise als Produktivkraft in der Theorie des Bewusstseins wendet Marx seine Theorie auf die Theorie an, denn Marx versteht sich als Wesen, das über das Vermögen des Bewusstseins verfügt.

Mit dieser Methode ist es möglich, auf der einen Seite zu bedenken, dass der Geist „von vornherein den Fluch an sich [hat], mit der Materie »behaftet« zu sein“ (ebd.: 30), also immer schon durch die materiellen Bedingungen bestimmt wird, und andererseits zu argumentieren, dass Menschen sich davon distanzieren können:

„Die Teilung der Arbeit wird erst wirklich Teilung von dem Augenblicke an, wo eine Teilung der materiellen und geistigen Arbeit eintritt. Von diesem Augenblicke an *kann* sich das Bewußtsein wirklich einbilden, etwas Andres als das Bewußtsein der bestehenden Praxis zu sein, *wirklich* etwas vorzustellen, ohne etwas Wirkliches vorzustellen – von diesem Augenblicke an ist das Bewußtsein imstande, sich von der Welt zu emanzipieren und zur Bildung der »reinen« Theorie, Theologie, Philosophie, Moral etc. überzugehen.“ (ebd.: 30)

Der Vorteil eines solchen dualistischen Ansatzes ist es, dass damit Standpunkte nur begründet, aber nicht bewiesen werden können; mit einem monistischen Ansatz kann dagegen nur ein Standpunkt dogmatisch gesetzt werden, was zur Vernichtung aller anderen Standpunkte nötigt, womit solche Phänomene wie die derzeit oft bemerkte Spaltung der Gesellschaft erzeugt werden.

Mit einem dualistischen Ansatz ist es nicht möglich, eine Methode als die einzig mögliche zu beweisen. Es ist nur möglich zu zeigen, dass eine Me-

thode plausibel ist und nicht logisch falsifiziert werden kann. Ein Beispiel dafür ist der Satz *Ich spreche nicht*. Wird der Satz ausgesprochen, wird ein Selbstwiderspruch erzeugt. Also ist der Satz falsch. Das ist beim Satz *Ich spreche* nicht der Fall. Damit ist der Satz *Ich spreche* nicht bewiesen, kann aber vorläufig beibehalten werden. Mit dieser Methode kann auch ein Begriff der Ideologie bestimmt werden.

Für einen Begriff der Ideologie kann mit dieser Methode nur eine vorläufige Geltung beansprucht werden. Die Vorläufigkeit ist ein wesentliches Merkmal von Begriffen, die mit einer dualistischen Methode bestimmt werden. Es ist notwendig, jederzeit mit dem eigenen Irrtum zu rechnen. Falsifiziert werden könnte dieses Merkmal mit dem Nachweis einer nicht bezweifelbaren Prämisse, die es erlaubt, alles zu verstehen. Ein solcher Nachweis ist bisher nicht gelungen; weder mit Religionen, da es mehr als eine gibt, auch wenn viele Menschen glauben, dass es nur einen Gott gibt, noch mit Wissenschaften, in denen es mehr als einen Begriff der Wahrheit gibt, auch wenn es viele Menschen gibt, die glauben, dass es nur einen (oder eben keinen) Begriff der Wahrheit gibt, und erst recht nicht mit Ökonomien, auch wenn es viele Menschen gibt, die glauben, dass es nur einen richtigen Weg des Wirtschaftens gibt.

Weil bisher keine nicht bezweifelbare Prämisse nachgewiesen wurde, kann die Prämisse, dass mit dem eigenen Irrtum zu rechnen ist und also mehrere mögliche Wahrheiten anzunehmen sind, als universelle Wahrheit beibehalten werden. Universalität bezeichnet dabei den Umstand, dass diese Prämisse erstens nicht falsifiziert worden und zweitens über mehrere Generationen tradiert worden ist (Hönigswald 1959). Für diesen Begriff der Universalität ist es nicht nötig zu behaupten, dass die Prämisse nicht falsifiziert werden kann.

Damit kann der Begriff der Ideologie diskutiert werden. Erforderlich ist es dazu, von einem Phänomen auszugehen, dann einen Begriff zu bestimmen und anschließend das Phänomen mit dem Begriff zu diskutieren. Ein dafür geeignetes Phänomen ist die rücksichtslose Machtausübung, wie sie etwa

mit marktradikalen Wirtschaftsweisen, totalitären Politiken oder dogmatischen Theorien legitimiert wird. Sollte rücksichtslose Machtausübung mit einem Ideologiebegriff analysiert werden? Um das zu klären, ist nach dem Nachweis der Möglichkeit eines Ideologiebegriffs zunächst ein Ideologiebegriff zu bestimmen.

