

Christian Fuchs  
Marx lesen im Informationszeitalter



*Christian Fuchs* ist Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Westminster in London. Er ist dort Direktor des »Communication and Media Research Institute« und des »Westminster Institute for Advanced Studies«. Seine Arbeitsgebiete sind kritische Gesellschaftstheorie und kritische Theorie des Internets, der Medien und der Kommunikation.

Christian Fuchs

# Marx lesen im Informationszeitalter

Eine medien- und kommunikationswissenschaftliche  
Perspektive auf ›Das Kapital. Band 1‹

UNRAST

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek  
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen  
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet  
über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Christian Fuchs  
Marx lesen im Informationszeitalter  
ISBN 978-3-89771-227-0  
1. Auflage Mai 2017

© UNRAST-Verlag, Münster  
Postfach 8020 | 48043 Münster | Tel. (0251) 66 62 93  
[info@unrast-verlag.de](mailto:info@unrast-verlag.de) | [www.unrast-verlag.de](http://www.unrast-verlag.de)  
Mitglied in der assoziation Linker Verlage (aLiVe)

Umschlag: Unrast Verlag  
Satz: Andreas Hollender, Köln  
Druck: CPI-books, Clausen & Bosse, Leck



# Inhalt

<b>Einleitung</b>	9
<b>ABSCHNITT I: WARE UND GELD</b>	28
<b>Vorwörter, Nachwörter und Kapitel 1: Die Ware</b>	28
1.1 Die zwei Faktoren der Ware: Gebrauchswert und Wert (Wertsubstanz, Wertgröße)	30
1.2 Doppelcharakter der in den Waren dargestellten Arbeit	47
1.3 Die Wertform oder der Tauschwert	59
1.4 Der Fetischcharakter der Ware und sein Geheimnis Übungen zu Kapitel 1	72 82
<b>Kapitel 2: Der Austauschprozess</b>	88
Übungen zu Kapitel 2	91
<b>Kapitel 3: Das Geld und die Warenzirkulation</b>	93
Übungen zu Kapitel 3	107
<b>ABSCHNITT II: DIE VERWANDLUNG VON GELD IN KAPITAL</b>	108
<b>Kapitel 4: Verwandlung von Geld in Kapital</b>	108
4.1 Die allgemeine Formel des Kapitals	108
4.2. Widersprüche der allgemeinen Formel	121
4.3 Kauf und Verkauf der Arbeitskraft	121
Übungen zu Kapitel 4	135
<b>ABSCHNITT III: DIE PRODUKTION DES ABSOLUTEN MEHRWERTS</b>	139
<b>Kapitel 5: Arbeitsprozess und Verwertungsprozess</b>	139
5.1 Arbeitsprozess	139
5.2 Verwertungsprozess	157
Übungen zu Kapitel 5	161
<b>Kapitel 6: Konstantes Kapital und variables Kapital</b>	162
Übungen zu Kapitel 6	166
<b>Kapitel 7: Die Rate des Mehrwerts</b>	167
7.1 Der Exploitationsgrad der Arbeitskraft	167
7.2 Darstellung des Produktenwerts in proportionalen Teilen des Produkts	173
7.3 Seniors »Letzte Stunde«	176
7.4 Das Mehrprodukt	178
Übungen für Kapitel 7	181

