

# Weitermachen! Kritik der Politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation als Teil einer kritischen Gesellschaftstheorie

Sebastian Sevignani

Keywords: *Kritische Politische Ökonomie der Medien und der Kommunikation, Gesellschaftstheorie, Kapitalismus, Hegemonie, Öffentlichkeit*

Sevignani, Sebastian. 2023. Weitermachen! Kritik der Politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation als Teil einer kritischen Gesellschaftstheorie. In: *Eigentum, Medien, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Selma Güney, Lina Hille, Juliane Pfeiffer, Laura Porak und Hendrik Theine, 118–142. Frankfurt am Main: Westend.  
<https://doi.org/10.53291/HDCR3103>.

## Abstract

*In diesem Beitrag wird vorgeschlagen, die Kritische Politische Ökonomie der Medien und der Kommunikation (KPOeMK) als Teil einer kritischen Gesellschaftstheorie weiterzuentwickeln und hierbei auf materialistische Medien-, Kommunikations- und Öffentlichkeitstheorie, kritische Sozialpsychologie, medienethische Überlegungen und heterodoxe Kapitalismustheorie zurückzugreifen. Eine kommunikations- und medientheoretische Fundierung kann durch eine integrative Verhältnisbestimmung von Arbeit und Kommunikation erreicht werden, eine handlungstheoretische Fundierung durch den Bezug auf informationelle Bedürfnisse und das Konzept der kommunikativen Handlungsfähigkeit. Dabei vermag ein egalitär-perfektionistischer Ansatz eine Explikation der Kritikersprüche zu leisten; ein angemessenes Kapitalis-*

*musverständnis kann mit einer Analyse der hegemonial umkämpften Regulation und Artikulation unterschiedlicher Produktions- und Kommunikationsweisen erreicht werden. Schließlich wird gezeigt, wie die KPOeMK zu einer Zeitdiagnose des »Digitalen Kapitalismus« beitragen kann.*

*Für Manfred Knoche, der mich auf die Spur gesetzt hat.*

**Sebastian Seignani | Friedrich-Schiller-Universität Jena |**  
sebastian.seignani@uni-jena.de

## 1 Einführung

Innerhalb der deutschsprachigen medien- und kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin der Medienökonomie besteht zunächst Einigkeit, dass wirtschaftswissenschaftliche Ansätze für die Analyse von Medien und Kommunikation fruchtbar gemacht werden können. Auch der Umstand, dass die Medienökonomie mehr ist als eine Ökonomie der Medien (Kopper 1982), dass also Medien »in ihrer gesellschaftspolitischen Dimension, als Instanzen der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung und der politischen Willensbildung, berücksichtigt werden müssen« (Siegert 2003, 228), gilt als ein zweiter weitgehender Konsens. Damit endet jedoch die Einigkeit (vgl. Just und Latzer 2010, 90–91).

Derzeit lassen sich drei unterschiedlich einflussreiche medienökonomische Forschungsparadigmen identifizieren: betriebswirtschaftlich, volkswirtschaftlich-neoklassisch sowie volkswirtschaftlich-heterodox. Innerhalb der letztgenannten (vgl. auch Winseck 2011, 14–16) wurde insbesondere die Kritische Politische Ökonomie der Medien und der Kommunikation (KPOeMK) systematischer ausgearbeitet (vgl. zum Überblick Seignani 2022a). Hier ist wiederum Manfred Knoche (vgl. für einen ersten Überblick Knoche 2001; 2013) mit seinem an die Marx-Engels'schen Schriften anknüpfenden Ansatz zu nennen; ohne ihn »gäbe es heute keinen Ansatz der Kritik der Politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation im deutschsprachigen Raum« (siehe Fuchs in diesem Band).

Ich schlage vor, diesen Ansatz weiterzuentwickeln, und präsentiere im Folgenden eine programmatische Skizze, ihn als Teil einer kritischen Gesellschafts- und Kapitalismustheorie zu verstehen. Anders als bei den anderen medienökonomischen Paradigmen bewegt sich dies im Rahmen des Möglichen, da der Gegenstand nicht auf Medienmärkte (und deren Regulierung) oder auf Medienorganisationen beschränkt, sondern generell an der Rolle von Kommunikation, Medien und Öffentlichkeiten in kapitalistischen Gesellschaften interessiert ist. Kritische Gesellschaftstheorie wiederum behandelt diese Themen oft nur am Rande, obwohl sie für das Verständnis von Ideologie, politisch-kultureller Regulation, Hegemonie, (Klassen-)Bewusstsein und gesellschaftlich einflussreicher (häufig bestimmte Gruppen abwertende) Deutungsmuster von großer Bedeutung sind. Während also einerseits kritische Gesellschaftstheorie von einer lebendigen konzeptionellen und empirischen Forschung der KPOeMK entscheidend profitieren könnte, lassen sich andererseits gesellschaftstheoretische Einsichten für die KPOeMK fruchtbar machen.

Nach einer gängigen Definition von Rosa et al. (2020, 19) kombiniert (kritische) Gesellschaftstheorie sozialtheoretische Perspektiven mit Zeitdiagnosen und synthetisiert hierbei Erkenntnisse aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen, insbesondere der Soziologie, der Sozialphilosophie, der (Sozial-)Psychologie, der Politikwissenschaft, der (Sozial-)Geschichte, den Cultural Studies und der Politischen Ökonomie.<sup>1</sup> Es geht darum, Grundkonzepte des Sozialen zum einen mit Annahmen darüber zu kombinieren, wie aus den so sozialtheoretisch scharfgestellten Phänomenen gesellschaftliche Großformationen mit relativ festen Strukturen und Basisinstitutionen emergieren. Zum anderen ist dies mit Diagnosen zu verbinden, wie sich diese Großformationen (etwa »die Moderne« oder »der Kapitalismus«) aktuell entwickeln. Im Falle explizit kritischer Gesellschaftstheorie soll auch immer gezeigt werden, welche Pathologien und Dysfunktionalitäten mit diesen Entwicklungen einhergehen. Im Folgenden skizziere ich meine Überlegungen zu

---

<sup>1</sup> Bezeichnenderweise finden Debatten und Erkenntnisse aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft nur selten oder gar keinen Eingang.

einer gesellschaftstheoretisch fundierten KPOeMK analog zur vorgenommenen Dreiteilung in Sozialtheorie (Abschnitte 2, 3 und 4), Gesellschaftstheorie (Abschnitte 5 und 6) und kritische Zeitdiagnose (Abschnitt 7).

## 2 Kommunikations- und medientheoretische Fundierung: Das Verhältnis von Arbeit und Kommunikation »revisited«

Für Horst Holzer (1994; vgl. Sevignani und Polkowski 2022) umfasst eine historisch-materialistisch informierte kritische Kommunikations- und Medienforschung neben der politökonomischen Analyse auch eine Kommunikations- und Medientheorie. Dies schließt die Klärung ein, welche Gegenstände im Kontext kapitalistischer Gesellschaften kritisch untersucht werden sollen, und liefere Antworten auf eine Reihe grundlegender Fragen, wie zum Beispiel: Was sind Daten? Was sind Informationen? Was ist Kommunikation? Was ist Öffentlichkeit? Allerdings fehle eine elaborierte Theorie der Produktions- und Kommunikationsmittel, wobei bereits bei Holzer (ebd., 191) eine nicht geleistete sozialtheoretische Verhältnisbestimmung von Arbeit und Kommunikation als zentrale Leerstelle markiert wurde. Dies rächt sich spätestens unter Bedingungen der Digitalisierung und im Hinblick auf Phänomene der aktiven Mediennutzung wie der »Prosumption« Sozialer Medien und deren Ausbeutung in überwachungsbasierten Geschäftsmodellen der digitalen Medienindustrie (vgl. Andrejevic 2011). Denn nun scheint die in den Sozialwissenschaften, unter anderem durch Habermas, einflussreich etablierte strikte Trennung von produktiver und kommunikativer Tätigkeit nachhaltig infrage gestellt. Auch die Beschäftigung mit dem Thema Medienarbeit<sup>2</sup> (Mosco 2011; Wimmer und Hartmann 2015; Sandoval und Fuchs 2014; Sandoval und Sevignani 2020) kann so auf kom-

---

2 Vgl. hierzu die thematische Jahrestagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM) im Jahr 2022 (<https://gfmedienwissenschaft.de/jahrestagung-2022-arbeit>).

munikations- und sozialtheoretischer Ebene nicht systematisch begründet werden.

