

Sozio-strukturelle Basiskonzepte – Ideologie¹

Ronald Hartz

“It seems easier to imagine the ,end of the world’ than a far more modest change in the mode of production, as if liberal capitalism is the ‘real’ that will somehow survive even under conditions of a global ecological catastrophe.” (Žižek 2012, 1)

1. Einleitung

Es findet sich bei Marx im ersten Band des *Kapitals* eine ideologiekritische Urszene, welche es verdient, am Anfang dieses Beitrags in aller Ausführlichkeit zitiert zu werden:

„Die Sphäre der Zirkulation oder des Warentausches, innerhalb deren Schranken Kauf und Verkauf der Arbeitskraft sich bewegt, war in der Tat ein wahres Eden der angeborenen Menschenrechte. Was allein hier herrscht, ist Freiheit, Gleichheit, Eigentum und Bentham. Freiheit! Denn Käufer und Verkäufer einer Ware, z.B. der Arbeitskraft, sind nur durch ihren freien Willen bestimmt. Sie kontrahieren als freie, rechtlich ebenbürtige Personen. [...] Gleichheit! Denn sie beziehen sich nur als Warenbesitzer aufeinander und tauschen Äquivalent für Äquivalent. Eigentum! Denn jeder verfügt nur über das Seine. Bentham! Denn jedem von den Beiden ist es nur um sich zu tun. Und eben weil so jeder nur für sich und keiner für den andren kehrt, vollbringen alle, in Folge einer prästabilierten Harmonie der Dinge ... nur das Werk ihres wechselseitigen Vorteils, des Gemeinnutzens, des Gesamtinteresses. Beim Scheiden von dieser Sphäre, woraus der Freihändler ... sein Urteil über die Gesellschaft des Kapitals und der Lohnarbeit entlehnt, verwandelt sich, so scheint es, schon in etwas die Physiognomie unsrer dramatis personae. Der ehemalige Geldbesitzer schreitet voran als Kapitalist, der Arbeitskraftbesitzer folgt ihm nach als sein Arbeiter; der eine bedeutungsvoll schmunzelnd und geschäftseifrig, der andre scheu, widerstrebsam, wie jemand, der seine eigne Haut zu Markt getragen und nun nichts andres zu erwarten hat als die – Gerberei.“ (Marx 1962, 190ff.)

Marx verweist uns zunächst auf den Grundkanon und die spezifische Ausformung und Geltung liberaler Werte und geht dann über zur Betrachtung der Transformation und des seltsamen Verschwindens jener Werte, sobald die Sphäre der Arbeitsorganisation betreten wird. Auch wird deutlich, dass Freiheit und

¹ Pre-Print Version. Die finalisierte Fassung erscheint in: Martin, Albert (Hrsg.) (2016): Organizational Behaviour – Verhalten in Organisationen, 2. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. Kontakt: ronald.hartz@wirtschaft.tu-chemnitz.de.

Gleichheit mehr sind als nur Idee; sie scheinen vielmehr das Handeln der Akteure auf dem Arbeitsmarkt anzuleiten. Die Werte sind darüber hinaus nicht für sich stehende Vorstellungen, sie ergeben in ihrer Verbindung ein Ideengebäude, dessen Realisierung dem gesellschaftlichen Gesamtinteresse, dem Gemeinwohl dienen soll. Sie ermöglichen zuletzt das Geschehen auf organisationaler Ebene, obgleich, wie angedeutet, hier eine Deformierung von Freiheit und Gleichheit sich zu vollziehen scheint. Dieses längere Zitat macht die Merkmale einer ideologiekritischen Tradition sichtbar, welche Ideologie begreift als „objektiv notwendiges und zugleich falsches Bewußtsein, als Verschränkung des Wahren und Unwahren, die sich von der vollen Wahrheit ebenso scheidet wie von der bloßen Lüge“ (Adorno 1954, 477). Freiheit und Gleichheit sind nicht bloße Lügen – sie prägen das Handeln der Akteure und enthalten ein ‚Urteil über die Gesellschaft‘. Sie sind zugleich unwahr, denn die weitergehende Analyse verweist uns auf gesellschaftliche und organisationale Machtverhältnisse und Asymmetrien, welche einer *oberflächlichen* Betrachtung zunächst entgehen könnten. Kondensiert finden wir in dieser Urszene ein bisweilen in Misskredit gebrachtes Verständnis von Ideologie, welches die Analyse und Kritik von Ideologien zugleich als Diskurs- und Herrschaftskritik betreibt. Auch wenn im Folgenden gezeigt wird, dass in der Literatur unterschiedliche Begriffsverständnisse von Ideologie existieren, wird gleichwohl die Auffassung vertreten, dass die Rede von Ideologie nur dann Sinn macht und das Ideologiekonzept vor der Beliebigkeit bewahrt, wenn damit zugleich ein kritischer Anspruch verknüpft wird.

Jede Auseinandersetzung mit dem Konzept der Ideologie steht vor der Schwierigkeit, dass Ideologie ein notorisch schillernder und umstrittener Begriff ist. Nicht nur einmal wurde in zeitdiagnostischen Analysen das Ende der Ideologien ausgerufen und der analytische Wert des Ideologiekonzeptes und der Ideologiekritik für die gesellschaftliche Analyse in Frage gestellt (vgl. hierzu Eagleton 2000 und Žižek 2012). Die begrenzte Reichweite solcher Diagnosen wird regelmäßig durch gesellschaftliche Situationen und Ereignisse in Frage gestellt, welche im Zusammenhang mit dem gescholtenen Konzept der Ideologie gesehen werden können. Aktuell sind es die ‚neuen‘ Nationalismen im europäischen Kontext, fundamentalistisch motivierte Gräueltaten, Fremdenfeindlichkeit oder die Auseinandersetzungen über die europäische Finanzpolitik, welche die Behauptung vom Ende der Ideologien fragwürdig erscheinen lassen. Als weniger ‚dramatisch‘, aber denselben Zweifel nahelegend, lassen sich beispielsweise die Diskurse über den Mindestlohn, die Frauenquote oder das bedingungslose Grundeinkommen hier einordnen.

Neben dieser faktischen Evidenz, welche eine Auseinandersetzung mit dem Ideologiebegriff lohnenswert erscheinen lässt, ist der Ideologiebegriff nach wie vor im alltäglichen Sprachgebrauch verankert. So bezieht sich die landläufige Rede von der Ideologie auf etwas vermeintlich unmittelbar Einsichtiges: Parteien haben eine Ideologie, der im Namen des Islam verübte Terror besitzt eine Ideologie, der Westen hat eine Ideologie, möglicherweise ist Gender-Mainstreaming eine Ideologie, der Taylorismus ist eine Ideologie etc. pp. Im alltäglichen und auch politischen Sprachgebrauch wird der Begriff der Ideologie dabei erstens als abwertende Zuschreibung für den politischen Gegner und generell für die jeweils Adressierten genutzt. Das etwas ‚ideologisch‘ sei führt die Konnotation der Illusion, der Verzerrung, der

dogmatischen und simplifizierenden Weltansicht mit sich, welches die ‚wahre‘ Sachlage verkennt und/oder sich den pragmatischen Forderungen des Tages widersetzt. Das diese „erste Stufe der ideologischen Denunziation“ (Barth 1974, 9) rasch überschritten wird und der Ideologievorwurf zurückgespielt wird, ist zugleich eine weitere alltägliche Beobachtung. In dieser Hinsicht ist „Ideologie wie Mundgeruch immer das, was die anderen haben“ (Eagleton 2000, S.8).

In einem zweiten landläufigen Sinn kann Ideologie jedoch auch einfach eine bestimmte Weltanschauung, einen Zusammenhang von Ideen, Vorstellungen, Werten und Einstellungen von bestimmten Gruppen in der Gesellschaft meinen. In dieser Hinsicht wird Ideologie als neutraler Begriff verstanden: jede menschliche Gemeinschaft oder Gruppe besitzt bestimmte Ideologien. Diese Verallgemeinerung des Ideologiebegriffs versucht Probleme zu umgehen, welche der Ideologiebegriff in seiner starken, kritisch gemeinten Fassung mit sich bringt und welche auch die wissenschaftliche Auseinandersetzung um den Ideologiebegriff prägen. Grob lassen sich hierbei zwei Problembereiche unterscheiden. Zum einen stellen sich epistemologische, d.h. erkenntnistheoretische Fragen: Was erlaubt es mir, jemanden eine ideologische Position, ein ‚verzerrtes‘ oder gar ‚falsches‘ Bewusstsein vorzuwerfen? Was privilegiert meinen Standpunkt? Welchen Zugang zur Wahrheit besitze ich, welche die Sicht des Anderen als ideologisch qualifiziert? Was erlaubt es mir, aufklärerisches Handeln und gesellschaftliche Konsequenzen einzufordern? Zum anderen stellt sich die Frage, ob die starke Form der Ideologiekritik, welcher wir im Marx-Zitat begegnen, sich nicht zumindest partiell als abgenutzt erweist, d.h. in letzter Konsequenz ihre Adressaten nicht mehr erreicht. Dies weniger im Sinne eines letztlich selbst ideologischen proklamierten Endes der Ideologien, sondern vielmehr im Sinne eines vollends aufgeklärten, zynischen Bewusstseins, welches um all die Ungerechtigkeiten und uneingelösten Versprechungen von Freiheit und Gleichheit weiß, hierfür aber nur ein Achselzucken übrig hat.