Das erste Merkmal einer Ideologie ist es, dass es sich um eine Behauptung handelt. Etwas, das nicht behauptet wird, kann auch keine Ideologie sein. Bei Ideologien handelt es sich also um etwas, das mitgeteilt wird. Die Berücksichtigung von nicht Mitteilbarem wäre möglich, indem Erfahrungen statt Mitteilungen als Kommunikationsmethode verwendet werden. Erfahrungen werden mit dem Merkmal der Mitteilbarkeit also aus dem Ideologiebegriff ausgeschlossen: Erfahrungen sind keine Ideologien. Das gilt auch für Unbewusstes. Unbewusstes kann in das Bewusstsein gehoben und dann mitgeteilt werden; dann ist es aber nicht mehr unbewusst. Dieses Merkmal ist wenig überraschend, denn logisch kann ein Gegenstand erst in den Umfang eines Begriffs fallen, wenn der Begriff bestimmt wurde und der Gegenstand damit unter dem Begriff subsumiert wurde.

Mit dem Merkmal der Mitteilbarkeit wird der Begriff der Ideologie auf Gegenstände beschränkt, die es gibt. Das ist nicht nur logisch, sondern auch medientheoretisch erforderlich, denn Ideologien als Behauptungen sind Zeichen, mit denen Gegenstände bezeichnet werden (Swertz 2009), und die insofern gleichzeitig mit dem bezeichneten verbunden und von ihm getrennt werden, womit die von Dander (2018) als Gretchenfrage bezeichnete Frage, ob es etwas außerhalb von Ideologien gibt, nur mit Ja beantwortet werden kann, weil es keine Zeichen ohne Zeichenträger gibt und daher physische Gegenstände notwendig mit dem Wort *Ideologie* vorhanden sind.

Das gilt nicht nur im Blick auf empirische Gegenstände, sondern entgegen der von Dander mit Althusser argumentierten Bestimmung des Ideologiebegriffs als Diskurs auch im Blick auf den Sachverhalt des Selbst, das sich mit der Korrelation von Ich und Selbst (Meder 2016) auch äußerlich ist, und die Korrelation dieser Korrelation mit der Korrelation zwischen Leib und Kör-

per.

Ein weiteres Merkmal einer Ideologie ist es, dass die Behauptungen als unbezweifelbare Wahrheiten mitgeteilt werden. Weil die Wahrheit nicht bezweifelt werden kann, ist es legitim, andere dazu zu zwingen, diese Wahrheit ebenfalls anzunehmen. Eine Beschränkung der Mittel zur Durchsetzung der Wahrheit durch eine Ethik gibt es dabei nicht, weil eine Ethik erst dann erforderlich wird, wenn für die Begründung der Ethik eine Theorie verwendet wird, in der angenommen wird, dass die Theorie falsch sein könnte.

Die Behauptung einer unbezweifelbaren Wahrheit geht einher mit dem Umstand, dass die Behauptungen auch dann beibehalten werden, wenn es Belege dafür gibt, dass die Behauptungen falsch sind. Dieses Merkmal von Ideologien impliziert eine Unterscheidung zwischen Individuen und Gesellschaften. Da es sowohl Individuen gibt, die Behauptungen über sich selbst beibehalten, obwohl die Behauptungen vom Individuum selbst als falsch erwiesen wurden, als auch Gesellschaften, in denen das zutrifft, könnte der Ideologiebegriff in der Korrelation von Individuen und Gesellschaften bestimmt werden. Allerdings muss bedacht werden, dass es sich bei Individuen um Lebewesen handelt, die denken und handeln können, bei Gesellschaften aber nicht. Daher können Gesellschaften Ideologien nicht behaupten. Gesellschaften können allerdings dazu verwendet werden, Ideologien zu verbreiten. Das geschieht immer dann, wenn Individuen Gesellschaften als Medium zur Kommunikation von Ideologien verwenden. Daher kann es sich bei Gesellschaften und Mitteilungen in einer Gesellschaft um Ideologien handeln. In diesen Fällen wird die Ideologie zu einem Zustand. Insofern es sich bei Ideologien um Prozesse handelt (und Mitteilungen sind Prozesse), können nur Individuen damit bezeichnet werden.