Eine solche Begründung wird insbesondere von Christian Fuchs in verschiedenen Anläufen unternommen (Fuchs und Sevignani 2013; Fuchs 2016). Mein anknüpfender Vorschlag besteht darin, dies mit einem Konzept von Arbeit und Kommunikation als »gegenständlichen Tätigkeiten« anzugehen (Raeithel 1998; Sevignani 2018). Die Grundlage hierfür ist ein Bild des Menschen als »gegenständlichem Gattungswesen« (vgl. zu diesem Marx'schen Konzept Quante 2013). Gegenstände sind dabei unter anderem deshalb zentral, weil nur über sie eine Verbindung zwischen den Menschen zustande kommt und sie darüber hinaus gewährleisten, dass diese sich lernend entwickeln. Das geschieht etwa dadurch, dass ihre Absichten und expressiven Realisationen auseinanderfallen und beispielsweise an der Widerständigkeit der Gegenstände scheitern, aber auch indem Intentionen anderer Individuen und früherer Generationen über die Gegenstände transportiert und angeeignet werden. In der weiterführenden Perspektive der kulturgeschichtlichen Tätigkeitstheorie (vgl. zum Beispiel Hildebrand-Nilson 1989; Miettinen und Paavola 2018) versteht man auch Kommunikation, genau wie Arbeit, als eine zweifache Tätigkeit der Objektivierung und Externalisierung auf der einen sowie der Aneignung und Internalisierung auf der anderen Seite, nun aber mittels kognitiver Werkzeuge wie der Sprache. Informatisierung als der Digitalisierung zugrunde liegender Prozess wird als Materialisierung kognitiver Werkzeuge oder des Zeichengebrauchs in der (dann digitalen, maschinenlesbaren) Informationstechnik charakterisiert (Boes et al. 2020; Wolff et al. 1999, 298 ff.; Nake 1992).

### **3 Handlungstheoretische Fundierung: Informationelle Bedürfnisse und kommunikative Handlungsfähigkeit**

Die KPOeMK geht üblicherweise von einem methodologischen Holismus aus. Dies wird mit der Annahme begründet, dass das Handeln des als *Homo sociologicus* verstandenen Akteurs stark durch die geltenden Rahmenbedingungen strukturiert ist. Hier kommt es im-

mer wieder zum (medienökonomischen) Paradigmenstreit, etwa dann, wenn die Rezipient\*innen-Souveränität etwa vonseiten der Cultural Studies oder neoklassischer MedienökonomInnen, die auf der freien Kosten-Nutzen-Abwägung von Akteuren beharren, gegenüber Strukturfordernissen eingeklagt wird. Dass Strukturen medienökonomisches Handeln bestimmen, hat selbst kritischen Erkenntniswert; allerdings, möchte man es nicht bei einer methodologischen Prämisse belassen, müsste man auch dies und das »Wie« der Determination unter Zuhilfenahme handlungstheoretischer Elemente erklären.

An dieser Stelle wäre es möglich, dass sich die KPOeMK – auch in Diskussion mit den oben genannten alternativen Paradigmen – vielfältiger materialistischer Subjektkonzeptionen bedient (vgl. zum Beispiel Meißner 2010), insbesondere derjenigen, die auf Kommunikation und Diskurs als Aspekte von Handlungsfähigkeit fokussieren (vgl. etwa Habermas 1981). Aus meiner Sicht und kompatibel zu den oben skizzierten sozialtheoretischen Überlegungen können hier subjektwissenschaftliche Ansätze (Holzkamp 1996; Braun 1992; Markard 2017) herangezogen werden. Diese gälte es dann allerdings kommunikations- und medienwissenschaftlich neu zu formulieren, etwa mit den Konzepten der sich analog zu den Medien wandelnden »informationellen Bedürfnisse«, die eine »kommunikative Handlungsfähigkeit« konstituieren (Sevignani 2019b; Chimirri und Sevignani 2022). Dies soll im Folgenden kurz ausgeführt werden.

Um sich kulturell zu orientieren, bewerten Subjekte die ihnen angebotenen Bedeutungen anhand von subjektiven Prämissen und Gründen. Sie hinterfragen (bewusst oder eher implizit), inwieweit die gesellschaftlich objektivierten Sinnstrukturen geeignet sind, ihre Lebensqualität zu erhöhen. Diese Erhöhung kann restriktiv auf Kosten anderer und unter Beibehaltung gegebener Handlungsspielräume erfolgen; oder aber perspektivisch transformativ-verallgemeinerbar in Kooperation mit anderen zum Zweck einer Steigerung der Lebensqualität und der Handlungsspielräume aller Menschen. Eingeschränkte Handlungsfähigkeit ist zwar subjektiv funktional, aber psychodynamisch nicht nachhaltig. Denn die eigene Bedürfnisbefriedigung hängt vom Willen anderer ab und bringt daher grundsätzlich

die Angst mit sich, dass diese von den Mächtigen nicht mehr gewährt wird. Die Widersprüche des restriktiven Handelns wirken sich auch auf die subjektive Qualität des Handelns aus, beispielsweise indem sie das Subjekt zu psychodynamischen Verdrängungsprozessen ins Unbewusste drängen und zu Kommunikationspathologien führen (vgl. Habermas 1984; Kempf 2023).

#### **4 Normative Fundierung: Informationelle Bedürfnisentwicklung und Erweiterung kommunikativer Handlungsfähigkeit in demokratischen Öffentlichkeiten**

Die bisher skizzierten sozial- und handlungstheoretischen Überlegungen können für eine normative Fundierung der KPOeMK genutzt werden. Obwohl sie starke Kritikansprüche etwa in Bezug auf kommerziell organisierte Medien und gegenüber der (fehlenden) Wirkmächtigkeit staatlicher Regulierungsversuche erhebt, tut sie dies in der Regel vor dem Hintergrund nur impliziter normativer Maßstäbe (Mosco 2009, 219). Kritisch gemeinte Schlüsselbegriffe wie »Ausbeutung« und »Entfremdung« vermögen aber nur dann (auch andere) zu überzeugen, wenn sie im Rahmen eines zugleich kommunikativen und tätigen Bildes von Menschen entwickelt werden. Deren Entwicklungspotenziale sind jedoch durch die von der KPOeMK analysierten kapitalistischen Kommunikationsverhältnisse eingeschränkt. Eine mit Gründen zu diskutierende Explikation ihrer Maßstäbe der Kritik wird oft nicht in Angriff genommen, auch weil man in (zumindest einseitigem) Anschluss an Marx (vgl. hierzu Lindner 2013) gegenüber medienethischen Überlegungen zu skeptisch und ideologiekritisch eingestellt ist und weil sich die KPOeMK in der Regel weniger um die Ausarbeitung ihrer auf gesellschaftliche Kommunikation bezogenen handlungstheoretischen Grundlagen kümmert, von denen normative Explikationen ausgehen müssten.