<b>Kapitel 8: Der Arbeitstag</b>	182
8.1 Die Grenzen des Arbeitstags	182
8.2 Der Heißhunger nach Mehrarbeit. Fabrikant und Bojar	183
8.3 Englische Industriezweige ohne legale Schranke der Exploitation	189
8.4 Tag- und Nacharbeit. Das Ablösungssystem	194
8.5 Der Kampf um den Normalarbeitstag. Zwangsgesetze zur Verlängerung des Arbeitstags von der Mitte des 14. bis zu Ende des 17. Jahrhunderts	195
8.6 Der Kampf um den Normalarbeitstag. Zwangsgesetzliche Beschränkung der Arbeitszeit. Die englische Fabrikgesetzgebung von 1833–1864	203
8.7 Der Kampf um den Normalarbeitstag. Rückwirkung der englischen Fabrikgesetzgebung auf andere Länder	207
Übungen für Kapitel 8	208
<b>Kapitel 9: Rate und Masse des Mehrwerts</b>	211
Übungen für Kapitel 9	218
 <b>ABSCHNITT IV: DIE PRODUKTION DES RELATIVEN MEHRWERTS</b>	220
<b>Kapitel 10: Begriff des relativen Mehrwerts</b>	220
Übungen für Kapitel 10	241
<b>Kapitel 11: Kooperation</b>	243
Übungen für Kapitel 11	256
<b>Kapitel 12: Teilung der Arbeit und Manufaktur</b>	258
12.1 Doppelter Ursprung der Manufaktur	258
12.2 Der Teilarbeiter und sein Werkzeug	258
12.3 Die beiden Grundformen der Manufaktur – heterogene Manufaktur und organische Manufaktur	259
12.4 Teilung der Arbeit innerhalb der Manufaktur und Teilung der Arbeit innerhalb der Gesellschaft	262
12.5 Der kapitalistische Charakter der Manufaktur	276
Übungen für Kapitel 12	279
<b>Kapitel 13: Maschinerie und große Industrie</b>	281
13.1 Entwicklung der Maschinerie	282
13.2 Wertabgabe der Maschinerie an das Produkt	288
13.3 Nächste Wirkungen des maschinenmäßigen Betriebs auf den Arbeiter	294
13.4 Die Fabrik	300
13.5 Kampf zwischen Arbeiter und Maschine	303

13.6	Die Kompensationstheorie bezüglich der durch die Maschinerie verdrängten ArbeiterInnen – Das Saysche Theorem	310
13.7	Repulsion und Attraktion von ArbeiterInnen mit Entwicklung des Maschinenbetriebs – Krisen der Baumwollindustrie	318
13.8	Revolutionierung von Manufaktur, Handwerk und Hausarbeit durch die große Industrie	325
13.9	Fabrikgesetzgebung. (Gesundheits- und Erziehungsklauseln.) Ihre Verallgemeinerung in England	327
13.10	Große Industrie und Agrikultur	333
13.11	Wie man die Technik nicht konzeptualisieren sollte: Andrew Feenbergs dualistische Theorie der Technik	334
13.12	Schlussfolgerung	346
	Übungen für Kapitel 13	356

#### **ABSCHNITT V:**

	<b>DIE PRODUKTION DES ABSOLUTEN UND DES RELATIVEN MEHRWERTS</b>	362
	<b>Kapitel 14: Absoluter und relativer Mehrwert</b>	362
	Übungen für Kapitel 14	382
	<b>Kapitel 15: Größenwechsel von Preis der Arbeitskraft und Mehrwert</b>	384
	Übungen für Kapitel 15	398
	<b>Kapitel 16: Verschiedene Formeln für die Rate des Mehrwerts</b>	399
	Übungen für Kapitel 16	404

#### **ABSCHNITT VI: DER ARBEITSLOHN** 405

	<b>Kapitel 17: Verwandlung von Wert resp. Preis der Arbeitskraft in Arbeitslohn</b>	405
	Übungen für Kapitel 17	410
	<b>Kapitel 18: Der Zeitlohn</b>	413
	Übungen für Kapitel 18	417
	<b>Kapitel 19: Der Stücklohn</b>	418
	Übungen für Kapitel 19	424
	<b>Kapitel 20: Nationale Verschiedenheit der Arbeitslöhne</b>	425
	Übungen für Kapitel 20	433

#### **ABSCHNITT VII: DER AKKUMULATIONSPROZESS DES KAPITALS** 434

	<b>Kapitel 21: Einfache Reproduktion</b>	434
	Übungen für Kapitel 21	438
	<b>Kapitel 22: Verwandlung von Mehrwert in Kapital</b>	440
	Übungen für Kapitel 22	443