Wir werden auf diese Schwierigkeiten mit dem Konzept der Ideologie am Schluss dieses Beitrages nochmals zurückkommen. Deutlich wird, dass eine Nominaldefinition von Ideologie nur bedingt zum Verständnis des Ideologiekonzeptes beiträgt. Was Ideologie ist und wogegen sich Ideologiekritik richtet, ist vielmehr eingebettet in historische Zusammenhänge und gesellschaftliche Verhältnisse. Insofern erweist sich zunächst ein begriffsgeschichtlicher Zugang als zielführend (Schnädelbach 1969). In diesem Sinn soll im nächsten Abschnitt auf die historischen Wurzeln des Ideologiebegriffes eingegangen werden. Im Anschluss werde ich unterschiedliche Bestimmungen und Lesarten des Ideologiekonzeptes näher vorstellen (Abschnitt 3). Der vierte Abschnitt diskutiert ideologische Strategien und Effekte, während sich der fünfte Abschnitt Perspektiven der Ideologiekritik zuwendet. Abschließend soll nochmals die Frage nach der Zeitgemäßheit der Auseinandersetzung mit Ideologie und Ideologiekritik gestellt werden.

2. Die historischen Wurzeln des Ideologiebegriffes – Bacon und Destutt de Tracy

Im historischen Kontext steht der Ideologiebegriff im Zusammenhang mit der Untersuchung von Irrtümern und Fehltrüben, mithin einem ‚falschen Bewusstsein‘ über empirische Tatbestände oder gesellschaftliche Zusammenhänge. Francis Bacon (1561-1621) gilt aufgrund seiner methodischen Schriften als Wegbereiter des modernen Empirismus. In seinem 1620 veröffentlichten „*Novum Organon Scientiarum*“ entwirft er eine wissenschaftliche Methodenlehre, welche das genaue und gründliche empirische Studium der Natur einfordert, um zu wahrer und objektiver Erkenntnis zu gelangen. Diese Erkenntnis wird nach Bacon durch Vorurteile und Trugbilder verhindert oder gestört, welche er in seiner „*Idolenlehre*“ in vier Bereiche untergliedert (vgl. Schnädelbach 1969 sowie Barth 1974, Kap. II und Larrain 1979, Kap. 1):

1. *Idola Tribus* oder die *Götzenbilder des Stammes* bezeichnen allgemeine menschliche Dispositionen. Bacon denkt hier an die Sinnesorgane, die Rolle von Emotionen oder auch an die Tendenz, die menschliche Perspektive auf die Natur zu übertragen (Anthropomorphismus).
2. *Idola Specus* oder die *Götzenbilder der Höhle* sind für Bacon die individualpsychologischen Faktoren, welche die wahre Erkenntnis verhindern. Unsere psychische Struktur, unser Umgang, Bildungsstand, unsere emotionalen Bindungen, kurzum der Mensch in seiner „Höhle“ führen zu Vorurteilen hinsichtlich der Natur der Dinge.
3. *Idola Fori* oder die *Götzenbilder des Marktes* problematisieren die menschliche Kommunikation und die Rolle der Sprache, welche sich gegenüber den Dingen verselbständigen kann.
4. *Idola Theatri* oder die *Götzenbilder des Theaters* bezeichnen nach Bacon jene falschen Erklärungsversuche der Natur der Dinge, welche, obgleich Erdichtung, mit der Autorität der Wahrheit auftreten und das Publikum durch ihre Theatralik anziehen.

Bacons Idolenlehre hat nun erheblichen Einfluss auf die Philosophie der Aufklärung des 18. Jahrhunderts. Aus den Baconschen Idolen oder Götzenbildern wird in der französischen Aufklärungsphilosophie das Vorurteil. An den englischen Empirismus und die von Bacon inspirierten Arbeiten Condillacs anschließend, ist es Destutt de Tracy, welcher erstmals von der Ideologie als der »*Science des idées*«, der ‚Wissenschaft von den Ideen‘ spricht (vgl. Barth 1974, Kap. I). Aufgabe der Ideologie ist es, die „Quellen unserer Erkenntnis, ihre Grenzen und den Grad ihrer Gewißheit aufzuweisen“ (ebd., S.14). Hier begegnen wir einer interessanten begriffsgeschichtlichen Umkehrung des ursprünglich Gemeinten: Bezeichnet Ideologie bei Tracy die Lehre von den Ideen, wird der Begriff später für diese Lehren selbst verwendet. Neu ist nun, dass die Lehre von den Ideen aus ihrem stärker erkenntnistheoretischen Zusammenhang gelöst wird und eine praktische Bedeutung erhält. In dem Versuch einer programmatischen Rückführung aller Ideen auf naturwissenschaftlich erfassbare Elemente, welche ein vollständiges Wissen über den Menschen ermöglichen sollen, ist zugleich die Idee gesellschaftlichen Fortschritts angelegt. In der Zurückweisung angeborener Ideen und religiös-metaphysischer Systeme forderte die sogenannte Schule der Ideologen eine atheistisch-laizistische Schulpolitik für Frankreich. Insbesondere die mit der Lehre von den Ideen verbundene Religionskritik – welche aufgrund des engen

Verhältnisses von Staat und Kirche auch auf eine Staatskritik hinauslief – geriet in Konflikt mit Napoleon, für welchen die christliche Religion geistiges Fundament der Nation und Machtgrundlage war. Hier vollzieht sich der historische Moment, welcher die negative Besetzung des Ideologiebegriffes begründet, insofern für Napoleon die Ideologen fanatische und weltfremde Träumer waren. Die Tradition der Religionskritik aber wird in Deutschland durch Feuerbach wieder aufgegriffen und findet ihren Weg in die von Marx und Engels (1958) in den Jahren 1845-46 verfasste Schrift *Die deutsche Ideologie*, welche die ideologiekritische Perspektive weiter entwickelt.

Der historische Exkurs macht deutlich, dass die Rede von der Ideologie sich in unterschiedlichen zeitlichen Zusammenhänge anders ausnimmt und unterschiedliche Gegenstände adressiert. In den Blick geraten erkenntnistheoretische Fragen, religiöse und staatskritische Überlegungen und die Idee der Aufklärung. Welche grundsätzlichen Lesarten des Ideologiebegriffes anzutreffen sind, ist Gegenstand des folgenden Abschnittes.

3. Lesarten des Ideologiebegriffes

Im Sinne der Bedeutung des historischen Kontextes und des jeweiligen, sich auch wandelnden Gegenstandsbezuges erweist es sich als wenig zielführend, *eine* Definition von Ideologie anzugeben. So listet etwa Eagleton (2000, 7f.) 16 in der Literatur zirkulierende Bestimmungen von Ideologie auf und Hamilton (1987) identifiziert 27 unterschiedlich häufig vorkommende Bestandteile in Definitionen von Ideologie. Statt einer Auflistung erscheint es, den Vorschlägen von Terry Eagleton und Raymond Geuss folgend, sinnvoll, unterschiedliche Ideologieverständnisse erstens hinsichtlich Ihres Grades an Allgemeinheit zu differenzieren (Eagleton 2000, 38-40) und zweitens grundlegende Bewertungen von Ideologien, welche sich auch in unterschiedlichen Forschungsprogrammen niederschlagen (Geuss 1983, Kap. I), zu unterscheiden.

Eagleton unterscheidet in seiner ausführlichen Diskussion des Ideologieverständnisses sechs verschiedene Bedeutungen von Ideologie, welche sich vom Allgemeinen hin zu einem spezifischeren Fokus bewegen:

- Ideologie im umfassendsten Sinn bezeichnet „den allgemeinen Prozeß der Produktion von Ideen, Überzeugungen und Werten des gesellschaftlichen Lebens“ (Eagleton 2000, 38). Dieses Begriffsverständnis ist hier nahe an einem erweiterten Kulturbegriff, welche die Gesamtheit sinngebender und symbolischer Prozesse einer bestimmten Gesellschaft bezeichnet. Stumm bleibt diese Definition hinsichtlich epistemologischer Fragen („Sind diese Überzeugungen wahr bezüglich gesellschaftliche Realität?“) und politischer Konflikte bzw. eines Bezugs zu gesellschaftlichen Machtfragen („Wem dienen diese Überzeugungen?“).
- Ideologie in einem etwas engeren Sinn umfasst ebenso die Symbolisierungen von Ideen und Überzeugungen, jedoch in Bezug auf eine spezifische, gesellschaftlich relevante Gruppe. Relevant

deshalb, weil es seltsam wäre „von den Ideen und Überzeugungen von vier Trinkgenossen ... als von einer eigenständigen Ideologie zu sprechen“ (ebd., 39). Dieses Ideologieverständnis ist hier sehr nahe am Begriff der Weltanschauung von bestimmten Gruppen und Gemeinschaften, kann jedoch auch alltagsweltliche Überzeugungen mit umfassen. Auch hier fehlt noch die epistemologische und politische Ebene.