Ansätze eines radikalen Humanismus (vgl. etwa Fuchs 2022) als mögliche ethische Grundlage der KPOeMK wurden kürzlich in die Debatte eingebracht. Aufbauend auf den zuvor skizzierten handlungs- sowie medien- und kommunikationstheoretischen Grundierungen

vertrete ich die medienethische These, dass es der KPOeMK normativ um die Perfektionierung (vgl. Henning 2015 zur Perspektive eines egalitär-perfektionistischem Ansatzes) informationeller Bedürfnisse und einer Erweiterung kommunikativer Handlungsfähigkeit durch demokratische Öffentlichkeiten gehen sollte.<sup>3</sup> Kritische Öffentlichkeitstheorie (vgl. hier zum Beispiel Koivisto und Väliverronen 1996; Fraser 2001; Seignani 2022b; Seignani 2023) argumentiert, dass die Entwicklung und Verfeinerung informationeller Bedürfnisse und die Erweiterung kommunikativer Handlungsfähigkeit nur kooperativ unter demokratischen – und derzeit nur defizitär und prekär verwirklichten – Bedingungen inklusive einer Demokratisierung des Medien- und Kommunikationssystem gelingen kann. Verallgemeinerte – im Gegensatz zu restriktiver – kommunikative Handlungsfähigkeit bedeutet nicht nur, vorgegebene (hegemoniale) Bedeutungen zu interpretieren oder zu dekodieren, sondern auch neue Strukturen zu produzieren, welche die Bandbreite dessen bestimmen, was für ein Subjekt Bedeutung zu haben vermag. Dies kann nicht im Privaten geschehen und beinhaltet zudem, eigene oder für Lernprozesse geeignete Kommunikationsmittel zu schaffen und Medien (Institutionen) zu organisieren, um gesellschaftliche Sinnstrukturen kooperativ zu verändern und die (kommunikativen) Bedingungen, in denen wir leben, zu verallgemeinern. In öffentlichen Lernprozessen sollten wir nicht nur kompetente Rezipient\*innen, sondern auch Kommunikator\*innen und Medieneigentümer\*innen werden.

---

3 Interessant und anschlussfähig ist hier auch der Bezug auf *Media Capabilities* aus einer alternativen politökonomischen Perspektive bei Litschka (2019) und Hesmondhalgh (2017).



## 5 Komplexe Makrofundierung: Der (Medien-) Kapitalismus als Artikulation unterschiedlicher Produktions- und Kommunikationsweisen

»It's capitalism, stupid« – so die kritische Grundüberzeugung der KPOeMK (Knoche 2001, 180). Aber welcher eigentlich? Theorien des Monopolkapitalismus (Baran und Sweezy 1966; 2013) haben ihre Entwicklung sicherlich entscheidend geprägt (Sevignani 2022a, 7–9). Möglicherweise, und dies legen neuere Kapitalismustheorien nahe, wurde aber bisher auch auf der Makroebene die Komplexität ökonomischer Strukturen unterschätzt und auf einen (heute oft grundsätzlich eingehetzten) Widerspruch zwischen Kapital und Lohnarbeit eingengt. Wichtig ist es zudem, gesellschaftliche Barrieren der Kommodifizierung von Medien und Kommunikation zu berücksichtigen (Miège 2011, 86; Winseck 2017, 75; Winseck 2011, 24; Murdock und Golding 2016; Garnham 2011, 48–49).

Eine Möglichkeit, solche Hinweise zu integrieren, besteht darin, die Barrieren noch innerhalb des Kapitalismus zu denken. Dieser muss dann als ein komplexes und hierarchisch geordnetes Gebilde von Innen- und Außenbereichen oder von Produktions- und Kommunikationsweisen verstanden werden (vgl. hierzu Alnasseri 2003; Dörre 2009; Fraser und Jaeggi 2020). Dann wird deutlich, dass die kapitalistische Akkumulationslogik dauerhaft auf natürliche, politische, kulturell-kognitive und soziale Ermöglichungsbedingungen angewiesen bleibt, die sie nicht aus sich heraus generieren kann. Trotz einer grundsätzlichen kapitalistischen Funktionalität dieser Außenbereiche und obwohl sie ihre eigene Ökonomie, Ungleichheiten sowie (rechtfertigende) moralische Werteordnungen (vgl. Tellmann 2019, 562–563; Sayer 2000; Palomera und Vetta 2016) aufweisen, sind ihre Grenzen (hegemonial) umkämpft. Mit Murdock (2011) lassen sich idealtypisch die kapitalistische (innen) und die staatliche sowie zivilgesellschaftliche (außen) Medienökonomie unterscheiden, was es ermöglicht, historisch und regional verschiedene Mediensysteme als ein Zusammenspiel der diversen moralischen Ökonomien zu begreifen.

Medien-organisation	Kapital	Staat	Zivilgesellschaft
Strukturen	Waren und Preise	Öffentliche Güter und Steuern	Gaben und Reziprozität
Akteure / Rollen	Marktteilnehmer_innen & Konsument_innen	Bürger_innen	Genoss_innen
Handlungsmacht	Eigentum	Geteilter Nutzen	Ko-Kreation
Werte	Freiheit	Gleichheit	Solidarität

Tab. 1: Idealtypen unterschiedlicher Medienökonomien (Murdock 2011, 8; eigene Darstellung).

Wie genau die Artikulation erfolgt und von welcher Qualität sie ist, muss empirisch bestimmt werden und ist abhängig von hegemonialen Kämpfen. Die Kommodifizierung, also die Ausweitung der Prinzipien und Logiken der Markt- und Warenökonomie (Knoche 2001) zum Beispiel auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, stellt dann nur eine mögliche Form der Artikulation dar. Es sind aber auch Weisen der Enteignung der Produktionsergebnisse alternativer Ökonomien denkbar, die selbst nicht oder nur in indirekter Weise von der Markt- und Warenwirtschaft affiziert oder gar subsumiert werden. Kämpfe um den Grenzverlauf zwischen Reproduktionsbereichen und kapitalistischer Akkumulationslogik vermag man dann als Aufeinanderprallen moralischer Ökonomien mit ihren eigenen Öffentlichkeiten zu analysieren, also beispielsweise als Kämpfe um informationelle Selbstbestimmung und kommunikative Handlungsfähigkeit zwischen einer kapitalistischen, überwachungsgetriebenen und einer Commons-basierten Medien- und Internetökonomie (Sevignani 2019a), etwa wenn Nutzer\*innen dazu aufrufen, das kommerzielle Soziale Medium Twitter zu verlassen und in das *Fediverse* (etwa zu Mastodon) zu migrieren.

Eine emanzipatorische Richtungsbestimmung, durchaus im Sinne eines von mir normativ präferierten egalitären Perfektionismus (vgl. Abschnitt 3), lässt sich mit Erik Olin Wright (2015, 98) vornehmen. Sowohl das, was im Gegensatz zur Reproduktion als offiziell-wirt-

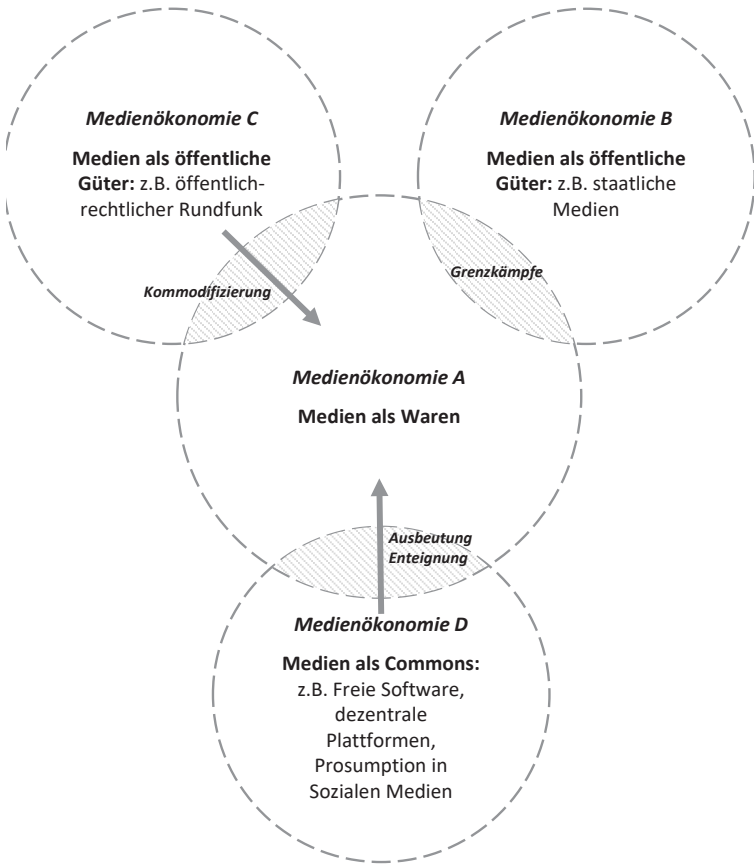


Abb. 2: Mögliche Artikulationen unterschiedlicher Medienökonomien im Kapitalismus.

schaftliche Aktivität anerkannt ist, als auch, wie die unterschiedlichen (Medien-)Ökonomien zusammenspielen, hängt vom Einsatz der Akteursgruppen aus den drei unterschiedlichen Bereichen der kapitalistischen Wirtschaft, des Staates und der Zivilgesellschaft sowie ihrer akkumulierten Macht ab. Der KPOeMK geht es bei all den unterschiedlichen möglichen (De-)Artikulationsszenarien normativ um »Konfigurationen sozialer Ermächtigung« (ebd.), also dass Macht über die wirtschaftlichen Aktivitäten letztlich vom zivilgesellschaftlichen Pol ausgehen sollte.