<b>Kapitel 23: Das allgemeine Gesetz der kapitalistischen Akkumulation</b>	444
Übungen für Kapitel 23	464
<b>Kapitel 24: Die sogenannte ursprüngliche Akkumulation</b>	466
<b>Kapitel 25: Die moderne Kolonisationstheorie</b>	466
Übungen für Kapitel 24 und 25	501
<b>Schlussfolgerungen</b>	504
<b>Anhang: Wissen, Technik und der General Intellect in den</b>	
<b><i>Grundrissen und dem Maschinenfragment</i></b>	511
1.    Einleitung	511
2.    Werbung, Zirkulation und produktive Arbeit im Zeitalter sozialer Medien	512
3.    Maschinen und der General Intellect im <i>Maschinenfragment</i>	517
4.    Die Verbindung des <i>Maschinenfragments</i> zu anderen Abschnitten in den <i>Grundrissen</i>	523
5.    Kulturelle und digitale Arbeit im Kontext der marxistischen Debatte über das <i>Maschinenfragment</i> und des General Intellect	524
6.    Schlussfolgerung	536
Übungen für den Anhang	537
<b>Literaturverzeichnis</b>	539

# Einleitung

## Warum soll ich Marx lesen? Ich verbringe meine Zeit lieber auf Facebook ...

Die LeserInnen dieses Buches fragen sich möglicherweise: Warum sollen wir *Kapital Band 1* heute lesen? Was hat dieses Buch mit Kommunikation zu tun? Marx hat es nicht auf einem Laptop geschrieben, er hatte keinen Blog, kein Facebookprofil und war auch nicht auf Twitter. Solche Medien sind in unserem Leben allgegenwärtig geworden. Wir benutzen sie in der Arbeit, Politik und im Alltag. Viele Medien sind profitorientierte Unternehmen. Sie sind ein Ausdruck dessen, was Marx Kapitalakkumulation genannt hat. Sie ermöglichen es uns aber auch, dass wir uns informieren, dass wir kommunizieren und soziale Beziehungen pflegen. Information, Kommunikation und Sozialität stellen den Gebrauchswert der Medien dar. Marx benutzt den Gebrauchswertbegriff, um Güter und Dienste zu beschreiben, die menschliche Bedürfnisse befriedigen.

Kommunikationskonzerne betonen nicht unbedingt, dass sie profitorientiert sind, sondern sind bestrebt, ihre sozialen Gebrauchswerte positiv hervorzuheben. Facebook sagt zum Beispiel, dass es »dir hilft, dich mit Freunden in deinem Leben zu verbinden und mit ihnen zu teilen«. Twitter betont die Möglichkeit, »dass du dich mit deinen Freunden und anderen faszinierenden Menschen verbindest«. Solche Behauptungen sind nicht unbedingt falsch, aber nur eine Seite der Medaille. Marx würde sagen, dass es sich um Ideologien handelt, die den sozialen Gebrauchswert überbetonen oder, wie er es nennt, »fetischisieren«, um die Aufmerksamkeit vom Tauschwert abzulenken, also von der Tatsache, dass Kommunikationskonzerne es darauf abgesehen haben, viel Geld zu machen. Marx ist heute wichtig, da wir in einer kapitalistischen Welt der Kommunikation leben und viele Kommunikationsformen Ideologien verbreiten und als profitable Unternehmen organisiert sind. Der heutige Kapitalismus ist etwas anders organisiert als jener des 19. Jahrhunderts, die Zeit, zu der Marx wirkte: Er ist global. Finanzkapital, Technologien, Transport, Konsumkultur und Werbung spielen zum Beispiel eine größere Rolle. Marx sah bereits die Grundlagen dieser Phänomene und antizipierte ihre zukünftige Bedeutung. Er betonte, dass Gesellschaften historisch sind: Der Kapitalismus entwickelt sich und

erlangt neue Qualitäten und Diskontinuitäten, um seine grundlegenden Strukturen zu reproduzieren. Dabei handelt es sich um die Strukturen der Kapitalakkumulation. Ethik und Politik waren wichtig für Marx: Er war überzeugt, dass wir Alternativen zum Kapitalismus brauchen, da wir nicht in der bestmöglichen Welt leben. Marx würde wohl den sozialen Aspekt heutiger kapitalistischer Medien willkommen heißen, aber ihre Veränderung fordern, damit wir ihre kapitalistische Gestaltung und Verwendung aufheben können. Er würde Kämpfe für eine alternative Welt heute unterstützen.