- Eine dritte mögliche Bestimmung geht über die kollektive symbolische Selbstdarstellung hinaus und berücksichtigt unter Ideologie die Versuche der Legitimierung und Durchsetzung von jeweiligen Gruppeninteressen. Der Ideologiebegriff wird nun mit der Machtfrage verknüpft. Diese Perspektive rückt Ideologie zugleich in die Nähe der rhetorischen Tradition. Ideologie „erscheint als ein auf Überzeugung angelegtes, rhetorisches und nicht als ein wahrheitsgemäßes Sprechen. Ein Sprechen, das sich weniger mit den Verhältnissen, so wie sie sind, befaßt, als mit der Erzeugung nützlicher Effekte für politische Zwecke“ (ebd., 39f.).
- Eine vierte Lesart des Ideologiebegriffes nimmt die dritte Bestimmung auf, beschränkt diese allerdings auf die Aktivitäten einer herrschenden gesellschaftlichen Klasse oder Gruppe. Diese Aktivitäten sind dadurch gekennzeichnet, dass die Ideologie nicht als etwas Aufgezwungenes erscheint, sondern auf das Mitmachen bzw. die Mitarbeit der unterworfenen Gruppen oder Klassen abzielt.
- In einer fünften Bestimmung lässt sich die vierte Lesart dahingehend erweitern, dass die herrschende Ideologie ein verzerrtes, mystifiziertes oder entstelltes Bild von der Wirklichkeit zeichnet. Diese fünfte Bestimmung nimmt zur politischen Dimension nun auch die bisher fehlende epistemologische Perspektive mit auf.
- In einer letzten Bedeutung von Ideologie wird die verzerrende Wirkung der herrschenden Ideologie betont, diese aber zugleich von ihrem Klassen- oder Gruppenkontext gelöst und vielmehr in der materiellen Struktur der Gesellschaft verankert. Für Eagleton ist die Marxsche Theorie des Warenfetischismus, bei welcher, vereinfacht formuliert, die sozialen (Macht-)Verhältnisse hinter dem scheinbaren Eigenleben der Warenzirkulation ‚verschwinden‘, ein prominentes Beispiel dieses Ideologieverständnisses. Diese Begriffsfassung stellt also heraus, dass der Verbreitung von Ideologien nicht notwendig bewusste intentionale Akte zugrunde liegen müssen.

Es ist bei allen sechs möglichen Zugängen zum Ideologiebegriff nicht ausgemacht, ob und wie die damit gemeinte jeweilige Ideologie zu bewerten ist, obgleich mit zunehmender Fokussierung ein machtkritischer Anspruch nahe zu liegen scheint. Gleichwohl ist es denkbar, dass ein mystifizierendes Weltbild (vgl. die fünfte Bestimmung) begrüßt wird, weil es den Menschen Trost spendet, oder dass die Herrschaft einer bestimmten gesellschaftlichen Gruppe und die damit verbundene Ideologie befürwortet wird (vgl. die vierte Bestimmung), weil diese zum Vorteil aller Gesellschaftsmitglieder zu sein scheint.

Hier erweist sich nun weiterführend die Unterteilung von Raymond Geuss von Forschungsprogrammen zur Ideologie als hilfreich (Geuss 1983, Kap I). Geuss unterscheidet drei Traditionen der Ideologieforschung. Ideologie kann erstens in einem *deskriptiven Sinne* verstanden und untersucht werden. Die Untersuchung von Ideologien lässt sich in diesem Forschungsprogramm als Teil der Ethnologie oder Anthropologie begreifen und rückt damit in die Nähe der ersten beiden von Eagleton identifizierten Perspektiven. Die Ideologie ist dann ein Bereich der sozio-kulturellen Sphäre und umfasst, je nach Definition, die Überzeugungen, Motive, Wünsche, Wertvorstellungen etc. der Gruppenmitglieder, wobei nach Geuss auch nicht-diskursive Elemente wie Rituale oder künstlerische Tätigkeit in die Analyse einbezogen werden können. In der ethnologischen Tradition finden sich exemplarisch Unterscheidungen zwischen Technik / Ökonomie – Sozialstruktur – Ideologie (vgl. für weitere Verweise Geuss 1983, 14). Insofern besitzt jede menschliche Gruppe irgendeine Form von Ideologie. In diesem deskriptiven Programm lassen sich je nach Fokus dann weitere Unterscheidungen setzen. So können Teilmengen von Ideologien untersucht werden, etwa ‚religiöse‘ oder ‚ökonomische Ideologien‘, wobei nach dem jeweils manifesten Gehalt oder ihrer gesellschaftlichen Funktion gefragt werden kann. Auch kann ein Fokus auf die Weltanschauung als Teilmenge der Überzeugungen oder schließlich auf den programmatischen, handlungsleitenden Charakter gesetzt werden. Wichtig in dieser Tradition ist, dass die jeweilige Ideologie keiner Wertung unterzogen wird. Insofern bleibt dieses Forschungsprogramm „politisch harmlos“ (Eagleton 2000, 54).

Anders stellt sich dies in der zweiten von Geuss adressierten Perspektive dar, welche Ideologie in einem *abwertenden Sinn* betrachtet. Hier finden wir im Grundsatz das „Programm einer Kritik der Überzeugungen, Einstellungen und Wünsche der Mitglieder einer bestimmten Gesellschaft“ (Geuss 1983, 22). Ideologie meint in diesem kritischen Sinn dann „(ideologisch) falsches Bewusstsein“ (ebd.). Diese kritische Perspektive kann dabei in drei Richtungen entfaltet werden:

1. Eine Bewusstseinsform ist ideologisch und damit falsch aufgrund der epistemischen Eigenschaften der jeweiligen Überzeugungen. Hierunter fallen für Geuss erstens sich als Erkenntnis ausgebende Überzeugungen, welche nicht empirisch belegt werden können. Epistemisch falsch sind weiter die Naturalisierung oder Objektivierung sozialer Phänomene, drittens die Verallgemeinerung partikularer Interessen sowie schließlich Phänomene selbsterfüllender Prophezeiungen, bei welchen der selbsterfüllende Charakter verkannt wird. Beispiel für dieses letzte Phänomen ist etwa ein Führungsverständnis, bei welcher Untergebene als notorisch arbeitsscheu angesehen werden und deshalb strikter Anleitung und Kontrolle bedürfen (Theorie X nach McGregor). Im Sinne der selbsterfüllenden Prophezeiung kann dies im Ergebnis zu Demotivation und Passivität bei den Beschäftigten führen.
2. Eine Bewusstseinsform ist ideologisch und damit falsch aufgrund der funktionalen Eigenschaften der jeweiligen Überzeugungen. Zentral ist hier der Gedanke, dass eine Ideologie der Stabilisierung und Legitimierung gesellschaftlicher Machtverhältnisse und den damit verbundenen Institutionen

dient. Damit einher geht oftmals die Aussage, dass die herrschaftsstabilisierende Ideologie zugleich Formen der Repression befördert oder die gesellschaftliche Entwicklung, etwa durch die ‚Verschleierung sozialer Widersprüche‘, hemmt. Letzteres erscheint prominent in der Marx’schen Dialektik von Produktivkräften und Produktionsverhältnissen, insofern letztere in ihrer kapitalistischen Form (etwa bestimmt durch das Privateigentum an den Produktionsmitteln) die Entfaltung der gesellschaftlichen Produktivkräfte (menschliche Arbeitskraft und technologische Neuerungen) hemmen.

3. Eine Bewusstseinsform ist ideologisch und damit falsch aufgrund ihrer genetischen Eigenschaften. Sie ist ideologisch aufgrund ihrer Herkunft, Geschichte oder Genese. Diese dritte kritische Lesart ist insofern schwerer einsichtig als die epistemische und funktionale Perspektive, da es problematisch erscheint, allein aufgrund der Herkunft einer Ideologie diese der Kritik zu unterwerfen. Was hier gleichwohl angedeutet ist, ist jener Prozess von ‚kollektiven Rationalisierungen‘ von Überzeugungen, welche sich aus einer spezifischen gesellschaftlichen Herkunft speisen. Erhellend ist in dieser Hinsicht das folgende von Bourdieu gegebene Beispiel: „When you ask a sample of individuals what are the main factors of achievement at school, the further you go down in the social scale the more they believe in natural talent or gifts – the more they believe that those who are succesful are naturally endowed with intellectual capacities“ (Bourdieu and Eagleton 2012, 268f.).

Schließlich verweist Geuss auf eine dritte Möglichkeit, Ideologie zu denken. Neben einer deskriptiven oder einer abwertenden bzw. kritischen Bedeutung ist es vorstellbar, Ideologie auch in einem *positiven Sinn* zu verstehen. Ausgangspunkt ist die Vorstellung, dass Menschen „ein vitales Bedürfnis nach jener Art von Identität und ‚sinnvollem‘ Leben [haben], die nur dem möglich sind, der in einem kulturellen Zusammenhang steht“ (Geuss 1983, 32). Eine Ideologie im positiven Sinn ist nach Geuss nicht bereits etwas Vorfindliches (Ideologie im deskriptiven Sinn), welches dann ggf. auch der Kritik zugeführt werden kann (Ideologie im abwertenden Sinn), sondern etwas das erfunden oder erschaffen wird. Exemplarisch steht hierfür Lenins Schrift „Was tun?“, in welcher es um die Forderung der Entwicklung einer eigenständigen Ideologie für die Arbeiterbewegung geht. Ideologie wird in diesem Fall nicht abwertend verstanden. Um jedoch Ideologie im positiven Sinn als eigenständige Kategorie zu behaupten, ist diese dahingehend zu prüfen, ob erstens mit den in dieser Ideologie formulierten Überzeugungen die Interessen der adressierten Gruppen (hier etwa der Arbeiterbewegung) wirklich verfolgt werden und ob zweitens damit nicht zugleich neue Formen der Unterdrückung und des falschen Bewusstseins einhergehen. Insofern erweist sich eine Abgrenzung von Ideologie im positiven Sinn und von Ideologie im abwertenden Sinn als notorisch schwierig.