Je nachdem, wie sich diese Form sozialer-zivilgesellschaftlicher Macht in wirtschaftliche oder staatliche Macht übersetzt und jene effektiv kontrolliert, spricht man politisch von einer von drei Ermächtigungsstrategien (vgl. ebd.): einer »sozialistischen« (soziale Macht übersetzt sich in *staatliche* Macht und kontrolliert darüber vermittelt die ökonomischen Aktivitäten), einer »sozialdemokratischen« (soziale Macht übersetzt sich in *staatliche* Macht und kontrolliert darüber vermittelt die ökonomischen Aktivitäten teilweise direkt, teilweise aber auch indirekt über die privaten Akteure, denen ein gewisser Einfluss erhalten bleibt) oder einer an der *Social Economy* orientierten Strategie (soziale Macht übersetzt sich in *wirtschaftliche* Macht und kontrolliert darüber vermittelt die ökonomischen Aktivitäten). Ein aktuelles Beispiel hierfür wäre die Etablierung eines *Public Service Internet* (vgl. zum Beispiel Unterberger und Fuchs 2021), in dem zivilgesellschaftliche und öffentlich-rechtliche Kommunikator\*innen zusammen eine vermutlich dezentral organisierte, aber nicht fragmentierte partizipativ-demokratische Medieninfrastruktur aufbauen und inhaltlich bespielen.

## 6 Zwischen Akteuren und Strukturen: (Klassen-) Hegemonie sowie kulturelle und politische Regulation in und durch Öffentlichkeiten

Als dialektische Gesellschaftstheorie (vgl. Mosco 2009, 185–187) muss die KPOeMK auch nachvollziehbar machen, wie (dominante) soziale Strukturen aus menschlichem Handeln erwachsen (ebd., 20). Ich halte hier aus mehreren Gründen eine Verbindung einerseits der Regulationstheorie (vgl. Atzmüller et al. 2013; insbesondere Sum und Jessop 2013) und andererseits kritischer Hegemonie- und Öffentlichkeitstheorien im Anschluss an Antonio Gramsci sowie Oskar Negt und Alexander Kluge (Sevignani 2022c) für weiterführend. Erstere zeigt, dass kapitalistische Strukturen der kulturellen und politischen Koordinierung bedürfen; letztere helfen, die komplexen Aushandlungsprozesse dabei zu erkennen.

Regulationstheoretische Perspektiven starten mit der Verwunderung, dass die Kapitalakkumulation, gesellschaftlich betrachtet,

eigentlich ein sehr unwahrscheinlicher Fall ist. Betrachtet man sie vereinfacht anhand der Marx'schen Formel  $G - W - G'$ , kann an jeder Transformation (gemeint sind die Striche) ein Problem auftreten. Zum Beispiel verkaufen sich die produzierten Waren nicht oder es steht kein Startkapital für die Produktion bereit; ganz zu schweigen davon, dass Staaten die Eigentumsverteilung so organisieren müssen, dass hinreichend freie Lohnarbeiter\*innen zur Verfügung stehen, die zusätzlich entsprechend qualifiziert und durch Sorge- oder Reproduktionsarbeiten in die Lage versetzt werden müssen, tatsächlich Leistung zu erbringen (vgl. für die vielfältigen Widersprüche des Kapitals Harvey 2017). Hinzu kommt, wenn man, wie in Abschnitt 5 vorgeschlagen, eine komplexe Kapitalismustheorie zugrunde legt, dass es verschiedene Produktions- und Kommunikationsweisen miteinander zu verbinden und Grenzkämpfe zu schlichten gilt. All dies verlangt nach kultureller und politischer Regulation, verstanden als Gesamtheit institutioneller Normen. Die Regulationstheorie hat hier unter Beachtung politischer Institutionen und der Akzeptanz kultureller Muster historisch und geografisch verschiedene stabile Regime identifiziert und damit die Reproduktion des Kapitalismus für kulturelle und politische Aushandlungen geöffnet. Auf Medien bezogen bedeutet das, dass auch diese einerseits selbst reguliert werden und andererseits gemeinsam mit kulturellen sowie politischen Öffentlichkeiten für gelingende Regulation eine wichtige Rolle spielen (Grisold 2009).

Die kulturellen und politischen Aushandlungen, also die Wege hin zu relativ stabilen Regulationen, lassen sich wiederum mit der Hegemonie- und Öffentlichkeitstheorie genauer und als durchaus auch zwischen verschiedenen Kapitalfraktionen (Garnham 2011, 51) umkämpft in den Blick nehmen. Während der hegemonietheoretische Zugang vor allem auf politisch-kulturelle Meinungsbildungsprozesse fokussiert und nachvollziehbar macht, wie sich dominante Positionen in Institutionen materiell verdichten oder sedimentieren (vgl. hierzu Sum und Jessop 2013), hilft kritische Öffentlichkeitstheorie, dabei auch die materiellen und medienorganisatorischen Aspekte solcher Aushandlungsprozesse und der »Herstellung von Erfahrung« (Negt und Kluge 1972, 27) herauszuarbeiten. Dabei sieht sie sich stets mit

dem gewichtigen Problem konfrontiert, dass Überzeugungen zwar mit der ökonomischen Struktur in Verbindung stehen, sich aber nicht aus ihr ableiten lassen (vgl. beispielsweise Laclau und Mouffe 2012, 100–102). Auf dem Weg zur politisch-kulturellen Führung ist es einerseits notwendig, dass mit sozialen Bewegungen verbundene Publizist\*innen verallgemeinerungsfähige Inhalte ausarbeiten. Andererseits müssen traditionelle Intellektuelle in den Massenmedien für diese Inhalte gewonnen werden, um unterschiedliche sozioökonomische Gruppen von einem Herrschafts- oder Regulationsprojekt zu überzeugen. Erst durch Hegemonieanalysen und ein Verständnis, wie unterschiedliche Öffentlichkeiten interagieren, wird – innerhalb eines aus den grundlegenden Funktionserfordernissen des Kapitalismus resultierenden Rahmens (vgl. Knoche 2001) – verständlich, was Medienorganisationen im Sinne einer »dominanten Ideologie« verbreiten (Altheide 1984; Garnham 2011, 45–46). Akteure sind hier zunächst »Interessengemeinschaften« oder soziale Bewegungen, die durch strukturelle Diskriminierung und Betroffenheiten im Rahmen kapitalistischer Produktions- und Kommunikationsverhältnisse erzeugt werden und versuchen, in Gegenöffentlichkeiten bestehende Regulationsformen und hegemoniale Ordnungen unter Druck zu setzen – oder daran scheitern.