Damit kann festgehalten werden: Eine Ideologie ist eine (1) von einem Individuum aufgestellte (2) Behauptung, die (3) mitgeteilt und dabei als (4) unbezweifelbar richtig ausgewiesen wird, die (5) auch dann beibehalten wird, wenn die Behauptung widerlegt worden ist und mit der legitimiert wird, (6) andere zu nötigen, diese Position anzunehmen.

Es wurde bereits gezeigt, dass ein so gefasster Ideologiebegriff nicht durch eine performative Retorsion widerlegt werden kann. Der Begriff könnte sich nun nicht nur logisch als untauglich erweisen, sondern auch empirisch, da es um das Verständnis empirischer Beobachtungen geht. Das wird in den nächsten beiden Abschnitten untersucht.

3 Rekursion

Zunächst ist im Anschluss an die Eröffnung der Argumentation zu untersuchen, ob damit pädagogische Ansätze, in denen etwa über die Bewusstseinsindustrie unterrichtet oder die Herstellung von Gegenöffentlichkeit vermittelt wird, als Ansätze zu verstehen sind, die von einem ideologiekritischen Interesse gesteuert werden (Baacke 1997: 49), und ob der Ideologiebegriff als Grundlage der Kritik von Ideologien aus diesem Grund abzulehnen ist.

Die Frage kann nicht beantwortet werden, ohne genauer zu klären, was Baacke als pädagogischen Ansatz bezeichnet. Eine genauere Bestimmung findet sich bei Baacke allerdings nicht. Das gilt auch für pädagogische Handbücher und Lexika. Die Verwendung des Wortes in der pädagogischen Literatur legt jedoch die Vermutung nahe, dass damit die Ableitung einer Allgemeinen Didaktik aus einem Bildungsbegriff bezeichnet wird. Im Rahmen der Allgemeinen Didaktik werden dann Erziehungs- und Unterrichtsmethoden begründet. Gelegentlich scheint mit dem Begriff des Ansatzes aber auch noch die Inhaltswahl bezeichnet zu werden. Es geht dann auch darum, Inhalte auszuwählen, mit denen die intendierte Bildung eines Menschen mit den als wertvoll ausgewiesenen Methoden angeregt werden kann – und andere Inhalte auszuschließen.

Wenn nun im medienpädagogischen Unterricht nur noch Begriffe wie Kulturgüterindustrie, Bewusstseinsindustrie oder Gegenöffentlichkeit vermittelt werden, alle anderen Sichtweisen als falsch ausgewiesen werden und die Anerkennung dieser Sicht als Wahrheit unbedingt verlangt wird, dann handelt es sich bei der Medienpädagogik um eine Ideologie. Das Gleiche gilt

für die derzeit nicht zuletzt mit medienpädagogischen Angeboten durchgesetzte kapitalistische Ideologie (Swertz 2020).

Nun schlägt Baacke stattdessen die Orientierung an den subjektiven Bedürfnissen und Bedürfnisdispositionen von Kindern und Jugendlichen vor. Gemeint ist damit die Offenheit dafür,

„die ästhetische Erfahrung von Kindern und Jugendlichen ernst zu nehmen und ihnen zuzutrauen, in jeder Art von Material (wenn sie denn medienalphabetisiert werden) Anregungen und Deutungen zu finden, die sie sich aneignen und damit für sich produktiv machen.“ (Baacke 1997: 50)

In den Mittelpunkt rückt Baacke dabei die Faszination von Menschen für Medieninhalte, etwa für Italowestern. Als Bedürfnis wird damit die Faszination auch für populäre Medienhalte bestimmt, die allerdings mit einer Medienalphabetisierung verbunden werden soll, womit etwa die Vermittlung der Fähigkeit zur Analyse von Italowestern als „kommerzielles Substrat für Identifikationen“ (ebd.) gemeint ist. Als Methode schlägt Baacke dazu die handlungsorientierte Medienpädagogik vor.

Nun scheint es, auch wenn es dazu keine empirischen Studien gibt, durchaus pausibel anzunehmen, dass die eigene Produktion eines Italowesterns im Rahmen eines medienpädagogischen Projekts nur in seltenen Fällen zur Erkenntnis des kommerziellen Substrats für Identifikationen in diesem Genre führt. Für den Inhalt „kommerzielles Substrat“, der nach Baacke in den Bereich der Medienkunde fällt, ist es vermutlich eher nötig, eine Methode wie ein Lehrgespräch zu verwenden.