Marx hat heute noch große Wichtigkeit, um zeitgenössische Kommunikationsformen zu verstehen. Um Laptops, Mobiltelefone, Twitter, Facebook usw. kritisch analysieren zu können, brauchen wir Marx. Er ist ein wichtiger Denker für das Informations- und Internetzeitalter. Marx und Facebook schließen sich nicht aus. Man kann Facebook nicht ohne Marx kritisch verstehen. Dieses Buch ist ein Begleitwerk zur Erarbeitung eines derartigen Verständnisses. Es ist eine schrittweise Anleitung, *Das Kapital Band 1* medien- und kommunikationswissenschaftlich zu lesen.

### **Warum brauchen wir eine medien- und kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf *Das Kapital*?**

Viele Einleitungen zum Marx'schen *Kapital* wurden seit 1867, dem Jahr, in dem die erste Auflage veröffentlicht wurde, geschrieben. Es bleibt jedem einzelnen Leser und jeder einzelnen Leserin vorbehalten, sich ein Urteil darüber zu bilden, wie hilfreich spezifische Einführungsbücher sind. Dieses Buch hat eine etwas andere Aufgabe. Es ist keine allgemeine Einleitung und auch kein allgemeines Begleitbuch. Es bietet dem Leser und der Leserin Hilfe dabei, Fragen nach der Rolle von Medien, Information, Kommunikation, dem Computer und dem Internet im Kapitalismus zu stellen. Es ist eine Einleitung und ein Begleitbuch für Menschen, die sich dafür interessieren, Marx' Ideen mit dem Bereich der Medien und der Kommunikation zu verknüpfen. Es ist ein Beitrag zu den Grundlagen der Kritik der politischen Ökonomie der Medien, der Information und der Kommunikation.

Warum ist so ein Buch notwendig? Warum sollte man Marx' *Kapital* aus der Perspektive von und mit einem Fokus auf Medien und Kommunikation lesen? Die Behauptung, wir lebten in einer Informations-, Wissens oder Netzwerkökonomie und -gesellschaft, ist meist überzogen und verstärkt den Eindruck von einer radikal neuen Wirtschaft und Gesellschaft, die nichts mehr zu tun hat mit dem Kapitalismus des 19. Jahrhunderts, den Marx analysierte. Solche Annahmen unterstützen oft das Ziel, zu kommunizieren, neue Technologien hätten großartige neue Möglichkeiten für alle geschaffen und

die kapitalistische Produktionsweise biete inhärente Potenziale für Demokratie, Wohlstand, Freiheit und Stabilität. Die Geschichte des Kapitalismus ist aber eine Geschichte des Krieges, der Ungerechtigkeit, der Kontrolle und der Krisen. Die kapitalistische Realität unterminiert die liberale Ideologie und stellt sie in Frage. Euphorie über die Informationsgesellschaft ist eindimensional und unkritisch. Man sollte sich ihr gegenüber skeptisch verhalten.