Mit der Hegemonietheorie lässt sich nicht nur nachvollziehen, wie sich aus Teilöffentlichkeiten dominante Öffentlichkeiten herstellen, sondern auch der vorgelagerte Prozess verstehen, also wie sich aus Subjekten, die handlungsfähig werden wollen und müssen (vgl. Abschnitt 3), Interessengemeinschaften formen, die Gegenöffentlichkeiten bilden oder eben nicht. Bei Gramsci (vgl. die Ausführungen bei Sutter 2016) organisiert der Alltagsverstand als bewährter Bestand an Wissens-, Denk- und Gefühlsformen den primären Erfahrungsprozess, vor dessen Hintergrund neue Erfahrungen gemacht werden können. Letztere sedimentieren und werden dadurch ihrerseits wieder Teil des Alltagsverstandes. Seine Elemente speisen sich aus unterschiedlichen Quellen, aus tradierten Überzeugungen und in der sozialen Laufbahn gesammelten Erlebnissen, aus Mustern von Lebensformen und -vorstellungen, die sich aus der Zugehörigkeit zu bestimmten Milieus, sozialen Gruppen oder unterschiedlichen Rol-

lernerwartungen ergeben, sowie aus Problemen, die sich in konkreten Handlungskontexten innerhalb einer Familie oder eines Betriebs stellen. Zudem wirken gesellschaftlich verbreitete Deutungsangebote und die wahrgenommene »öffentliche Meinung« auf ihn ein. Insofern erscheinen bestimmte öffentliche Deutungen plausibel oder subjektiv zustimmungsfähig, weshalb davon auszugehen ist, dass sie eine größere öffentliche Resonanz finden, wenn sie an Elemente aus dem Alltagsverstand anzuknüpfen oder diese in eine »stimmige« Ordnung zu bringen vermögen, also zum Beispiel Probleme im Betrieb mit tradiertem Handlungswissen und familiären Werten kongruieren lassen. Spiegelbildlich dazu verhält es sich, wenn nicht-passformige Elemente desartikuliert und in ihrer Deutungsfähigkeit herabgesetzt werden.

## **7 Ausblick: Kritische Politische Ökonomie der Medien und der Kommunikation im Digitalen Kapitalismus**

Während Diagnosen einer postindustriellen Wissens- oder Informationsgesellschaft (oder das in Deutschland prominente Stichwort einer »Industrie 4.0.«) von einer vollkommenen Umwälzung bisheriger Verhältnisse ausgehen, ist es wichtig, zunächst die Kontinuität von kapitalismusspezifischen Merkmalen anzuerkennen. Diese bestehen in der Zentralisation und Konzentration von Produktions- und Kommunikationsmitteln, abhängiger und dadurch ausbeutbarer Arbeit sowie einer sich verselbstständigenden und konkurrenzgetriebenen Wachstums- und Akkumulationslogik. Dann muss aber auch die fortgeführte kapitalistische Entwicklung, beispielsweise in Form der zunehmenden Finanzialisierung mitbedacht werden. Zudem gilt es, die Frage nach Veränderungen, die sich im Zuge des Medien- und Technologiewandels sowie der Produktivkraftentwicklung abzeichnen, zu stellen. In diesem Sinne hat die zeitdiagnostische Debatte um einen »Digitalen Kapitalismus« in den letzten Jahren an Fahrt aufgenommen (vgl. etwa Staab 2019; Pfeiffer 2021; Fuchs 2021; Carstensen et al. 2023). Informationstechnik- und Medienentwicklung wie auch insbesondere die Vernetzung in einem globalen Informationsraum und die allgegenwärtige Einbettung von Medien und Technik durch

vielfältige Schnittstellen in den Alltag, werfen weitere Fragen nach produktivkraftgeleiteten Veränderungen der kapitalistischen Gesellschaft (Arbeit, Ökonomie, Politik, Kultur, Subjekt) auf, etwa durch Künstliche Intelligenz, Big Data und Plattformen.

Weil die erweiterte Medien- mit der allgemeinen Produktionsmittelindustrie tendenziell konvergiert, bekommt die Forschung der KPOeMK, die sich schon immer mit sogenannten immateriellen Gütern, ihren spezifischen (Netzwerk- und Plattform-)Ökonomien sowie deren »externen«, also kulturell-politischen Implikationen beschäftigt, eine neue gesellschaftstheoretische Bedeutung. Dies möchte ich abschließend an zwei prominenten Aspekten des Digitalen Kapitalismus demonstrieren: der Verzahnung von Partizipation und Ausbeutung sowie dem digitalen Strukturwandel der Öffentlichkeit.

Digitale Technologien sind in neuem Maße in der Lage, die Selbsttätigkeit von Subjekten in Verwertungsprozesse einzuspannen. Das geschieht zum Beispiel durch Formen algorithmischer Arbeitssteuerung (Schaupp 2020), die Elemente tayloristischer Arbeitskontrolle und partizipativer (Projekt-)Arbeit kombinieren, indem sie auf eine Feedback-basierte Selbstoptimierung von Arbeitsprozessen und Organisationsabläufen abzielt. Allgegenwärtige Vernetzung ermöglicht (über eine bloße Intensivierung hinaus) neue Formen von Arbeit in Wertschöpfungsprozesse (und auch eine Entlastung oder Neuformierung des Sozialstaates; vgl. van Dyk 2019) einzubinden (Huws 2014), entweder direkt durch Cloud-, Crowd- und Gig-Work (vgl. Greef et al. 2017) oder durch Koppelung unterschiedlicher Produktions- und Konsumptionsweisen (vgl. Abschnitt 5). Hierbei werden wiederum entweder die Ergebnisse von kreativen oder Software-Commons angeeignet oder die kommunikativen Tätigkeiten der Nutzer\*innen, ihr »Verhaltensüberschuss« (Zuboff 2018), durch Datafizierung ihres Alltags profitabel genutzt. Die von der KPOeMK bereits früh gestellte Frage, inwieweit Medienkonsum als eine Form der wertschöpfenden Tätigkeit zu betrachten ist (Smythe 1977; vgl. Seignani und Busche 2023), hat im Zuge dieser zeitdiagnostischen Diskussionen wieder an Bedeutung gewonnen (vgl. etwa Voß 2020).

Öffentlichkeiten haben jenseits ihrer regulativen Rolle im Kapitalismus (vgl. Abschnitt 6) und der eben skizzierten Ausbeutung



von Öffentlichkeit im Digitalen Kapitalismus, selbst eine politische Ökonomie. Dies deutlich herauszuarbeiten ist einer der Vorzüge der Habermas'schen Analysen zum Strukturwandel der Öffentlichkeit (1990; 2022), wobei allerdings die Affirmation eines gemischten Mediensystems aus kleinen Warenproduzent\*innen und öffentlich-rechtlichen Akteuren durchaus kritisch gesehen werden kann (vgl. Sevigani 2023; Prokop 1987). Neben der Kontinuität und Intensivierung einiger problematischer Aspekte der Kommerzialisierung von Medien im Internet, wie etwa die Perpetuierung ungleicher Aufmerksamkeit, allgemein deren Kommodifizierung, eine fortgesetzte Informationsexplosion und Kommunikationsbeschleunigung, die oberflächliche Interaktionen begünstigen und Irritation sowie Meinungsänderung erschweren (ein Klick ist noch keine Rezeption, ein Like noch keine Auseinandersetzung), möchte ich abschließend auf drei aktuelle Tendenzen im digitalen Strukturwandel der Öffentlichkeit eingehen: die Disintermediation durch digitale Kommunikation, die Re-Intermediation durch kommerzielle Plattformen (vgl. Sevigani 2022) sowie eine neue Medienkonzentrationsform derselben (vgl. hierzu Theine et al. 2023).

Bei der Disintermediation geht es um den veränderten Zugang zur Öffentlichkeit, mithin um Einflussnahme darauf, was öffentlich relevant ist, was diskutiert wird und was Einfluss auf Politik nehmen kann. Die klassischen Massenmedien als Gatekeeper zur Öffentlichkeit verlieren an Bedeutung, denn sie können mithilfe Sozialer Medien umgangen oder unter Druck gesetzt werden, auch über anderes zu berichten. Dadurch gestaltet sich der Zugang zur Öffentlichkeit für Individuen und aktivistische Medien einfacher, was mit einem erhöhten Hegemoniebedarf von führenden Gruppen einhergeht. Möglicherweise können so Veränderungen im gesellschaftlichen Kräfteverhältnis angestoßen werden, ohne zuvor den Marsch durch die Institutionen erfolgreich absolviert zu haben.