In einem solchen Lehrgespräch könnte durchaus die Frage aufgeworfen werden, ob Italowestern als Medium zur Durchsetzung kapitalistischer Ideologie verwendet werden. Damit kann der Ideologiebegriff als Mittel zur Analyse der eigenen, selbst alltäglich erlebten Lebensumstände vermittelt werden – ohne damit zugleich zu behaupten, dass es sich dabei um den einzig richtigen Begriff für die Analyse der Produktions-, Distributions- und Konsumtionsverhältnisse handelt, und ohne zu behaupten, dass die einzige Alternative zum Staatskapitalismus der Staatskommunismus ist und ohne

die Faszination für populäre Artefakte, die zur Identifikation mit dem Kommerz auffordern, zu verbieten. Es ist möglich, den Begriff der Ideologie zu vermitteln und Menschen dazu in die Lage zu versetzen, Ideologien zu analysieren, ohne eine Ideologie zu verbreiten. Die Vermutung, dass die von Baacke formulierte Kritik den Ideologiebegriff trifft, ist daher nicht richtig. Der Ideologiebegriff kann beibehalten werden. Es könnte aber sein, dass der Gegenstand bereits mit dem Begriff der Öffentlichkeit oder dem der Kommunikation erfasst wird.

4 Alternative Wahrheiten

Kommunikation wird von Baacke als Ausdruck des gegebenen sozialen Wesens von Menschen bestimmt, als Ausdruck seiner kommunikativen Kompetenz. Da Ideologie etwas ist, das behauptet werden muss, handelt es sich um etwas, das kommuniziert wird. Eine Ideologie ist damit ein Inhalt, der wie andere auch kommuniziert wird. Ideologien sind also ein Fall von Kommunikation, aber nicht jede Kommunikation ist eine Ideologie.

Insofern Menschen mit anderen kommunizieren, wird nach Baacke auch eine soziale Aushandlung von Kommunikation erforderlich. Die von ihm aufgeführten kommunikationskulturellen Problemlagen wie das Verschwinden der Kindheit oder die Entscheidungsdilemmata werden nicht mit Macht oder Herrschaft in einen Zusammenhang gebracht, sondern im Sinne pädagogisch relevanter ästhetischer Innovationen begriffen (Baacke 1997: 82). Die Nutzung von Medien zur Ausübung von Macht (Barberi/Swertz 2020), zu Nötigung von anderen, wird nicht thematisiert.

Im Unterschied zum Kommunikationsbegriff verbindet Baacke den Öffentlichkeitsbegriff in enger Anlehnung an Habermas mit der Entstehung und Durchsetzung der modernen bürgerlichen Gesellschaft. Dabei handelt es sich um einen machtförmigen Prozess, der vor allem mit den Veränderungen der Repräsentation diskutiert wird.

Der Begriff der Öffentlichkeit wird damit verwendet, um politische und

staatliche Strukturen zu analysieren, und zugleich verwendet, um zur Gestaltung politischer und staatlicher Strukturen aufzufordern. Öffentlichkeit „gilt nun als Prinzip, das die Kritisierbarkeit und damit Veränderbarkeit demokratischer Zustände zugleich legitimiert als auch ermöglicht“ (ebd.: 13). Das wird auch mit ökonomischen Interessen verbunden, wenn Baacke bemerkt, dass gerade privatfinanzierte Medien (also etwa das, was derzeit als Social Media bezeichnet wird), nicht an der Teilhabe von Bürger:innen am Staat interessiert sind, sondern daran, „die eigene Existenz zu sichern“ (ebd.: 14). Nicht explizit zum Ausdruck gebracht wird der Umstand, dass es dabei um Profit durch Ausbeutung geht, und auch der Umstand, dass Habermas die proletarische Öffentlichkeit explizit aus der Analyse ausgeschlossen hatte, wird nicht aufgegriffen.

Statt dessen wird der Begriff der Öffentlichkeit einerseits wie ein wertneutraler analytischer Begriff verwendet, mit dem die historische Entwicklung von Mediensystemen in Gesellschaften erfasst werden kann. Andererseits verbindet Baacke mit dem Begriff „ein Postulat: Daß ‚Öffentlichkeit‘ nur dann wahrhaft vorhanden ist, wenn sie nicht von wenigen produziert, sondern von möglichst vielen als zugänglich und gestaltbar erfahren wird“ (ebd.: 73). Mit der zweiten Begriffsbestimmung wird der Öffentlichkeitsbegriff normativ aufgeladen. Damit kann der Begriff im Kontext von Bildung sinnvoll verwendet werden. In diesem Sinne werden von Baacke auch die mit dem Öffentlichkeitsbegriff häufig verbundene Werte, vor allem der Wert der Freiheit, thematisiert.