Es ist aber auch unangebracht, angesichts solcher Euphorie die Rolle von Information, Medien und Kommunikation im Kapitalismus herunterzuspielen oder zu ignorieren. Statistiken, die die Profite, Umsätze, Kapitalanlagen und Börsenwerte der weltgrößten transnationalen Konzerne zeigen, verdeutlichen, dass etliche davon in Bereichen wie Werbung, Rundfunk, Kommunikationsgeräte, Computerhardware; Kultur, Unterhaltung und Freizeit; Computerdienste, Computerspeicher, Elektronik, Internetplattformen, Verlagswesen, Halbleiter, Software und Telekommunikation aktiv sind. Die Informationsökonomie ist zwar nicht der dominante Sektor des Kapitalismus, spielt aber eine wichtige Rolle. Der heutige Kapitalismus ist zugleich Informationskapitalismus, Finanzkapitalismus, imperialistischer Kapitalismus, Krisenkapitalismus, hyperindustrieller Kapitalismus (die Bedeutung fossiler Brennstoffe und der Mobilitätsindustrie) usw. Der Kapitalismus ist eine mehrdimensionale ökonomische und gesellschaftliche Formation. Information ist eine seiner Dimensionen. Die Rolle und Widersprüche der Information im Kapitalismus zu untersuchen ist eine wichtige Aufgabe und ein wichtiger Aspekt einer kritischen Gesellschaftstheorie.

### **Kritik der politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation**

Die Kritik der politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation ist international eines der Felder der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Sie hat im Laufe der Zeit eine signifikante akademische Infrastruktur aufgebaut, zu der zum Beispiel die folgenden Dimensionen zu rechnen sind: Einführende Textbücher (Mosco 2009, Hardy 2014),

- ein internationales Netzwerk von AkademikerInnen (International Association of Media and Communication Research: Political Economy Section),
- Handbücher (Wasko, Murdock & Sousa 2011),
- Zeitschriften (*tripleC: Communication, Capitalism & Critique*<sup>1</sup>, *The Political Economy of Communication*<sup>2</sup>),

---

1 <http://www.triple-c.at>

2 <http://www.polecom.org>

- Lesebücher (Golding & Murdock 1997, Mattelart & Siegelau 1979, 1983),
- eine aktive Gemeinschaft von WissenschaftlerInnen, die ein politisches Interesse an einer besseren Welt haben und ein akademisches Interesse, Kommunikation und Kapitalismus zu verstehen. Ich hatte das Glück, in dieser Gemeinschaft durch Diskussionen mit KollegInnen viel zu lernen, wofür ich sehr dankbar bin. Die kontinuierlichen Anstrengungen, das Feld der Kritik der politischen Ökonomie der Medien und Kommunikation zu entwickeln, sind wichtig und inspirierend.

Graham Murdock und Peter Golding (1973) haben in ihrem bahnbrechenden Artikel *For A Political Economy of Mass Communications* argumentiert, Kritik der politischen Ökonomie der Kommunikation bedeute, den Zusammenhang von Kapitalismus und Kommunikation kritisch zu analysieren: »Der offensichtliche Ausgangspunkt für eine politische Ökonomie der Massenkommunikation ist die Einsicht, dass die Massenmedien vor allem industrielle und kommerzielle Organisationen sind, die Waren produzieren und distribuieren« (Murdock & Golding 1973, 205–206). »Zusätzlich zur Produktion und Distribution von Waren verbreiten die Massenmedien aber auch Ideen über ökonomische und politische Strukturen. Diese zweite und ideologische Dimension der Produktion der Massenmedien gibt ihnen ihre Wichtigkeit und Zentralität und benötigt nicht nur einen ökonomischen, sondern auch einen politischen Ansatz« (Murdock & Golding 1973, 206–207).

Für Murdock und Golding haben die Medien im Kapitalismus eine doppelte Rolle bei der a) Kommodifizierung und b) Produktion und Verbreitung von Ideologien. Diese Analyse korrespondiert mit zwei Aspekten, die Marx im *Kapital Band 1* als wichtig für die Kritik der politischen Ökonomie des Kapitalismus erachtet:

a) Die Warenlogik: »Der Reichtum der Gesellschaften, in welchen kapitalistische Produktionsweise herrscht, erscheint als eine ungeheure Warensammlung, die einzelne Ware als seine Elementarform. Unsere Untersuchung beginnt daher mit der Analyse der Ware« (Marx 1867, 125). Die Kritik der politischen Ökonomie der Kommunikation stellt Fragen darüber, wie die Warenform Kommunikation und die damit verbundenen Widersprüche und Kämpfe beeinflusst.