Gleichzeitig zur Disintermediation von Mediensystemen findet eine Re-Intermediation durch kommerzielle Plattformen oder Meta-Medien statt: Sie sind nun wichtige Gatekeeper mit geänderten Rollen. Bisher haben sie weder journalistischen Anspruch noch gibt es Redaktionen, in denen diskutiert und nach journalistischen Kriterien

wie Aktualität, Objektivität, Ausgewogenheit, Transparenz und sorgfältiger (doppelter) Recherche selektiert wird. Allerdings werden sie durch staatliche Regulierungen, wie dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz gegen Hasskriminalität, und aufgrund der Gefahr einer Verbreitung strafbarer Inhalte teilweise zu redaktioneller Kontrolle gezwungen. Alle publizistischen Medien sind auf den Plattformen vertreten und das heißt auch, dass sich Öffentlichkeit in einem Raum verwandelt, der nicht mehr unverfügbar zwischen den Akteuren in einer Gesellschaft aufgespannt ist, sondern der privaten Kontrolle von Digitalkonzernen unterliegt. Letztere vermögen ihn nach ihren Interessen zu kuratieren und bevorzugen beispielsweise Werbung gegenüber politischen Inhalten oder Kommunikationen, die den erhobenen Nutzungspräferenzen entsprechen, gegenüber solchen, die Lernprozesse initiieren.

Schließlich sind neue, über die konglomerate Medienkonzentration hinausgehende Tendenzen zu beobachten, die als das »Kapern« ganzer Medienumwelten begriffen werden können. Hinter den Sozialen Medien stehen Digitalkonzerne, die nicht nur die Produktions-, Verteilungs- und Konsumptionsbedingungen der Medienproduktion direkt, also durch den Kauf oder die finanzielle Unterstützung von Medienunternehmen, kontrollieren, sondern auch indirekt, indem sie Einfluss auf alle vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfung im Medienbereich, wie die Beschaffung von Informationen, die Produktion und Zusammenstellung von Inhalten, technische Produktion, Distribution und Marketing, nehmen. Durch die Privatisierung nicht nur von einzelnen Knotenpunkten in der Öffentlichkeit, sondern der gesamten, Öffentlichkeit ermöglichenden Infrastruktur, gelingt es diesen Akteuren, auch mittelbar gestaltende Macht auf die sozialen, kulturellen, rechtlichen und politischen Hintergrundbedingungen des Journalismus sowie die Quellen selbst, also auf alles, was Journalist\*innen brauchen, um arbeiten zu können, auszuüben (vgl. Dachwitz und Fanta in diesem Band). Die zentrale Frage der KPOeMK, wie die politökonomische Organisationsform der Medien den öffentlichen Meinungsbildungsprozess beeinflusst (vgl. hierzu etwa Knoche 2005; Fuchs 2014), ist, so hoffte ich zu zeigen, von großer gesellschaftstheoretischer Brisanz.

## Literatur

- Alnasseri, Sabah. 2003. Ursprüngliche Akkumulation, Artikulation und Regulation. Aspekte einer globalen Theorie der Regulation. In: *Fit für den Postfordismus? Theoretisch-politische Perspektiven des Regulationsansatzes*, herausgegeben von Ulrich Brand und Werner Raza, 131–157. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Altheide, David L. 1984. Media Hegemony: A Failure of Perspective. *The Public Opinion Quarterly* 48 (2): 476–490.
- Andrejevic, Mark. 2011. Facebook als neue Produktionsweise. In: *Generation Facebook: Über das Leben im Social Net*, herausgegeben von Oliver Leistert und Theo Röhle, 31–50. Bielefeld: Transcript.
- Atzmüller, Roland, Joachim Becker, Ulrich Brand, Lukas Oberndorfer, Vanessa Redak und Thomas Sablowski (Hrsg.). 2013. *Fit für die Krise?: Perspektiven der Regulationstheorie*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Baran, Paul A., und Paul M. Sweezy. 1966. *Monopoly Capital: An Essay on the American Economic and Social Order*. New York: Monthly Review Press.
- Baran, Paul A., und Paul M. Sweezy. 2013. The Quality of Monopoly Capitalist Society: Culture and Communications. *Monthly Review* 65 (3). <https://monthlyreview.org/2013/07/01/the-quality-of-monopoly-capitalist-society-culture-and-communications/>. Zugegriffen: 20.02.2023.
- Boes, Andreas, Tobias Kämpf und Alexander Ziegler. 2020. Arbeit im Informationsraum – Informatisierung als Perspektive für ein soziologisches Verständnis der digitalen Transformation. In: *Soziologie des Digitalen – Digitale Soziologie? (Soziale Welt, Sonderband 23)*, herausgegeben von Sabine Maasen und Jan-Hendrik Passoth, 305–325. Baden-Baden: Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845295008-305>.
- Braun, Karl-Heinz. 1992. Diskursethik und Subjektwissenschaft: Vorschläge zur subjekttheoretischen Erweiterung der diskursethischen Konzeption von Jürgen Habermas. *Forum Kritische Psychologie* 29: 56–88.
- Carstensen, Tanja, Simon Schaupp und Sebastian Seivignani (Hrsg.). 2023. *Theorien des Digitalen Kapitalismus*. Berlin: Suhrkamp.
- Chimirri, Niklas Alexander, und Sebastian Seivignani. 2022. Media Reception from the Standpoint of the Subject: A Specification of the Agentic Recipient via Critical Psychology. ECREA 2022 9<sup>th</sup> European Communication Conference, 19.10.2022–22.10.2022. Aarhus, Denmark.
- Dachwitz, Ingo, und Alexander Fanta. 2023. Presse und Plattformen: Ohne Google geht nichts. Von der neuen Abhängigkeit des Journalismus im Digitalen. In: *Eigentum, Medien, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Selma Güney, Lina Hille, Juliane Pfeiffer, Laura Porak und Hendrik Theine, 287–309. Frankfurt am Main: Westend. <https://doi.org/10.53291/GEPO1696>.
- Dörre, Klaus. 2009. Die neue Landnahme. Dynamiken und Grenzen des Finanzmarktkapitalismus. In: *Soziologie – Kapitalismus – Kritik: Eine Debatte*, herausgegeben von Klaus Dörre, Stephan Lessenich und Hartmut Rosa, 21–86. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Fraser, Nancy. 2001. Neue Überlegungen zur Öffentlichkeit: Ein Beitrag zur Kritik real existierender Demokratie. In: *Die halbierte Gerechtigkeit: Schlüsselbegriffe des postindustriellen Sozialstaats*, von Nancy Fraser, 107–150. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Fraser, Nancy, und Rahel Jaeggi. 2020. *Kapitalismus: Ein Gespräch über kritische Theorie*. Berlin: Suhrkamp.
- Fuchs, Christian. 2014. Social Media and the Public Sphere. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique* 12 (1): 57–101.
- Fuchs, Christian. 2016. *Critical Theory of Communication: New Readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the Age of the Internet*. London: University of Westminster Press.
- Fuchs, Christian. 2022. *Digital Humanism. A Philosophy for 21<sup>st</sup> Century Digital Society*. Bingley: Emerald.
- Fuchs, Christian. 2023. Zur Kritik der Politischen Ökonomie des Digitalen Kapitalismus: Die Aktualität von Manfred Knochens Beitrag zur Kritik der Politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation. In: *Eigentum, Medien, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Selma Güney, Lina Hille, Juliane Pfeiffer, Laura Porak und Hendrik Theine, 76–95. Frankfurt am Main: Westend. <https://doi.org/10.53291/BWUB5365>.
- Fuchs, Christian, und Marisol Sandoval. 2014. Digital Workers of the World Unite! A Framework for Critically Theorising and Analysing Digital Labour. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique* 12 (2): 486–563.
- Fuchs, Christian, und Sebastian Seignani. 2013. What Is Digital Labour? What Is Digital Work? What's Their Difference? And Why Do These Questions Matter for Understanding Social Media? *TripleC: Communication, Capitalism & Critique* 11 (2): 237–293. <https://doi.org/10.31269/triplec.viii.2.461>.
- Garnham, Nicholas. 2011. The Political Economy of Communication Revisited. In: *The Handbook of Political Economy of Communications*, herausgegeben von Janet Wasko, Graham Murdock und Helena Sousa, 41–61. Malden: Blackwell.
- Greef, Samuel, Wolfgang Schroder, Alexander Akel, Alex Berzel, Oliver D'Antonio, Lukas Kiepe, Benedikt Schreiter und Hans-Joachim Sperling. 2017. *Plattformökonomie und Crowdworking: eine Analyse der Strategien und Positionen zentraler Akteure*. Forschungsbericht. Bundesministerium für Arbeit und Soziales, FB500. Berlin: Bundesministerium für Arbeit und Soziales; Universität Kassel, FB 05 Gesellschaftswissenschaften, Fachgebiet Politisches System der BRD – Staatlichkeit im Wandel. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-55503-3>.
- Grisold, Andrea. 2009. Zur Politischen Ökonomie der Medien: Eine heterodoxe Erweiterung. In: *Heterodoxe Ökonomie*, von Joachim Becker, Andrea Grisold, Gertraud Mikl-Horke, Reinhard Pirker, Hermann Rauchenschwandtner, Oliver Schwank, Elisabeth Springler und Engelbert Stockhammer, 147–176. Marburg: Metropolis.
- Habermas, Jürgen. 1981. *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt: Suhrkamp.