Welche Werte mit der Durchsetzung der bürgerlichen Öffentlichkeit (etwa gegenüber einer proletarischen Öffentlichkeit) durchgesetzt werden, thematisiert Baacke jedoch nicht. Weder der Eigentumsbegriff im Allgemeinen noch das Privateigentum im Besonderen werden erwähnt, und auch der Gerechtigkeitsbegriff (Verständig/Stricker 2023) oder der Kommunikationsbegriff kommen nicht in den Blick. Wenn eine Öffentlichkeit so strukturiert wird, dass es vor allem um die Durchsetzung des Verständnisses von Freiheit als Privateigentum (auch diese Kombination kommt bei Baacke nicht

vor) geht und Informationen und Aufmerksamkeit als Waren verkauft werden, um Profit zu machen, dann kommt das mit dem Begriff der Öffentlichkeit nicht in den Blick.

Damit wird die Verwendung von Medien zum Zwecke der machtförmigen Kommunikation seitens Baacke nicht erfasst. Auch ist es nicht möglich, den Ideologiebegriff als Unterbegriff des Öffentlichkeitsbegriffs zu bestimmen, weil der Öffentlichkeitsbegriff nicht als unbezweifelbar behauptet wird und Ideologien auch nicht öffentlich mitgeteilt werden können. Daher sollte der Ideologiebegriff beibehalten werden.

5 Diskussion

Die Funktion des Ideologiebegriffs in der Medienpädagogik ist es zunächst zu analysieren, ob es sich bei der Medienpädagogik um eine Ideologie handelt. In der einleitenden Positionierung wurde gezeigt, dass eine Medienpädagogik, die mit einer dualistischen Prämisse konstruiert wird, keine Ideologie ist, weil erstens nicht behauptet wird, dass keine anderen Medienpädagogiken möglich sind, zweitens berücksichtigt wird, dass die konstruierte Medienpädagogik falsch sein könnte und daher drittens nicht erzwungen wird, dass andere die Prämisse anerkennen müssen. Das heißt allerdings nicht, dass eine solche Medienpädagogik nicht in der Absicht, die Anerkennung als Wahrheit zu erreichen, präsentiert werden darf.

Die zweite Funktion des Ideologiebegriffs in der Medienpädagogik ist es, die Fähigkeit zur Medienkritik zu vermitteln. Dazu muss erstens der Begriff vermittelt werden und zweitens müssen anschauliche Beispiele für die Verwendung des Begriffs präsentiert werden, damit die Lernenden entscheiden können, ob sie den Begriff zur Analyse problematischer gesellschaftlicher Prozesse verwenden wollen oder nicht.

Der Begriff kann vermittelt werden, indem die Definition abgeleitet und präsentiert wird. Das ist eingangs erfolgt. Daher können nun einige Beispiele

diskutiert werden, die geeignet sein könnten, den Begriff zu veranschaulichen.

Da es sich um eine Theorie handelt, für die behauptet wird, dass sie dem Begriff der Wissenschaft entspricht, ist zunächst zu prüfen, ob die Theorie der Ideologie eine Ideologie ist. Auch das ist bereits erfolgt, weil die hier vorgeschlagene Theorie nicht als unbestreitbare Wahrheit behauptet wird, sondern nur als eine Option.

Dennoch hilft ein Blick in die Geschichte der Wissenschaften, weil wissenschaftliche Ergebnisse in Medien gelegentlich als Ideologien bezeichnet und diese Inhalte dann zum Gegenstand von Medienanalysen in medienpädagogischen Interventionen werden. Deutlich ist, dass Behauptungen, die widerlegt worden sind, fast immer aufgegeben werden (Kuhn 2014). Wissenschaften sind daher in der Regel keine Ideologien. Das ist allerdings nicht immer der Fall, und wenn das nicht der Fall ist und die ersten beiden Merkmale ebenfalls zutreffen, handelt es sich bei der betreffenden wissenschaftlichen Theorie um eine Ideologie. Ein Beispiel dafür ist der Begriff des absoluten Geistes von Hegel (Hegel 1807), mit dem Hegel nicht zuletzt die Durchsetzung der Theorie bei Erzogenen mit Mitteln der Gewalt legitimiert hat (Wigger 2016).