4. Zwischenresümee – statt vieler Lesarten ein Vorschlag für einen kritischen Ideologiebegriff

Zusammenfassend zeigt die Darstellung der Lesarten von Ideologie die Bandbreite des Ideologiebegriffes, und die mit dieser Breite einhergehenden Schwierigkeit einer Verständigung darüber, was unter Ideologie zu verstehen sei, an. Der Einleitung folgend, möchte ich im Folgenden eine Fokussierung vornehmen, welche m.E. die eigentliche Stärke der Verwendung des Ideologiebegriffes auszeichnet und welche insofern die Brauchbarkeit des Ideologiebegriffes verdeutlichen kann. War die Differenzierung der bisherigen Lesarten eher analytisch angeleitet, betonen die folgenden Ausführungen stärker den distinkten Wert des Ideologiekonzeptes als kritisches Werkzeug für die Analyse. Abzusehen ist im Folgenden dabei zunächst von Konzeptvarianten, welche Ideologie rein deskriptiv verstehen (erstes Forschungsprogramm bei Geuss). Zweitens erweist sich die Gleichsetzung von Ideologie mit der Gesamtheit sinngebender und symbolischer Prozesse einer bestimmten Gesellschaft oder Gruppe (erste und zweite Bedeutung bei Eagleton) als wenig aussagekräftig. Interessant für ein distinktes Ideologiekonzept sind erst die Verknüpfungen von Sinnggebung und symbolischen Prozessen mit einer politischen Perspektive und einer epistemologischen Perspektive sowie der Möglichkeit, diese Verknüpfungen jeweils kritisch zu betrachten. Erst diese Perspektive der Ideologiekritik ermöglicht die Diskussion und Problematisierung ideologischer Strategien sowie möglicher Richtungen und Probleme der Ideologiekritik, nicht zuletzt vor dem Hintergrund gesellschaftlichen Wandels. Ideologiekritik kann sich dabei für die sichtbaren Verknüpfungen von Interessen und symbolischen Prozessen interessieren (etwa hinsichtlich rhetorischer Strategien – vgl. die dritte Bestimmung bei Eagleton), gewinnt ihre weitere Stärke aber vor allem da, wo Machtverhältnisse nicht einfach offenbar sind (vgl. die vierte bis sechste Bestimmung von Eagleton) und sich einfache politische und interessenbasierende Zuordnungen nicht treffen lassen, sondern vielmehr Formen von (ideologisch) falschem Bewusstsein nahelegen. Bevor auf mögliche Perspektiven der Ideologiekritik näher eingegangen wird, werden im folgenden Abschnitt zunächst typische ideologische Strategien und Effekte vorgestellt, welche zugleich bereits auf Ansatzpunkte von Ideologiekritik verweisen.

5. Ideologische Strategien und Effekte

Eagleton unterscheidet eine Reihe von ideologischen Strategien und auch Effekten, welche von unterschiedlichen Autoren diskutiert werden. Eine Diskussion dieser Strategien macht dabei sowohl die politische als auch die epistemologische Perspektive bei der Untersuchung von Überzeugungen und sinngebenden Prozessen deutlich. Insofern bieten diese Strategien und Effekte zugleich Ansatzpunkte für eine ideologiekritische Untersuchung. Als erste Strategie kann der *vereinheitlichende Charakter* von Ideologien benannt werden. Ausgangsüberlegung ist hier, dass Ideologien die Fähigkeit besitzen können, Identität und ein Gemeinschaftsgefühl für die jeweilige Gruppe zu stiften. Eine kohärente Identität entfaltet, über Binnendifferenzen hinweg, eine integrative Kraft und kann – sichtbar im Kontext von politischen Bewegungen – eine Kraft nach außen entfalten und wiederum gemeinschaftsstiftend auf

Gesellschaften als Ganzes wirken. Auf Organisationen übertragen, sind entsprechende Phänomene die Idee einer einheitlichen Unternehmenskultur oder im Anschluss daran die sogenannte Corporate Identity. Auf die sich in den 1980er Jahren, insbesondere im Anschluss an Peters und Watermans Bestseller ‚In Search for Excellence‘ (1982), entwickelnde Diskussion um eine wertgetriebene Unternehmensführung bzw. um einen ‚corporate culturalism‘ (Willmott 1993) soll im Folgenden an geeigneter Stelle eingegangen werden. Aus einer ideologiekritischen Sicht wäre dabei im Grundsatz zu fragen, welchen Interessen die propagierte Kultur dient oder welche Widersprüche zwischen den propagierten Werten und den organisationalen Praktiken festzustellen sind (vgl. wiederum Willmott 1993, auf dessen kritischer Studie zum ‚corporate culturalism‘ ich mich im Folgenden jeweils beziehe).

Auf einer gesellschafts- und ideologietheoretischen Ebene ist die Idee der Einheitlichkeit und insbesondere die Wirksamkeit vereinheitlichender ideologischer Bemühungen gleichwohl umstritten. Autoren wie Mannheim als auch Vertreter der kritischen Theorie wie Marcuse oder Adorno gehen von einem hohen Maß an innerer Einheit und Geschlossenheit ideologischer Gebäude und deren gesellschaftlicher Wirkkraft aus. Gesellschaftliche Machtverhältnisse erscheinen so monolithisch und individuelle Spielräume eher Illusion. Autoren wie Macherey oder Williams betonen hingegen die Komplexität und Widersprüchlichkeit gesellschaftlicher Erfahrungen, so dass gelte: „Keine Produktionsform und daher auch keine herrschende Gesellschaftsordnung ... kann jemals alle Formen menschlicher Praxis, menschlicher Energie und menschlicher Interessen enthalten oder erschöpfen“ (Williams 1977, 132, zit. nach Eagleton 2000, 58f.).

Eine zweite Strategie und ein weiterer untersuchenswerter Effekt ist die *Handlungsorientierung* von Ideologien. Mögen die Überzeugungen auch noch so abstrus erscheinen, müssen diese „sich durch den ideologischen Diskurs in einen >praktischen< Zustand übersetzen lassen, der ihre Anhänger mit Zielen, Motivationen, Vorschriften, Imperativen usw. versieht“ (Eagleton 2000, 59). Bezogen auf unseren Fall der Unternehmenskultur besteht in der klassischen Formulierung nach Peters und Waterman die Aufgabe des Managements darin, den Beschäftigten „a mission as well as a sense of feeling great“ zu vermitteln (Peters/Waterman 1982, 323, zit. nach Willmott 1993, 522). Bezogen auf diese zweite Strategie ist zentral, wie sich das Verhältnis von Ideologie und dem Alltagsleben gestaltet und wie dieses entsprechend zu konzeptualisieren sei. In der Literatur finden sich entsprechende Unterscheidungen zwischen einer „Ideologie des Alltagslebens“ und „geformten Systemen“ (Vološinov), zwischen „offiziellen“ und „praktischen“ Bewusstsein (Gramsci), „theoretischer Ideologie“ und „Ideologie im Zustand der Praxis“ (Althusser). Im Grundsatz gilt dann, dass „[f]ormale ideologische Systeme ... sich unerlässlich Unterstützung durch die Alltagsideologie holen oder sie riskieren dahinzuwelken, andererseits ist ihre Rückwirkung [auf den Alltag, R.H.] sehr groß“ (Eagleton 2000, S.61). In analytischer Perspektive ist nun diese Vermittlung von formaler oder auch diskursiver Ebene und dem Alltagsleben von besonderem Interesse, insofern diese die Ausprägung der Handlungsorientierung anzeigt. Im Fall der Literatur zur Unternehmenskultur in den 1980er Jahren schließt der entsprechende Diskurs an die Ideen der

Autonomie, Verantwortung und der freien Entfaltung der Beschäftigten an, nimmt dabei die Kritik an Bürokratie und hierarchischen Strukturen auf und gewinnt hierdurch seine Attraktivität für Unternehmen und Beschäftigte. In ideologiekritischer Wendung kann danach gefragt werden, wie an sich positiv konnotierte Werte (Autonomie, Verantwortung) im organisationalen Kontext unternehmerischen Zwecken unterworfen werden und sich als neue Form der Kontrolle von Beschäftigten erweisen, welche Verantwortung als Verantwortung für den Unternehmenserfolg neu rahmt (Willmott 1993).

Ein drittes strategisches Element von Ideologien kann die *Rationalisierung* von gesellschaftlichen Entwicklungen oder Gruppeninteressen sein. Das aus der Psychoanalyse stammende Konzept der Rationalisierung meint im Kern die Propagierung von plausiblen Erklärungen und Rechtfertigungen für ein ansonsten durchaus kritikwürdiges und problematisches Verhalten. In der strengen psychoanalytischen Fassung bleiben die wahren, problematischen Motive einer bestimmten Überzeugung oft im Verborgenen. Beispielhaft werden möglicherweise im Grunde rassistische Einstellungen durch den Verweis auf die Gefährdung von Arbeitsplätzen oder die angespannte Haushaltslage rationalisiert. Dass diese Motive keineswegs immer verborgen sind bzw. gehalten werden und dass Ideologien nicht immer mit Rationalisierungen arbeiten, ist jedoch ebenso denkbar und insofern eine empirische Frage. Um im Beispiel zu bleiben, ist durchaus denkbar, dass bestimmte Gruppen oder Personen mit der Propagierung von Rassenunterschieden überhaupt kein Problem haben, da dies ‚ja nun mal so sei‘. Wirksame Rationalisierungen lassen sich auch auf Seiten marginalisierter oder benachteiligter gesellschaftlicher Gruppen finden, wie das oben angeführte Beispiel von Bourdieu über die Erklärung gesellschaftlichen Erfolgs eindrücklich zeigt. Insofern ist die These nicht fern „daß die herrschenden Klassen einen Großteil der Rationalisierungen denjenigen überlassen, die sie unterjochen“ (Eagleton 2000, 65). Im organisationalen Kontext ist denkbar, dass Personalabbau Rationalisierung(en) dabei im Grundsatz als eine Form von Selbstbetrug zu interpretieren kann jedoch zu kurz greifen, insofern nicht immer und notwendig unterdrückte Motive und Wünsche eine Rolle spielen, sondern es auch einfach an entsprechendem Wissen über den rationalisierten Zusammenhang fehlen kann.