- Habermas, Jürgen. 1984. Überlegungen zur Kommunikationspathologie. In: *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*, von Jürgen Habermas, 226–269. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen. 1990. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen. 2022. *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Demokratie*. Berlin: Suhrkamp.
- Henning, Christoph. 2015. *Freiheit, Gleichheit, Entfaltung: Die politische Philosophie des Perfektionismus*. Frankfurt am Main: Campus.
- Hesmondhalgh, David. 2017. Capitalism and the Media: Moral Economy, Well-Being and Capabilities. *Media, Culture & Society* 39 (2): 202–218. <https://doi.org/10.1177/0163443716643153>.
- Hildebrand-Nilshon, Martin. 1989. Intersubjektivität und die Semantisierung des Motivsystems. Psychologische Überlegungen zur Sprachevolution. In: *Theorien vom Ursprung der Sprache*, Bd. 2, herausgegeben von Joachim Gessinger und Wolfert von Rahden, 249–319. Berlin: Walter de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110881943.2.249>
- Holzer, Horst. 1994. *Medienkommunikation: Einführung in handlungs- und gesellschaftstheoretische Konzeptionen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Holzkamp, Klaus. 1996. Psychologie: Selbstverständigung über Handlungsbegründungen alltäglicher Lebensführung. *Forum Kritische Psychologie* 36: 7–112.
- Huws, Ursula. 2014. Klassengrundlagen im digitalen Zeitalter. *Das Argument. Zeitschrift für Philosophie und Sozialwissenschaften* 308: 408–420.
- Just, Natascha, und Michael Latzer. 2010. Ökonomische Theorien der Medien. In: *Theorien der Medien: Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus*, herausgegeben von Stefan Weber, 78–103. Konstanz: UVK.
- Kempf, Victor. 2023. Die Öffentlichkeit im Modus systematisch verzerrter Kommunikation. Mit Habermas über ihn hinaus. In: *Entgrenzte Öffentlichkeit: Debattenkulturen im politischen und medialen Wandel*, herausgegeben von Simone Jung und Victor Kempf, 195–226. Bielefeld: Transcript.
- Knoche, Manfred. 2001. Kapitalisierung der Medienindustrie aus politökonomischer Perspektive. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 49 (2): 177–194.
- Knoche, Manfred. 2005. Medienkonzentration und Meinungsvielfalt: Von empirischen Studien zur kapitalismuskritischen Medienkonzentrationstheorie. In: *Die Aktualität der Anfänge: 40 Jahre Publizistikwissenschaft an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz*, herausgegeben von Jürgen Wilke, 117–140. Köln: Herbert von Halem.
- Knoche, Manfred. 2013. Krisenhafte kapitalistische Produktionsweise als Triebkraft für Restrukturierungen und Transformationen (in) der Medienindustrie. Erklärende Theorieelemente einer Kritik der politischen Ökonomie der Medien. In: *Langfristiger Wandel von Medienstrukturen: Theorie, Methoden, Befunde*, herausgegeben von Wolfgang Seufert und Felix Sattelberger, 87–111. Baden-Baden: Nomos.
- Koivisto, Juha, und Esa Väliverronen. 1996. Resurgence of the Critical Theories of Public Sphere. *Journal of Communication Inquiry* 20 (2): 18–36.

- Kopper, Gerd G. 1982. Medienökonomie – Mehr als »Ökonomie der Medien«. Kritische Hinweise zu Vorarbeiten, Ansätzen, Grundlagen. *Media Perspektiven* (2): 102–115.
- Laclau, Ernesto, und Chantal Mouffe. 2012. *Hegemonie und radikale Demokratie: Zur Dekonstruktion des Marxismus*. 4., durchgesehene Auflage, Wien: Passagen.
- Lindner, Urs. 2013. *Marx und die Philosophie: Wissenschaftlicher Realismus, ethischer Perfektionismus und kritische Sozialtheorie*. Stuttgart: Schmetterling.
- Litschka, Michael. 2015. Medien-Capabilities als polit-ökonomisches Konzept. Theoretische Grundlagen und mögliche Anwendungen. *Communicatio Socialis* 48 (2): 190–201. <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2015-2-190>.
- Markard, Morus. 2017. Kritische Psychologie: Forschung vom Standpunkt des Subjekts. In: *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*, herausgegeben von Günter Mey und Katja Mruck, 1–21. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-18387-5\\_4-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-18387-5_4-1).
- Meißner, Hanna. 2010. *Jenseits des autonomen Subjekts: Zur gesellschaftlichen Konstitution von Handlungsfähigkeit im Anschluss an Butler, Foucault und Marx*. Bielefeld: Transcript.
- Miège, Bernard. 2011. Theorizing the Cultural Industries: Persistent Specificities and Reconsiderations. In: *The Handbook of Political Economy of Communications*, herausgegeben von Janet Wasko, Graham Murdock und Helena Sousa, 83–108. Malden: Blackwell.
- Miettinen, Reijo, und Sami Paavola. 2018. Beyond the Distinction between Tool and Sign: Objects and Artifacts in Human Activity. In: *The Cambridge Handbook of Sociocultural Psychology*, herausgegeben von Alberto Rosa und Jaan Valsiner, 148–162. Cambridge (UK): Cambridge University Press. <https://researchportal.helsinki.fi/en/publications/beyond-the-distinction-between-tool-and-sign-objects-and-artifact>. Zugegriffen: 02.04.2023.
- Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*. London: Sage.
- Mosco, Vincent. 2011. The Political Economy of Labor. In: *The Handbook of Political Economy of Communications*, herausgegeben von Janet Wasko, Graham Murdock und Helena Sousa, 358–380. Malden: Blackwell. <https://doi.org/10.1002/978144395402.ch16>.
- Murdock, Graham. 2011. Political Economies as Moral Economies: Commodities, Gifts, and Public Goods. In: *The Handbook of Political Economy of Communications*, herausgegeben von Janet Wasko, Graham Murdock und Helena Sousa, 13–40. Malden: Blackwell.
- Murdock, Graham, und Peter Golding. 2016. Political Economy and Media Production: A Reply to Dwyer. *Media, Culture & Society* 38 (5): 763–769. <https://doi.org/10.1177/0163443716655094>.
- Nake, Frieder. 1992. Informatik und die Maschinisierung von Kopfarbeit. In: *Sichtweisen der Informatik*, herausgegeben von Wolfgang Coy, Frieder Nake, Jörg-Martin Pflüger, Arno Rolf, Jürgen Seetzen, Dirk Siefkes und Reinhard Stransfeld, 181–201. Wiesbaden: Vieweg+Teubner. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-84926-7\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-322-84926-7_14).