Ein weiteres Beispiel ist die Frage, ob es sich bei einem Gottesglauben um eine Ideologie handelt. Bei diesem Medieninhalt ist zunächst zu berücksichtigen, dass die Frage nicht mit einer Religion gestellt wird, sondern mit einem Ideologiebegriff. Mit dem hier vorgeschlagenen Ideologiebegriff ist zunächst festzustellen, dass der Glaube an einen Gott (Monotheismus) die Behauptung erfordert, dass es den Gott gibt. Da es dabei um einen als allmächtig vorgestellten Gott geht, wird die Behauptung als unbezweifelbar richtig ausgewiesen. Ob die Existenz eines Gottes widerlegt werden kann, ist umstritten. Beweise der Existenz eines Gottes können zwar widerlegt werden, was nicht überraschend ist, wenn wissenschaftliche Methoden verwendet werden, um eine Religion zu diskutieren. Damit kann allerdings weder etwas Religiöses über eine Religion ausgesagt werden, noch kann damit wi-

derlegt werden, dass der Glaube an einen Gott richtig sein könnte. Es bleibt als entscheidendes Kriterium die Frage, ob andere dazu gezwungen werden, den jeweiligen Glauben anzunehmen. Das ist immer wieder der Fall. Und in diesen Fällen ist eine Religion eine Ideologie. Wenn Menschen mit einem anderen Glauben zwar toleriert, aber benachteiligt und ausgeschlossen werden, handelt es sich um einen Grenzfall. Wenn die Benachteiligung nicht dazu führt, dass ein menschenwürdiges Leben nicht mehr möglich ist, handelt es sich zwar um eine Benachteiligung, nicht aber um einen Zwang. Daher kann hier die Würde des Menschen als Kriterium verwendet werden. Wenn die Würde von Menschen verletzt wird, um eine Konvertierung zu erzwingen, wird eine Religion zur Ideologie. Wenn es zur Benachteiligung kommt, ist das zwar nicht schön, macht eine Religion aber noch nicht zu einer Ideologie.

Ein nächstes Beispiel ist Sexismus. Wenn Menschen davon überzeugt sind, dass sie ein bestimmtes Geschlecht seit Geburt haben und daher bestimmte Verhaltensweisen erforderlich sind und das anderen mitteilen, liegen die ersten drei Merkmale einer Ideologie vor. Ob diese Behauptung als unbezweifelbar richtig ausgewiesen wird, hängt vom Einzelfall ab, kommt aber offensichtlich vor. Die Behauptung, dass genetische Eigenschaften ein bestimmtes Verhalten unbedingt erfordern, kann in diesem Fall jedoch widerlegt werden. Denn dazu genügt ein Mensch, bei dem das nicht zutrifft – und dass es solche Menschen gibt, wird auch aus Sicht von Menschen, die einen zwingenden Zusammenhang sehen, nur verurteilt, aber nicht bestritten. Allerdings wird Sexismus gelegentlich damit verbunden, dass andere dazu gezwungen werden, bestimmte Verhaltensweisen an den Tag zu legen. Alan Turing ist dafür nur ein bekanntes Beispiele, und es ist klar, dass gegen Turgings Würde als Mensch verstoßen worden ist. In so einem Fall handelt es sich bei Sexismus um eine Ideologie.

Ein interessantes Beispiel ist die Behauptung, dass der marktradikale Kapitalismus die beste aller möglichen Formen der Organisation der Wirtschaft ist. Dass es sich dabei um eine Behauptung handelt, die von Individuen auf-

gestellt und mitgeteilt wird (Smith 1776), ist offensichtlich. Der marktradikale Kapitalismus wird gelegentlich als die unbezweifelbar beste Form der Organisation der Wirtschaft dargestellt. Diese Behauptung ist allerdings oft widerlegt worden, weil es viele Fälle gibt, in denen die marktradikale Organisation der Wirtschaft zu Oligopol- oder Monopolbildung, zu Kartellabsprachen oder zu überhöhten Preisen führt und es damit zu Marktversagen kommt, der Glaube an den Markt aber trotz des Versagens beibehalten wird. Auch ordoliberalen Varianten des Kapitalismus versagen in vielen Fällen, weshalb so etwas wie eine Wasserversorgung durch einen Staat im Interesse des Gemeinwohls (also sozialistisch und nicht kapitalistisch) besser organisiert werden kann. Trotzdem wird die Behauptung des Marktes als die beste aller möglichen Formen der Organisation der Wirtschaft etwa von der OECD beibehalten, und es wird durchaus versucht, andere dazu zu zwingen, diese Position anzunehmen – und zwar mit Mitteln, die bis zum Hungertod reichen. In diesen Fällen handelt es sich beim marktradikalen Kapitalismus um eine Ideologie.