b) Der Warenfetisch: In Ideologien werden bestimmte Phänomene, zum Beispiel Waren, als unendlich und absolut notwendig präsentiert. Es wird außer Acht gelassen, dass gesellschaftliche Phänomene durch Menschen in

sozialen Beziehungen gemacht und daher verändert werden können. »Es ist nur das bestimmte gesellschaftliche Verhältnis der Menschen selbst, welches hier für sie die phantasmagorische Form eines Verhältnisses von Dingen annimmt. Um daher eine Analogie zu finden, müssen wir in die Nebelregion der religiösen Welt flüchten. Hier scheinen die Produkte des menschlichen Kopfes mit eigenem Leben begabte, untereinander und mit den Menschen in Verhältnis stehende selbständige Gestalten. So in der Warenwelt die Produkte der menschlichen Hand. Dies nenne ich den Fetischismus, der den Arbeitsprodukten anklebt, sobald sie als Waren produziert werden, und der daher von der Warenproduktion unzertrennlich ist« (Marx 1867, 86–87). Kapitalistische sind wichtige Räume, in denen Ideologien konstruiert, verbreitet, reproduziert, in Frage gestellt und bekämpft werden.

Im deutschen Sprachraum wurden in den 1970er Jahren durch Autoren wie Horst Holzer, Wulf Hund, Franz Dröge oder Dieter Prokop Grundlagen einer Kritik der politischen Ökonomie der Medien und Kommunikation erarbeitet. Im Zeitalter des Antimarxismus, Antikommunismus und der Berufsverbote, deren Opfer auch Horst Holzer war, hatte es dieser Ansatz jedoch sehr schwer, sich in der deutschen Medien- und Kommunikationswissenschaft, die traditionell konservativ war und in der ForscherInnen wie Elisabeth Noelle-Neumann eine einflussreiche Rolle spielten, irgendwie zu etablieren. Es handelt sich um eine »vergessene Theorie« gesellschaftlicher Kommunikation« (Holzer 1994, 185). »Ein wesentlicher Grund für jenes Versinken in der Vergessenheit dürfte vielmehr darin liegen, dass aufgrund der Selbst- und Fremdliquidierung des ›real-existierenden Sozialismus‹ über den historischen Materialismus im allgemeinen und die historisch-materialistische Kommunikations- und Medientheorie im besonderen der Bann verhängt wurde« (Holzer 1994, 185–186). Eine besondere Rolle dabei, dass die kritische politische Ökonomie der Medien im deutschen Sprachraum nicht völlig unterging, haben die Arbeiten von Autoren wie Manfred Knoche und Jörg Becker gespielt.

Manfred Knoche: »Zu den Grundfragen einer kommunikationswissenschaftlichen Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien gehört die Analyse des Verhältnisses von Medien und kapitalistischer Gesellschaft, also die Rolle der Medien für das gesamte materielle, wirtschaftliche, gesellschaftliche, soziale, politische und kulturelle menschliche Leben. Zentrale Untersuchungsgegenstände sind also einerseits die spezifischen Entwicklungen der Medienproduktion, -distribution und -konsumtion, andererseits deren Funktionsweise für die Entwicklung des gesamten kapitalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftssystems« (Knoche 2002, 105).

Knoche definiert den Gegenstand der Kritik der politischen Ökonomie der Medien ähnlich wie Murdock und Golding als doppelte Analyse des Waren- und Ideologiecharakters der Medien im Kapitalismus: »Die Medienspezifität einer Kritik der politischen Ökonomie ist vor allem damit begründet, dass die Medienindustrie als integraler Bestandteil der kapitalistischen Gesellschaft über die übrige Wirtschaft hinausgehend zusätzliche gesamtwirtschaftliche (Werbung/Konsum) und politisch-kulturell-ideologische gesamtgesellschaftliche Funktionen erfüllt« (Knoche 2014, 246–247).