Ein viertes, mit der Idee der Rationalisierung verbundenes strategisches Moment und ein Effekt von Ideologien ist die *Legitimierung* gesellschaftlicher Macht. Bezogen auf gesellschaftliche Machtverhältnisse lässt sich aussagen, dass diese allgemein legitimiert sind, „wenn diejenigen, die ihr unterworfen sind, ihr eigenes Verhalten nach den Kriterien der Herrschenden beurteilen“ (Eagleton 2000, 67). Wird exemplarisch in einer Gesellschaft die individuelle Anstrengung und Leistung als Prinzip der gesellschaftlichen Machtverteilung propagiert und wirkt im Sinne der Legitimierung gesellschaftlicher Macht, wird der eigene Erfolg und das eigene Scheitern entsprechend nach den Kriterien der Anstrengung und Leistung beurteilt (und nicht etwa aufgrund ungleicher oder erschwerter Zugänge zu Bildungsinstitutionen oder Elitennetzwerken). Dabei ist nicht zwingend davon auszugehen, dass eine legitimierte Macht soweit bei den betroffenen Akteuren verankert ist, dass die Legitimationsmuster internalisiert sind. Es erscheint sinnvoll, zwischen einer „normativen Akzeptanz“ und einer den Alltag oft

prägenden „pragmatischen Akzeptanz“ zu unterscheiden, welche nicht rein ideologisch fundiert sind, sondern etwa auch aufgrund materieller Anreize funktioniert („In unserem Unternehmen werden Frauen benachteiligt – hier den Mund aufzumachen, trägt mir aber nur Nachteile ein“). Die „pragmatische Akzeptanz“ ist dann auch von der Wahrnehmung geleitet, dass es einfach keine oder keine besseren Alternativen zur gegenwärtigen gesellschaftlichen (oder auch organisationalen) Machtverteilung gibt (Eagleton 2000, 69). Im Fall der Diskussion um die Bedeutung von Unternehmenskultur und einer wertgetriebenen Führung kann die von Peters und Waterman als herausragend angesehene Stellung des Management entsprechend als Legitimierung organisationaler Machtverhältnisse verstanden werden: „what our framework has done is to remind the world of professional managers that ‘soft is hard’. . . . It has enabled us to say, in effect, ‘All that stuff you have been dismissing for so long as the intractable, irrational, intuitive, informal organization *can* be managed’ (Peters/Waterman 1982, 11, zit. nach Willmott 1993, 525). Gerade in Bezug auf die Gestaltung der Unternehmenskultur wachsen dem Management neue Aufgaben zu und rechtfertigen dessen herausgehobene Stellung im Unternehmen.

Etwas zu legitimieren muss jedoch nicht notwendig abwertend oder problematisierend betrachtet werden, auch dies ist wiederum eine empirische bzw. ideologiekritische Frage. Dies zeigt sich auch an einem fünften, eng mit der Legitimierung verknüpften strategischen Element, der sogenannten *Universalisierung*. Universalisierung meint, dass bestimmte, räumlich und zeitlich gebundene Interessen, als allgemeine Interessen der Menschheit und der Gesellschaft dargestellt werden. Die klassische Formulierung zur Strategie der Universalisierung findet sich in der *Deutschen Ideologie* von Marx und Engels: „Jede neue Klasse nämlich, die sich an die Stelle einer vor ihr herrschenden setzt, ist genötigt, schon um ihren Zweck durchzuführen, ihr Interesse als das gemeinschaftliche Interesse aller Mitglieder der Gesellschaft darzustellen, d. h. ideell ausgedrückt: ihren Gedanken die Form der Allgemeinheit zu geben, sie als die einzig vernünftigen, allgemein gültigen darzustellen“ (Marx/Engels 1958, 47). Hier klingt an, dass Universalisierung als notwendig erscheint, um die eigenen Zwecke durchzusetzen. Positiv und nicht notwendig ideologiekritisch betrachtet, erscheint Universalisierung durchaus als wichtige Strategie, um auf die Durchsetzung allgemeiner Rechte, etwa bezüglich der Gleichbehandlung von Frauen, von gesellschaftlichen Minoritäten, von homosexuellen Partnerschaften etc., zu drängen. Ideologiekritisch wird es dann interessant, wenn Universalisierungen weiter ideologisch propagiert werden, während die eigentliche Universalisierung faktisch ausgeblieben ist oder sozio-ökonomisch als systematisch unmöglich erscheinen. Im Sinne des Eingangszitates von Marx helfen derartige Universalisierungen dann, gesellschaftliche Widersprüche zu verdecken: Freiheit und Gleichheit erscheinen hier als falsche Universalisierungen, da die gesellschaftliche und organisationale Realität eine andere ist. Eine weitere wichtige ideologische Funktion der Universalisierung ist es, ihren eigenen historischen Ursprung zu verdecken. So glaubt eine Ideologie „nur widerwillig, daß sie je geboren wurde; da dies zu tun auch zugeben hieße, dass sie sterben könnte“ (Eagleton 2000, 71). Bezogen auf die Literatur zur Unternehmenskultur werden Autonomie und Verantwortung als universelle Werte propagiert und

erscheinen somit nicht gekoppelt an ein spezifisches unternehmerisches Interesse. Ideologiekritisch interessant wird diese Aussage, wenn die propagierten Werte sich im organisationalen Alltag als nicht mehr universell erweisen, sondern ihre Gültigkeit an partikuläre unternehmerische Interessen gekoppelt ist. Dieses ‚Verfehlen‘ des universellen Anspruchs wird dann sichtbar, wenn Autonomie sich als Kritik an der herrschenden Kultur artikulieren möchte. In solchen Fällen, so bereits Peters und Waterman, ‚you either buy into their norms or you get out‘ (1982, 77, zit. nach Willmott 1993, 528)

Damit kommen wir zum sechsten und letzten Effekt und strategischem Element von Ideologien, der sogenannten *Naturalisierung*. Ideologische Vorstellungen können sich als etwas Selbstverständliches, als etwas Natürliches darstellen. Die ideologische Botschaft und die gesellschaftliche Realität werden so ineinander verzahnt, dass die Ideologie als Ausdruck der Natur der Dinge und des Menschen erscheint. Die Strategie der Naturalisierung ist etwa der Ausgangspunkt von Roland Barthes Analysen über die „Mythen des Alltags“ (vgl. auch Larrain 1979, Kap. 5). Was Barthes antreibt ist „ein Unbehagen an der »Natürlichkeit«, die von der Presse, von der Kunst, vom gesunden Menschenverstand ständig einer Wirklichkeit zugesprochen wird, die ... eine durchaus geschichtliche Wirklichkeit ist. Kurz, ich litt darunter, daß in der Erzählung unserer Gegenwart ständig Natur und Geschichte miteinander vertauscht werden“ (Barthes 2012, 11). Dass der Mensch von Natur aus egoistisch sei, dass Frauen von Natur aus emotional und sorgend, Männer hingegen rational und strategisch sind oder das es der ‚Entfesselung‘ der Kräfte des Marktes bedarf, gehören in dieser Perspektive zu den typischen naturalisierenden Effekten, welche die Geschichte – etwa bezogen auf die Unterscheidung von männlich und weiblich oder die Entwicklung eines marktliberalen Denkens – in den Hintergrund treten lässt. Das Eingangszitat dieses Kapitels, in welcher Žižek konstatiert, dass wir uns eher das Ende der Welt als ein Ende des Kapitalismus vorstellen können, zeugt ebenso von der Wirksamkeit einer Strategie der Naturalisierung als auch die Diagnose einer Herrschaft des ‚Capitalist Realism‘, in welcher „it is ... impossible even to imagine a coherent alternative to it“ (Fisher 2009, 2). Auf den Fall einer Autonomie und Verantwortung propagierenden Unternehmenskultur übertragen, erscheinen jene Werte ebenfalls naturalisiert und durch die enge Kopplung mit freien Märkten und freiem Unternehmertum ist es nur schwer vorstellbar, wie sich Autonomie denn anders als im Kontext der Marktwirtschaft realisieren lassen könnte: „Through the strengthening of culture, the space within organizations for expressing and developing awareness of, and allegiance to, alternative norms or values is reduced and, ideally, eliminated“ (Willmott 1993, 532).

Obwohl Universalisierung und Naturalisierung oftmals als zentrale ideologische Strategien gesehen werden und auch nach wie vor wichtige Gegenstände der Ideologiekritik sind, ist die grundsätzliche Annahme des Vorhandenseins dieser Strategien nicht unproblematisch. Im Sinne von Eagleton finden sich auch in der ideologischen Rede selbstreflexive und ggf. auch ironisch-spielerische Momente, welche der einfachen Vorstellung von Universalisierung und Naturalisierung widersprechen. Eine Aussage wie „Ich weiß, ich bin ein schrecklicher Sexist, aber ich kann den Anblick von Frauen in Hosen einfach nicht ertragen“ (Eagleton 2000, 74) oder – etwas sublimer – „Ich weiß, dass Frauen in der akademischen Welt

gleichberechtigt sein sollten, aber wir sehen auch, dass Akademikerinnen zu wenig Kinder bekommen' operiert dann durchaus mit der zeitlichen und räumlichen Verortung der eigenen Position, d.h. ist weder universalisierend noch einfach naturalistisch. An der artikulierten Überzeugung, wie eine Frau sich zu kleiden habe und welche Rollen ihr angemessen sind, ändert diese Offenheit jedoch nichts.