Das schließt auch den Wert des Privateigentums an Produktionsmitteln ein. Sowohl Daten über die Verteilung von Kapital in der Gesellschaft (Marx 1872; Piketty 2016) als auch Daten über den Zustand der Umwelt (Meadows 1972) zeigen, dass die Behauptung, dass der Wert des Privateigentums an Produktionsmitteln unbezweifelbar und alternativlos richtig ist, falsch ist. Das gilt auch für Medienunternehmen, was in Analysen der entsprechenden Strukturen in der Medienpädagogik immer wieder gezeigt wird (Ganguin 2004; Niesyto 2017; Barberi 2019; 2020; Dander u. a. 2024).

In diesem Kontext wurde auch gezeigt, dass in der Internetvariante der Aufmerksamkeitsökonomie (Fuchs 2023) die Bedürfnisdispositionen von Kindern und Jugendlichen so entwickelt werden, dass sie den Produktions-, Distributions- und Konsumtionsverhältnissen entsprechen (Feierabend u. a. 2021). Kindern und Jugendlichen oder anderen Menschen zu verbieten, das zu tun, ist nicht legitimierbar. Der Weg zur Ideologie wäre dann auch nicht weit. Es ist allerdings auch nicht legitim, Kindern und Jugendlichen nicht zu

vermitteln, wie sie untersuchen können, ob mit der materiellen Struktur der Medien, die sie verwenden, Ideologien kommuniziert werden. Denn das nicht zu tun wäre höchstwahrscheinlich als Ausdruck einer Ideologie (wie z. B. der kalifornischen Ideologie (Barbrook/Cameron 1996) oder dem Klassenkampf von oben (Barberi 2019)) zu verstehen.

Weitere Beispiele aus dem Bereich der Politik, wie z. B. der sowjetische Stalinismus, der italienische Faschismus oder der deutsche Nationalsozialismus müssen hier nicht genauer analysiert werden – es handelt sich um Ideologien, und die bekannten Mittel der Durchsetzung dieser Ideologien veranschaulichen das mit Ideologien verbundene Problem sehr klar. Demokratien basieren dagegen nicht auf einer Ideologie, und zwar schon deswegen nicht, weil Demokratien mit demokratischen Mitteln abgeschafft werden können.

Damit sollte der Ideologiebegriff beibehalten und in der medienpädagogischen Praxis vermittelt werden. Bei der Planung von Maßnahmen sollte berücksichtigt werden, dass der Ideologiebegriff zwar zur Analyse problematischer gesellschaftlicher Prozesse geeignet ist, indem etwa untersucht wird, ob Microsoft eine Ideologie verbreitet, und analysiert wird, wie die Eigentümer:innen von Microsoft das machen. Der Ideologiebegriff ist aber nicht dazu geeignet, das eigene Handeln zu orientieren.

Das ermöglicht der Begriff der Öffentlichkeit, der für Individuen zur Orientierung ihrer Gestaltung von Medien (Verständig 2023) auch über das bestehende Mediensystem hinaus verwendet werden kann.

6 Literatur

Audier, Serge/Reinhoudt, Jurgen (2019): Neoliberalismus: wie alles anfing: das Walter Lippmann Kolloquium, Hamburg: kursbuch.edition.

Baacke, Dieter (1997): Medienpädagogik, Tübingen: Niemeyer.

Barberi, Alessandro (2019): Vom Klassenkampf – Zur Wiederkehr des historischen Materialismus, in: Medienimpulse 57, 2, 1–80.