Vincent Mosco hat in seinem grundlegenden Einführungsbuch *The Political Economy of Communication* dieses Feld definiert als »das Studium der sozialen Beziehungen, insbesondere der Machtbeziehungen, die wechselseitig die Produktion, Distribution und Konsumtion von Ressourcen, inklusive Kommunikationsressourcen, konstituieren« (Mosco 2009, 2). Janet Wasko (2014, 260) betont, dass die Kritik der politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation sich mit der »Allokation von Ressourcen in kapitalistischen Gesellschaften« im Kontext von Medien und Kommunikation beschäftigt und insbesondere die Rollen von Eigentum, Kontrolle, Macht, Klasse, strukturellen Ungerechtigkeiten, Widersprüchen, Widerstand und Eingriffen untersucht. Murdock und Golding argumentieren, dass dieser Ansatz »die breiteren Strukturen« untersucht, die »Alltagshandeln umspannen und gestalten« und sich »ansieht, wie die ökonomische Organisation der Medienindustrien auf die Produktion und Zirkulation von Bedeutungen trifft und auf welche Weise die Meinungen der Menschen bei der Konsumtion und Verwendung von Medien durch ihre Position in der allgemeinen ökonomischen Formation strukturieren« (Murdock & Golding 2005, 61). Er »beginnt mit einer Menge sozialer Beziehungen und dem Spiel der Macht. Er interessiert sich dafür, zu sehen, wie die Herstellung und Inanspruchnahme von Bedeutungen auf allen Ebenen von den strukturellen Asymmetrien sozialer Beziehungen geprägt wird« (62). »Die kritische politische Ökonomie ist dadurch charakterisiert, dass sie immer über situierendes Handeln hinausgeht, um zu zeigen, wie bestimmte Mikrokontexte von allgemeinen ökonomischen Dynamiken und den breiteren Formationen, die sie erhalten, beeinflusst werden« (62).

Mosco (2009) argumentiert, die Kritik der politischen Ökonomie der Kommunikation richte ihr Augenmerk insbesondere auf drei Aspekte der Forschung:

1) Kommodifizierung:

»Der Prozess der Verwandlung von Dingen, die für ihren Gebrauch geschätzt werden, in vermarktete Produkte, die danach bewertet werden, was

sie im Tausch einbringen können« (Mosco 2009, 2). Im Bereich der Medien gibt es zum Beispiel die Kommodifizierung von Inhalten, Publikum, Arbeit, NutzerInnen, Zugang und Technologien.

2) Verräumlichung:

»Der Prozess der Überwindung der Beschränkungen des geographischen Raums mit der Hilfe von unter anderem Massenmedien und Kommunikationstechnologien« (Mosco 2009, 2). Diese Dimension hat mit der Kommerzialisierung, Privatisierung, Liberalisierung und Internationalisierung der Medien zu tun (Mosco 2009, 15).

3) Strukturierung:

»Der Prozess der Schaffung von sozialen Beziehungen, hauptsächlich jene, die um soziale Klasse, Geschlecht und Rasse organisiert sind« (Mosco 2009, 2). Medien spielen in der Moderne eine Rolle im Kontext von Klasse, Geschlecht und Rassismus und deren Überschneidung.

Mosco (2009, 2–4, 26–36) und Murdock/Golding (2005) betonen, dass die Kritik der politischen Ökonomie vor allem auf vier Prinzipien beruht:

1) Geschichte:

Sie interessiert sich für die geschichtliche Entwicklung der Wirtschaft und der Gesellschaft, die Dynamiken und Veränderungen des Kapitalismus, die Geschichte der Medien, der Zivilgesellschaft, der Kommodifizierung, des Staates und wie diese Dimensionen miteinander interagieren.

2) Gesellschaftliche Totalität:

»Politische Ökonomie war immer davon überzeugt dass es eines größeren Blickes auf die Gesellschaft bedarf. [...] Politische Ökonomen fragen: Wie sind Macht und Reichtum verbunden und wie sind sie verbunden mit dem kulturellen und gesellschaftlichen Leben? Der politische Ökonom der Kommunikation möchte wissen, wie all das unsere Systeme der Massenmedien, Information und Unterhaltung beeinflusst und von diesen Systemen beeinflusst wird« (Mosco 2009, 4).