- Negt, Oskar, und Alexander Kluge. 1972. *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Palomera, Jaime, und Theodora Vetta. 2016. Moral Economy: Rethinking a Radical Concept. *Anthropological Theory* 16 (4): 413–432. <https://doi.org/10.1177/1463499616678097>.
- Pfeiffer, Sabine. 2021. *Digitalisierung als Distributivkraft: Über das Neue am digitalen Kapitalismus*. Bielefeld: Transcript.
- Prokop, Dieter. 1987. Öffentlichkeit. In: *Handbuch zur Sozialarbeit/Sozialpädagogik*, herausgegeben von Hanns Eyferth, Hans-Uwe Otto und Hans Thiersch, 709–718. Neuwied: Luchterhand.
- Quante, Michael. 2013. Das gegenständliche Gattungswesen: Bemerkungen zum intrinsischen Wert menschlicher Dependenz. In: *Nach Marx. Philosophie, Kritik, Praxis*, herausgegeben von Rahel Jaeggi und Daniel Loick, 69–86. Berlin: Suhrkamp.
- Raeithel, Arne. 1998. *Selbstorganisation, Kooperation, Zeichenprozess: Arbeiten zu einer kulturwissenschaftlichen anwendungsbezogenen Psychologie*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Rosa, Hartmut, Jörg Oberthür, Ulf Bohmann, Joris A. Gregor, Stephan Lorenz, Karin Scherschel, Peter Schulz, Janos Schwaab und Sebastian Sevnigani. 2020. *Gesellschaftstheorie*. München: UVK.
- Sandoval, Marisol, und Sebastian Sevnigani. 2020. Digital Exploitation: Linking Communication and Labour. *Global Dialogue* 10 (2): 22–24.
- Sayer, Andrew. 2007. Moral Economy as Critique. *New Political Economy* 12 (2): 261–270. <https://doi.org/10.1080/13563460701303008>.
- Schaupp, Simon. 2020. Taylorismus oder Kybernetik? *WSI-Mitteilungen* 73 (3): 201–208. <https://doi.org/10.5771/0342-300X-2020-3-201>.
- Sevnigani, Sebastian. 2018. Historisch-Materialistische Medien- und Kommunikationstheorie 2.0. *Maske und Kothurn: Internationale Beiträge zur Theater-, Film- und Medienwissenschaft* 64 (1–2): 59–88.
- Sevnigani, Sebastian. 2019a. Digitale Arbeit und Prosumption im Kapitalismus. In: *Marx und die Roboter: Vernetzte Produktion, künstliche Intelligenz und lebendige Arbeit*, herausgegeben von Florian Butollo und Sabine Nuss, 293–310. Berlin: Dietz.
- Sevnigani, Sebastian. 2019b. The Development of Informational Needs and Prospects of a Need-Based Critique of Digital Capitalism. *Annual Review of Critical Psychology* 16: 523–543.
- Sevnigani, Sebastian. 2022a. Critical Political Economy. In: *Handbook of Media and Communication Economics: A European Perspective*, herausgegeben von Jan Krone und Tassilo Pellegrini, 1–38. Wiesbaden: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-34048-3-2>.
- Sevnigani, Sebastian. 2022b. Digital Transformations and the Ideological Formation of the Public Sphere: Hegemonic, Populist, or Popular Communication? *Theory, Culture & Society* 39 (4): 91–109. <https://doi.org/10.1177/02632764221103516>.
- Sevnigani, Sebastian. 2023. »Ideology and simultaneously more than mere ideo-

- logy«: On Habermas' reflections and hypotheses on a further structural transformation of the political public sphere. *Constellations: An International Journal of Critical & Democratic Theory* 30 (1): 84–91. <https://doi.org/10.1111/1467-8675.12666>.
- Sevignani, Sebastian, und Isabelle Busche. 2023. Das Publikum als Ware: Dallas W. Smythe's: Communications: Blindspot of Western Marxism. In: *Schlüsselwerke der Werbeforschung*, herausgegeben von Tino Meitz, Nils S. Borchers und Brigitte Naderer, 323–334. Wiesbaden: Springer VS.
- Sevignani, Sebastian, und Julia Polkowski. 2022. Medienkommunikation: Einführung in handlungs- und gesellschaftstheoretische Konzeptionen. In: *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Ralf Spiller, Christian Rudeloff und Thomas Döbler, 389–410. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2\\_25](https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2_25).
- Siegert, Gabriele. 2003. Medienökonomie. In: *Öffentliche Kommunikation: Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*, herausgegeben von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius und Otfried Jarren, 228–244. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80383-2>.
- Smythe, Dallas W. 1977. Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 1 (3): 1–28.
- Staab, Philipp. 2019. *Digitaler Kapitalismus. Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit*. Berlin: Suhrkamp.
- Sum, Ngai-Ling, und Bob Jessop. 2013. *Towards a Cultural Political Economy: Putting Culture in Its Place in Political Economy*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Sutter, Ove. 2016. Alltagsverstand. Zu einem hegemonietheoretischen Verständnis alltäglicher Sichtweisen und Deutungen. *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde* 119: 41–70.
- Tellmann, Ute. 2019. Ökonomie als Kultur. In: *Handbuch Kultursoziologie. Band 2: Theorien – Methoden – Felder*, herausgegeben von Stephan Moebius, Frithjof Nungesser und Katharina Scherke, 557–582. Wiesbaden: Springer VS.
- Theine, Hendrik, Mandy Tröger und Sebastian Sevignani. 2022. Wer beherrscht die Medien? Zur Einfassung des Journalismus durch Technologiekonzerne. In: *Welche Öffentlichkeit brauchen wir? Zur Zukunft des Journalismus und demokratischer Medien*, herausgegeben von Jupp Legrand, Benedikt Linden und Hans-Jürgen Arlt, 21–34. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Unterberger, Klaus, und Christian Fuchs (Hrsg.). 2021. *The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto*. London: University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/book60>.
- van Dyk, Silke. 2019. Community-Kapitalismus. In: *Große Transformation? Zur Zukunft moderner Gesellschaften. Sonderband des Berliner Journals für Soziologie*, herausgegeben von Klaus Dörre, Hartmut Rosa, Karina Becker, Sophie Bose und Benjamin Seyd, 279–295. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-25947-1\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-658-25947-1_15).
- Voß, G. Günter. 2020. *Der arbeitende Nutzer: Über den Rohstoff des Überwachungs-kapitalismus*. Frankfurt: Campus.



- Wimmer, Jeffrey, und Maren Hartmann (Hrsg.). 2015. *Medien-Arbeit im Wandel: Theorie und Empirie zur Arbeit mit und in Medien*. Heidelberg: Springer VS.
- Winseck, Dwayne. 2011. The Political Economies of Media and the Transformation of the Global Media Industries. In: *The Political Economies of Media: The Transformation of the Global Media Industries*, herausgegeben von Dwayne Winseck und Dal Yong Jin, 3–48. New York: Bloomsbury.
- Winseck, Dwayne. 2017. Reconstructing the Political Economy of Communication for the Digital Media Age. *The Political Economy of Communication* 4 (2): 73–114.
- Wolff, Bernd, Klaus Fuchs-Kittowski, Ralf Klischewski, Andreas Möller und Arno Rolf. 1999. Organisationstheorie als Fenster zur Wirklichkeit. In: *Wirtschaftsinformatik und Wissenschaftstheorie: Bestandsaufnahme und Perspektiven*, herausgegeben von Jörg Becker, Wolfgang König, Reinhard Schütte, Oliver Wendt und Stephan Zelewski, 289–327. Wiesbaden: Gabler. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-82411-0\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-322-82411-0_9).
- Wright, Erik Olin. 2015. Durch Realutopien den Kapitalismus transformieren. In: *Mit Realutopien den Kapitalismus transformieren? Beiträge zur kritischen Transformationsforschung* 2, herausgegeben von Michael Brie und Rosa-Luxemburg-Stiftung, 59–106. Hamburg: VSA.
- Zuboff, Shoshana. 2018. *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt am Main: Campus.

## Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC BY 4.0:  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.