- Barberi, Alessandro (2020): Von der Performanz. Zur Methodologie der Diskursanalyse nach Michel Foucault und Pierre Bourdieu, Köln: Janus.
- Barberi, Alessandro/Swertz, Christian (2020): Doing Digital – Ein Beitrag zur Medienkompetenzvermittlung für Entscheidungsimpulse setzende Akteurinnen, in: Valentin Dander/Patrick Bettinger/Estella Ferraro/Christian Leineweber/Klaus Rummler (Hrsg.): Digitalisierung – Subjekt – Bildung. Kritische Betrachtungen der digitalen Transformation., Opladen: Budrich, 77–96.
- Barbrook, Richard/Cameron, Andy (1996): The Californian ideology, in: *Science as Culture* 6, 1, 44–72.
- Dander, Valentin (2018): Ideologische Aspekte von „Digitalisierung“, in: Christian Leineweber/Claudia de Witt (Hrsg.): *Digitale Transformation im Diskurs. Kritische Perspektiven auf Entwicklungen und Tendenzen im Zeitalter des Digitalen*, 252–279.
- Dander, Valentin/Grünberger, Nina/Niesyto, Horst/Pohlmann, Horst (Hrsg.) (2024): *Bildung und digitaler Kapitalismus*, München: kopaed.
- Fuchs, Christian (2023): *Der digitale Kapitalismus: Arbeit, Entfremdung und Ideologie im Informationszeitalter (=Arbeitsgesellschaft im Wandel*, Weinheim Basel: Beltz Juventa.
- Ganguin, Sonja (2004): Medienkritik – Kernkompetenz unserer Mediengesellschaft, in: *Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik* 6, 1–7.
- Habermas, Jürgen (1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zur einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1807): *Phänomenologie des Geistes*, online: <https://www.gutenberg.org/files/6698/6698-8.txt>, <http://www.gutenberg.org/cache/epub/6698/pg6698-images.html> [02.10.2020].
- Hönigswald, Richard (1959): Koinonia, in: Gerd Wolandt (Hrsg.): *Analysen*

- und Probleme, Stuttgart: W. Kohlhammer, 177–202.
- Kuhn, Thomas S. (2014): Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Lippmann, Walter (1921): Public Opinion, New York: Pelican Books.
- Marx, Karl (1872): Das Kapital. Band I - Kritik der politischen Ökonomie (=Karl Marx - Friedrich Engels - Werke, Band 23), Hamburg: Otto Meissner.
- Marx, Karl (1958): Die Deutsche Ideologie, in: Karl Marx/Friedrich Engels (Hrsg.): Werke, Berlin: 11–521.
- Meadows, Donella H. (Hrsg.) (1972): The Limits to growth: a report for the Club of Rome's project on the predicament of mankind, New York: Universe Books.
- Meder, Norbert (2016): Philosophische Grundlegung von Bildung als einem komplexen Relationengefüge, in: Dan Verständig/Jens Holze/Ralf Biermann (Hrsg.): Von der Bildung zur Medienbildung, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 179–210.
- Niesyto, Horst (2017): Medienpädagogik und digitaler Kapitalismus. Für die Stärkung einer gesellschafts- und medienkritischen Perspektive, in: Medienpädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung 27, 1–29.
- Piketty, Thomas (2016): Das Kapital im 21. Jahrhundert (=C.H. Beck paperback, München: C.H. Beck.
- Smith, Adam (1776): An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, London: Strahan & Cadell.
- Swertz, Christian (2009): Medium und Medientheorien, in: Norbert Meder/Christina Allemann-Ghionda/Uwe Uhlendorff (Hrsg.): Umwelten. Sozialpädagogik/Medienpädagogik/Interkulturelle und Vergleichende Erziehungswissenschaft/Umweltpädagogik, Paderborn: Ferdinand Schöningh, 751–780.

- Swertz, Christian (2020): Der Wert der Medien in medienpädagogischen Biografien, in: *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* 37, 1–22.
- Swertz, Christian (2021): Korrelationale und retorsive Grundlagen der Real-dialektik. Eine Erörterung des Ansatzes der relationalen Medienpädagogik, in: *Aufklärung und Kritik* 28, 3, 57–72.
- Verständig, Dan (2023): Zwischen Deliberation und Desintegration: Eine fallbasierte Untersuchung von Protestbewegungen in der Pandemie, in: *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* 29–58.
- Verständig, Dan/Stricker, Janne (2023): Hacking Inequality: In fünf Schritten zu etwas mehr Bildungsgerechtigkeit, in: *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* 52, 319–339.
- Wigger, Lothar (2016): Hegels Bildungstheorie und die bildungstheoretische Biografieforschung. Traditionslinien und Perspektiven, in: Dan Verständig/Jens Holze/Ralf Biermann (Hrsg.): *Von der Bildung zur Medienbildung*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 109–130.

This work is licenced under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Austria License. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/at/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.