6. Von den ideologischen Strategien zur Ideologiekritik

In der Darstellung der ideologischen Strategien wurde bereits eine Reihe von Ansatzpunkten für eine kritische Analyse von Ideologien sichtbar. Zugleich wurde auch deutlich, dass nicht jede Strategie automatisch zum Gegenstand einer ideologiekritischen Analyse gemacht werden muss. Wenn man dieser Ambivalenz folgt, stellt sich die Frage, was ein ideologiekritisches Vorgehen auszeichnet. Rahel Jaeggi (2009) bietet eine hilfreiche Präzisierung der Idee der Ideologiekritik, welche mit der hier vorgeschlagenen kritischen Verwendung des Ideologiebegriffes korrespondiert. Drei miteinander verschränkte Aspekte können hierbei hervorgehoben werden.

Ideologiekritik ist zunächst *Herrschaftskritik*. Ideologiekritik richtet sich insbesondere gegen Mechanismen, welche den „Eindruck der Unhintergebarkeit von sozialen Verhältnissen wie von Selbstverhältnissen herstellen“ (Jaeggi 2009, 269). Ideologiekritik ist in dieser Hinsicht Arbeit an der Dekonstruktion von ‚Unhintergebarkeiten‘. Diese Unhintergebarkeiten erscheinen in der Regel in der Gestalt von Universalisierung und Naturalisierung. Exemplarisch finden wir hier Aussagen zur Alternativlosigkeit der gegenwärtigen Verhältnisse (das sogenannte TINA-Prinzip: ‚There is no alternative‘) oder über das ‚Ende der Geschichte‘. Übertragen auf Organisationen wird in ideologiekritischer Absicht ein a-historisches Verständnis von Organisationen und „die Frage nach dem überzeitlichen ‚Wesen‘ von Organisation“ (Neuberger 1997, 494) zurückgewiesen. Im Foucault'schen Sinn wird dann Ideologiekritik als Herrschaftskritik, programmatisch weiter gefasst, zu einer „kritischen Ontologie der modernen Organisationen“ (Hartz und Rätzer 2013, 10). Wiederum beispielhaft könnte sich eine solche Kritik etwa gegen die Naturalisierung des Managementgedankens („Ohne ein Management, welches sagt, wo es langgeht, geht es nun mal nicht“, vgl. grundsätzlich Parker 2002), eine ökonomisch verkürzte Vorstellung von Effizienz (Fournier und Grey 2000) oder gegen die Zuschreibung fester Eigenschaften von MitarbeiterInnen richten („Die Polen sind nun mal fleißiger“, ‚Frauen führen emotionaler‘) und zugleich fragen, welche Machtverhältnisse damit in Organisationen begründet und legitimiert werden.

Ideologiekritik geht zweitens von *inneren Widersprüchen* der jeweiligen sozialen Situation aus. Sie ist interessiert an den jeweiligen Maßstäben des Gegebenen (den Ideen, Überzeugungen und Sinngebungen) und deren innerer Widersprüchlichkeit und den Bruchlinien der mit den ideologischen Inhalten verbundenen gesellschaftlichen Praktiken. Bezogen auf Organisationen sind hier einerseits Widersprüche zwischen *Talking* und *Doing* von Interesse und andererseits interessieren die Selbstwidersprüche auf der Ebene der Ideologie. Hinsichtlich unseres Beispiels der Unternehmenskultur können etwa Widersprüche

zwischen der Propagierung von Autonomie und Verantwortung und deren tatsächlicher Realisierung zum Gegenstand der Analyse werden. Hinsichtlich der Selbstwidersprüche auf ideologischer Ebene wäre dann zu fragen, wie ein Wert wie Autonomie in Beziehung gesetzt wird zu den Werten der ökonomischen Effizienz oder der internationalen Wettbewerbsfähigkeit und wie darin sichtbare Widersprüche im ideologischen Diskurs vermittelt bzw. scheinbar ‚aufgelöst‘ werden.

Ideologiekritik operiert drittens mit einer „*Hermeneutik des Verdachts*“. Sie hat Vorbehalte gegenüber den Selbstaussagen und Interessensbekundungen der Akteure. Dieser dritte Aspekt von Ideologiekritik ist ohne Frage einer der umstrittensten in der gesamten Diskussion über Ideologie und deren Kritik. Er unterstellt, dass der Ideologiekritiker über ein Wissen verfügt, welches es ihm erlaubt, die Ansichten und Aussagen gesellschaftlicher Akteure als verzerrt, verblendet oder manipuliert zu bezeichnen. Hier finden wir wieder die Idee eines ‚falschen‘ Bewusstseins. Hierzu ist zunächst zu konstatieren, dass der Verzicht auf eine „*Hermeneutik des Verdachts*“ eine Ideologiekritik normativ stumpf werden lässt. Sie würde dann zu einer Form von Wissenssoziologie werden, welche ‚einfach‘ die jeweils herrschenden Vorstellungen etc. rekonstruiert, diese möglicherweise auf Inkonsistenzen prüft, aber sich ansonsten einer Bewertung von Ideologien enthalten muss. Im Sinne Mannheims gibt „man in der Ideologieforschung von nun an jede enthüllende Absicht [auf]“ und beschränkt sich darauf „den Zusammenhang von *sozialer* Seinslage und Sicht herauszuarbeiten“ (Mannheim 1952, 70). Was auf diesem Weg verlorengelassen ist, ist jenes Verständnis von Ideologie als zugleich wahr und falsch. Eine „*Hermeneutik des Verdachts*“ bricht mit der Deutungshoheit der Akteure, sie ist jedoch zugleich darum bemüht, die vorliegenden Deutungen im Hinblick auf die inneren Widersprüche der sozialen Situation zu analysieren. Welche ideologische Funktion hat die von den Akteuren behauptete Einlösung von Autonomie und Verantwortung, während die organisationale Situation hierzu widersprüchlich ist? Wieso glaubt man daran, dass ‚jeder seines Glück Schmied‘ ist, während Herkunft, sozialer und ökonomischer Status über den gesellschaftlichen Aufstieg mitentscheiden? Warum diese Strategien der Gemeinschaftsbildung, der Universalisierung, Rationalisierung oder Naturalisierung? Und aus welchen Diskursen und Praktiken speisen sich diese Strategien? Letztere Frage macht auch nochmals deutlich, dass die Deutungen einzelner Akteure eingebettet sind in gesellschaftliche Zusammenhänge und Diskurse, d.h. grundsätzlich vermittelter Natur sind. Durch die Rekonstruktion der Sichtweisen der Akteure zu den sozialen Widersprüchen zu gelangen und zugleich im Sinne einer gesellschaftlichen Selbstverständigung auf Veränderungen abzielen, welche den bewahrenswerten Kern von Ideologien (etwa die Idee von Freiheit und Gleichheit) bewahren, ist der starke Anspruch einer solcherart formulierten Ideologiekritik (Jaeggi 2009, 294f., Adorno 1954). Damit ist Ideologiekritik zugleich durch eine enge Kopplung von Analyse und Kritik gekennzeichnet.

Nach dieser programmatischen Schärfung des Konzeptes der Ideologiekritik soll nun noch gefragt werden, worauf sich eine Ideologiekritik und eine ideologiekritische Perspektive richten kann. Hier erweist sich eine Unterscheidung von Žižek (2012, 9-15) als hilfreich. Žižek verortet den Ideologiebegriff entlang von drei Achsen, welchen jeweils drei Perspektiven der Ideologiekritik zugeordnet werden können. Wenn wir

uns Ideologien anschauen, können wir diese zunächst als einen Komplex von Ideen, Überzeugungen, Argumenten, Normen und Werten betrachten. Der analytische Blick richtet auf also auf Ideologien als Ideengebäude (in der Žižek-Hegelschen Terminologie auf Ideologie für-sich). Eine zweite Achse lenkt den Blick auf die Materialisierungen der Ideologie (Ideologie an-sich). Gemeint sind hier die mit einer Ideologie verbundenen Institutionen, Rituale, Regeln und Verfahrensweisen. Die dritte Achse (Ideologie an-und-für-sich) interessiert sich dann für die Brüche, Grenzen und Heterogenität von Ideologien und lenkt damit den Blick zugleich auf die alltägliche Realisation von Ideologien in der ‚spontanen‘ Sphäre des Alltagslebens.

Exemplarisch lässt sich der Liberalismus entlang dieser drei Achsen durchdeklinieren (vgl. Žižek 2012, 9): Der Liberalismus basiert auf einem bestimmten Ideengebäude bzw. Doktrin (welche sich historisch von Locke bis Hayek rekonstruieren lässt), materialisiert sich in Institutionen und Ritualen (Märkte, Wahlen, freie Presse) und ist Bestandteil der ‚spontanen‘ Selbsterfahrung gesellschaftlicher Akteure als ‚freie Individuen‘, welche sich zugleich als widersprüchlich – etwa bezogen auf die Erfahrung der Kontingenz auf dem Arbeitsmarkt und den Zwang zur Selbstoptimierung erweisen kann.

Es zeigt sich nun, dass ideologiekritische Arbeiten entlang dieser drei Achsen verortet werden können und so unterschiedliche Analysestrategien sichtbar werden. Interessiert man sich in kritischer Absicht für *Ideologien als Ideengebäude und Doktrinen*, richtet sich die Analyse auf entsprechende Texte, Dokumente, Äußerungen etc., welche die Vorstellungen und Ideen begründen oder rechtfertigen. Die damit verbundene analytische Strategie lässt sich zunächst, im Anschluss an Louis Althusser, als *symptomale Lektüre* begreifen. Eine symptomale Lektüre interessiert sich vereinfacht gesagt dafür, was der Text zur Sichtbarkeit bringt und was zugleich im Verborgenen bleibt. Ist exemplarisch in liberalen Texten von der Freiheit und Gleichheit der Menschen die Rede (dies lässt uns der Text sehen), analysiert die symptomale Lektüre zugleich das Verborgene, das heißt in unserem Fall, dass die Freiheit und Gleichheit auf Marktsubjekte bezogen ist und das Freiheit und Gleichheit dann beispielhaft an das Vorhandensein von Kapital geknüpft ist. Eine ideologiekritische Analyse von Ideengebäuden und Doktrinen kann sich dann etwa auf das weite Feld der (kritischen) Diskursanalyse beziehen, in deren kritischer Tradition, d.h. bei Autoren wie Roland Barthes, Michel Foucault, Michel Pêcheux oder Ernesto Laclau, sich immer wieder die Frage der Konstruktion von Sagbarkeiten und Sichtbarkeiten stellt und zugleich ideologische Strategien der Gemeinschaftsbildung, Rationalisierung, Universalisierung und Naturalisierung einer kritischen Rekonstruktion unterzogen werden. Wenn wir an dieser Stelle zur Unternehmenskultur zurückkehren, könnte eine Analyse zunächst einen Textkorpus zur Unternehmenskultur erstellen (Managementbestseller, Lehrbücher, Artikel, Unternehmensseiten im Internet) und im Sinne einer symptomalen oder diskursanalytischen Lektüre danach fragen, welche ideologischen Strategien und Effekte im Diskurs erzeugt werden und welche Leerstellen, Widersprüche, Sagbarkeitsgrenzen etc. im Unternehmenskulturdiskurs sichtbar werden. In der bereits angeführten Studie von Willmott erfolgt die symptomale Lektüre beispielhaft durch die Gegenüberstellung des Textes von Peters und Waterman und weiterer Autoren und Autorinnen im Feld der Unternehmenskultur mit

Georg Orwells klassischer Dystopie „1984“ und legt somit totalisierende, eine Einheitskultur diktierende Tendenzen offen. Weiterhin exemplarisch analysiert die Studie von Boltanski und Chiapello über den ‚neuen Geist des Kapitalismus‘ Korpora von Managementtexten aus den 1960er und 1990er Jahren, um die Transformationen hin zu einem Diskurs der ‚Selbstverwirklichung‘ und deren problematische Effekte (Prekarisierung, Rückzug des Staates, wachsende Arbeitsbelastung) aufzuzeigen (Boltanski/Chiapello 2003).

Folgt man der zweiten Achse der Ideologiekritik, rücken die *Materialisierung von Ideen und Doktrinen* in den Blick. So sind es, exemplarisch, für Louis Althusser die sogenannten ideologischen Staatsapparate (ISA), welche zum Gegenstand der Analyse werden. Unter ideologischen Staatsapparaten versteht Althusser in empirischer Auflistung: „- der religiöse ISA (das System der verschiedenen Kirchen), - der schulische ISA (das System der unterschiedlichen öffentlichen und privaten Schulen), - der familiäre ISA, - der juristische ISA, - der politische ISA (das politische System, zu dem die verschiedenen Parteien gehören), - der ISA der Interessenverbände, - der ISA der Informationen (Presse, Radio, Fernsehen usw.), - der kulturelle ISA (Literatur, die schönen Künste, der Sport usw.)“ (Althusser 2010, 54f.). In analoger Weise sind es für Michel Foucault die Bildungseinrichtungen, die Fabriken, die Gefängnisse, welche zum Gegenstand einer Analyse der Materialität von Diskursen und Ideengebäuden werden (Foucault 1977). Weiter exemplarisch finden sich im christlichen Kontext typische Ritualisierungen und insofern Materialisierungen der jeweils zugrunde liegenden Ideologie, beispielsweise die Taufe, das Abendmahl, die Kommunion, die kirchliche Hochzeit. Was hierbei wichtig ist, dass die Materialisierungen nicht einfach ein *Ausdruck* bestimmter Ideen sind, sondern diese retroaktiv mit konstituieren und fortschreiben. Im Vollzug des Rituals kann sich der Glaube an die Ideologie befestigen, der Moment der Wahrheit der Ideologie wird im Kniefall beim Gebet und im Kirchengesang physisch und psychisch subjektiv oder in der Gemeinschaft mit erzeugt. Nehmen wir als zweites Beispiel die Vorstellung von Disziplin und Zuverlässigkeit, zeigt sich in historischer Perspektive dessen Materialisierung in den Bildungseinrichtungen, Klöstern und Fabriken (Foucault 1977, Treiber und Steinert 1980). Hier wird insbesondere auch die physische Dimension von Materialisierungen sichtbar: Man lernt stillzusitzen, sich acht oder mehr Stunden am Tag konzentriert einer Tätigkeit zu widmen, seine Gliedmaßen motorisch geschickt einzusetzen, schließlich auf seinen Körper zu achten (gesunde Ernährung, Sport etc.). Die Erfahrung und das Können von Disziplin und Zuverlässigkeit internalisieren und befestigen retroaktiv wiederum die damit verbundenen ideologischen Vorstellungen. Übertragen auf unser Beispiel der Unternehmenskultur wäre danach zu fragen, in welchen Ritualisierungen und Praktiken sich Unternehmenskultur materialisiert und retroaktiv als Ideologie mit konstituiert. Das morgendliche Teammeeting, das Mitarbeitergespräch, das 360-Grad Feedback, aber auch Weihnachts- und Betriebsfeiern oder der Ausflug in den Kletterwald zum ‚Teambuilding‘ und anderes mehr können hier betrachtet werden (vgl. grundsätzlich auch Hatch 1993).

Die dritte Achse der ideologiekritischen Betrachtung beschäftigt sich, jenseits der Doktrinen und Materialisierungen, einerseits mit den *Grenzen und Bruchlinien* real existierender Ideologien und nimmt damit andererseits auch das Alltagsleben, die *„spontane“ Selbsterfahrung von Akteuren* in den (ideologiekritischen) Blick. In diesen Bereich fällt dann etwa die Diagnose vom Ende der Ideologien. Im Zusammenhang dieser Diagnose werden Ideologien als starre Doktrinen begriffen, deren Niedergang spätestens mit dem Ende der totalitären Regime des 20. Jahrhunderts besiegelt und einem unverkrampften, pragmatischen Verständnis von Gesellschaft als auch individuellem Handeln gewichen sei. Möchte Ideologiekritik ihre Berechtigung behalten ist es insofern von immanenter Bedeutung, auch das sogenannte *„post-ideologische“* Zeitalter hinsichtlich dessen Ideologie zu befragen. Die *„nüchterne“* Betrachtungsweise der Welt, der herrschende Pragmatismus, die zynische Attitüde, die propagierte Freiheit der Meinung erweisen sich dann selbst als ideologische Mechanismen, welche zur Aufrechterhaltung der gegebenen Ordnung beitragen sollen. Übertragen auf das Beispiel des Unternehmenskulturdiskurses in den 1980er Jahren führt dies zurück zur Frage, inwiefern die undogmatische Attitüde der Anrufung von Autonomie und Verantwortung zur Befestigung der organisationalen Machtverhältnisse beiträgt.

Nochmals verallgemeinert, interessieren dann auf dieser dritten Achse in einer nicht nur zeitdiagnostischen Hinsicht jene flüchtigen, alltäglichen Formen und *„spontanen“* Einstellungen und Vorstellungen, welche zur Reproduktion des Sozialen beitragen und auf den ersten Blick weder als Doktrin noch als deutliche Materialisierungen in Erscheinung treten. Damit lässt sich überleiten zu dem letzten Punkt dieser Ausführungen, welcher zurückkehrt zu der Skepsis, mit welchem auch im akademischen Diskurs dem Begriff der Ideologie und dem Vorhaben der Ideologiekritik begegnet wird.

7. Schlussbetrachtung

Aus den bisherigen Ausführungen zum Konzept der Ideologie sollen nochmals drei Punkte hervorgehoben werden. Zunächst ist bei einer Auseinandersetzung mit dem Ideologiekonzept die historische Perspektive von Bedeutung. Die Auseinandersetzung mit Ideologie und Ideologiekritik immer auch mit den Kämpfen der jeweiligen Zeit zu tun hat und bezieht ihre Energie aus diesen Kämpfen. Zum zweiten sollte ein gewisses Spektrum an ideologischen Strategien und Effekten sichtbar werden, welches es ermöglicht, sich mit Vorstellungen, Ideen und Überzeugungen, deren Materialisierungen und Handlungseffekten *als* Ideologien auseinanderzusetzen und gegebenenfalls kritisch zu hinterfragen. Drittens vertritt der Beitrag die Überzeugung, dass das Ideologiekonzept insbesondere in seiner kritischen Fassung von Relevanz ist, insofern es gesellschaftliche oder organisationale Vorstellungen und Ideen systematisch mit einer politischen Perspektive verschränkt.

Trotzdem mag man auch nach der Lektüre die aktuelle Bedeutung der Auseinandersetzung mit Ideologie und Ideologiekritik bezweifeln. Wirkt nicht all das ein wenig naiv und Begriffe wie Kritik, Herrschaft und

Ideologie ein wenig aus der Zeit gefallen? Lässt sich nicht im Sinne von Sloterdijk (1983, 33) eine „eklatante Erschöpfung von Ideologiekritik“ feststellen? Ist die Ideologiekritik nicht „naiver geblieben als das Bewußtsein, das sie entlarven wollte“ (ebd.)? Die Sloterdijk'sche Position geht davon aus, dass die gesellschaftlichen Akteure längst die ideologischen Mechanismen durchschaut haben, dass diese nicht mehr auf Gemeinschaftsappelle („Wir, die Firma“), Rationalisierungen, Universalisierungen oder Naturalisierungen ‚hereinfallen‘. Was bleibt ist ein vollends aufgeklärtes Bewusstsein, eine ‚zynische Vernunft‘. Verbleibt man auf der Ebene des Wissens, müsste man in dieser Hinsicht von einem post-ideologischen Zeitalter sprechen. Ideologiekritik würde dann an ihr Ende kommen und sich selbst aufheben. Nun ist es gleichwohl so, dass dieses abgeklärte Bewusstsein weiter agiert und auch weiter mitmacht, obwohl es um den Betrug weiß. Für Žižek zeigt sich dann auch die Aktualität der Auseinandersetzung mit Ideologie und die Notwendigkeit der Ideologiekritik gerade darin, dass Ideologie nicht ‚einfach‘ eine Sache des Bewusstseins und des Wissens ist: „The fundamental level of ideology ... is not that of an illusion masking the real state of things but that of an (unconsciousness) fantasy structuring our social reality itself. And at this level, we are of course far from being a post-ideological society. [...] [E]ven if we do not take things seriously, even if we keep an ironical distance, we are still doing them“ (1989, 30). Wir halten institutionalisierte Mitbestimmung für eine Farce und ein Relikt vergangener Zeiten, aber wir finden es nicht gut, wenn die Näherinnen in Bangladesch keinerlei Rechte besitzen. Nachhaltigkeit ist die neueste Fassade des Kapitalismus, aber wir kaufen Energiesparlampen. Bio ist Etikettenschwindel, aber uns interessiert die Herkunft der Waren. Gesellschaftlicher Aufstieg ist eine Frage der Herkunft, aber meine Kinder sollen die bestmögliche Bildung erhalten und ‚es einmal besser haben‘. Wenn wir dies nicht vorschnell als paradox abtun, können wir – durchaus optimistisch – zurückkehren zu einem Ideologieverständnis „als Verschränkung des Wahren und Unwahren“. Trotz aller Ironie, Distanz oder Zynismus – trotz allen ‚besseren Wissens‘ liegen dem Handeln der Akteure die Fantasien von Freiheit, Gleichheit, Gerechtigkeit zugrunde. Diese treiben die Gesellschaft und treiben organisationale Akteure an – sowohl im Hinblick auf die Reproduktion bestehender Machtverhältnisse (vgl. Fleming/Spicer 2003), aber auch hinsichtlich der Suche nach alternativen Formen des Organisierens (Parker u.a. 2014). Diese Verschränkung des Wahren und Unwahren aufzudecken und damit zugleich machtkritisch und emanzipatorisch zu sein, erscheint dann nach wie vor als Möglichkeit der und Forderung an die Ideologiekritik.

Empfohlene Literatur

Eagleton, T. 2000: Ideologie. Eine Einführung. Stuttgart (Metzler)

Gut lesbarer, oftmals erhellender und manchmal auch wirklich witziger Text, welcher die Auseinandersetzung mit dem Ideologiekonzept von Bacon bis zur Gegenwart verfolgt. Eagletons Buch ist zugleich ein Plädoyer für die Aktualität der Ideologiekritik und richtet sich polemisch gegen die – in der Diagnose Eagletons – Diskreditierung des Ideologiebegriffs durch postmodernistische und poststrukturalistische Autoren und Autorinnen.

Žižek, S. 2012 (Hrsg.): Mapping Ideology. London (Verso)

Umfassender englischsprachiger Sammelband, welche bedeutende Texte zur Ideologiediskussion und auch eine lesenswerte, wenn auch komplexe Einleitung von Žižek enthält.

Barth, H. 1974: Wahrheit und Ideologie. Frankfurt am Main (Suhrkamp)

Instruktiver Text über die Geschichte des Ideologiekonzeptes von Bacon bis Marx.

Larrain, J. 1979: The Concept of Ideology. Hutchinson (London)

Auch Larrain bietet eine instruktive historische Rekonstruktion des Ideologiekonzeptes und bezieht darüber hinaus die aus dem Strukturalismus und der Linguistik (Barthes, Greimas, Althusser) kommenden Impulse für eine Weiterentwicklung des Ideologiekonzeptes mit ein.

Fleming, P./Spicer, A. 2003: Working at a cynical distance: Implications for power, subjectivity and resistance. *Organization*, 10(1), 157-179

Ideologiekritik poststrukturalistisch gewendet und auf aktuelle Arbeitsverhältnisse bezogen.

Nienhüser, W. 2011: Empirical Research on Human Resource Management as a Production of Ideology. In: *Management Revue*, 22(4), 367-393

Eine der seltenen aktuellen ideologiekritischen Studien im Bereich der Management- und Organisationsforschung, welche sich mit der empirischen Forschung im Feld des Human Resource Management auseinandersetzt und insbesondere deren Fokussierung auf ‚High Performance Work Systems‘ und die Ausblendung weiterer Teile der Arbeitswirklichkeit kritisiert.

Quellen

Adorno, Th. W. 1954: Beitrag zur Ideologienlehre. In *Soziologische Schriften I.* 457-477. Frankfurt am Main (Suhrkamp)

Althusser, L. 2010: Ideologie und ideologische Staatsapparate. 1. Halbband. 37-102. Hamburg (VSA-Verlag)

Barth, H. 1974: Wahrheit und Ideologie. Frankfurt am Main (Suhrkamp)

Barthes, R. 2012. *Mythen des Alltags*. Berlin (Suhrkamp)

Bourdieu, P./Eagleton, T. 2012: Doxa and Common Life: An Interview. In: Žižek, Slavoj (Hrsg.): *Mapping Ideology*. 265-277. London (Verso)

Eagleton, T. 2000: Ideologie. Eine Einführung. Stuttgart (Metzler)

Fisher, M. 2009: *Capitalist realism: Is there no alternative?* Ropley, Hampshire (John Hunt Publishing)

- Fleming, P./Spicer, A. 2003: Working at a cynical distance: Implications for power, subjectivity and resistance. *Organization*, 10(1), 157-179
- Foucault, M. 1977: Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. Frankfurt am Main (Suhrkamp)
- Fournier, V./Grey, Ch. 2000: At the critical moment: Conditions and prospects for critical management studies. In: *Human Relations*, 53 (1), 7–32
- Geuss, R. 1983: Die Idee einer kritischen Theorie. Königstein/Taunus (Hain)
- Hamilton, M. B. 1987: The Elements of the Concept of Ideology. *Political Studies*, XXXV, 18–38
- Hartz, R./Rätzer, M. 2013: Einführung. In: Hartz, R./Rätzer, M. (Hrsg.): *Organisationsforschung nach Foucault. Macht - Diskurs - Widerstand*. 7-15. Bielefeld (transcript)
- Hatch, M.J. 1993: The dynamics of organizational culture. In: *Academy of Management Review*, 18(4), 657-693.
- Jaeggi, R. 2009: Was ist Ideologiekritik? In: Jaeggi, R./Wesche, T. (Hrsg.): *Was ist Kritik?* 266-295. Frankfurt am Main (Suhrkamp)
- Larrain, J. 1979: *The Concept of Ideology*. Hutchinson (London)
- Mannheim, K. 1952: *Ideologie und Utopie*. Frankfurt am Main (Schulte-Bulmke)
- Marx, K. 1962: *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie. Erster Band*. In *Werke*, Band 23. Berlin (Dietz)
- Marx, K./Engels, F. 1958: *Die deutsche Ideologie*. In : *Werke*, Band 3. Berlin (Dietz)
- Neuberger, O. 1997: Individualisierung und Organisierung. Die wechselseitige Erzeugung von Individuum und Organisation durch Verfahren. In: Ortman, G./Sydow, J./Türk, K. (Hrsg.): *Theorien der Organisation. Die Rückkehr der Gesellschaft*. 487-522. Opladen (Westdeutscher Verlag)
- Nienhüser, W. 2011: Empirical Research on Human Resource Management as a Production of Ideology. In: *Management Revue*, 22(4), 367-393
- Parker, M. 2002: *Against management. Organization in the age of managerialism*. Cambridge (Polity Press)
- Parker, M./Cheney, G./Fournier, V./Land, C. 2014: *The Routledge companion to alternative organization*. Routledge (London).
- Peters, T. J./Waterman, R. 1982: *In search of excellence: Lessons from America's best-run companies*. New York (Warner).
- Schnädelbach, H. 1969: Was ist Ideologie? Versuch einer Begriffsbestimmung. In: *Das Argument*, Band 50, 71-92
- Sloterdijk, P. 1983: *Kritik der zynischen Vernunft*. Frankfurt am Main (Suhrkamp)
- Treiber, H./Steinert, H. 1980: *Die Fabrikation des zuverlässigen Menschen. Über die "Wahlverwandtschaft" von Kloster- u. Fabrikdisziplin*. München (Moos)
- Williams, R. 1977: *Marxism and Literature*. Oxford (Oxford University Press)
- Willmott, H. 1993: Strength is ignorance; slavery is freedom: Managing culture in modern organizations. In: *Journal of Management Studies*, 30(4), 515-552.
- Žižek, S. 1989: *The Sublime Object of Ideology*. London (Verso)
- Žižek, S. 2012: *The Spectre of Ideology*. In: Žižek, S. (Hrsg.): *Mapping Ideology*. 1-33. London (Verso)