3) Moralphilosophie:

Politische Ökonomie argumentiert für die »Ausdehnung der Demokratie auf alle Aspekte des gesellschaftlichen Lebens« (Mosco 2009, 4): Politik, Wirtschaft, Arbeitsplatzkultur, Alltagsleben und Medien. Sie stellt »grundsätzliche moralische Fragen über Gerechtigkeit, Gleichheit und das Gemeinwohl« (Murdock & Golding 2005, 61). Die heutigen »führenden MainstreamökonomInnen sind weniger abgeneigt, moralische Sprache in ihren ökonomischen Diskursen zu verwenden. [...] Insbesondere die heterodoxen Schulen des Denkens, die in politischer Ökonomie verwurzelt sind, greifen

moralische Anliegen auf. [...] Die marxistischen und institutionellen Traditionen sind durchdrungen von Debatten über die Rolle der Moralphilosophie« (Mosco 2009, 34).

#### 4) Gesellschaftliche Praxis:

Es handelt sich um ein Feld, das daran interessiert ist, Kämpfe zu analysieren und zu informieren und das bestrebt ist, die Welt zu verändern, um eine bessere Gesellschaft zu schaffen.

Die Kritik der politischen Ökonomie der Medien und Kommunikation ist eine »marxistische Theorie der Kommunikation« (Smythe 1994, 258), sie ist »weitgehend marxistisch« (Murdock & Golding 2005, 61). Janet Wasko (2014, 260) schreibt, dass die politische Ökonomie der Medien und der Kommunikation meist einen »marxistischen/neo-marxistischen Theorierahmen benutzt«. Sie zieht aus einer Besprechung des Zustandes dieses Feldes im 21. Jahrhundert die folgende Schlussfolgerung: »Jean Paul Sartre hat einmal gesagt: ›Der Marxismus bleibt die unüberschreitbare Philosophie unserer Zeit [...]‹. Ein ähnliches Argument könnte in Bezug auf die Analyse der politischen Ökonomie der Medien gemacht werden« (Wasko 2014, 268). Graham Murdock (2006, 3) argumentiert, dass Marx unser Zeitgenosse ist und dass eine »angemessen kritische Analyse der kulturellen Landschaften des heutigen Kapitalismus ihren Ausgangspunkt in der Auseinandersetzung mit drei zentralen Themen in Marx' Schriften haben muss – Kommodifizierung, Widerspruch und Globalisierung«. Murdock (2014b, 125) fügt hinzu, eine derartige Analyse sollte sich mit »Marx über den gesamten Bereich seiner Schriften« auseinandersetzen.

Vincent Mosco (2012) findet Marx' Schriften in vieler Hinsicht wichtig für ein kritisches Verständnis der Kommunikation: »Marx' *Kapital* und seine politische Kommunikation sind wichtig für das Verständnis globaler Kommunikation. Aber es gibt auch einen anderen Marx, der mit dem Ersten vermittelt ist, dessen Schriften über Kultur und Ideologie, zum Beispiel in der *Deutschen Ideologie*, den *Ökonomisch-philosophischen Manuskripten* und anderen Arbeiten des jungen Marx, Analyse und Kritik in den Cultural Studies beeinflusst haben. Es ist keine Übertreibung, den Schluss zu ziehen, dass der Marx der politischen Ökonomie und der Marx der Cultural Studies Pfeiler der kritischen Kommunikationswissenschaft darstellen. [...] Zusätzlich zum Marx der politischen Ökonomie und zum Marx der Cultural Studies gibt es auch den Marx der berühmten und berüchtigten Notizbücher *Die Grundrisse* sowie die Arbeiten von Marx als professionellem Journalisten. Obwohl Marx in der Tat sein Leben lang Journalist war, stellen die Grund-

risse und seine besten journalistischen Arbeiten eine Brücke zwischen seiner frühen und späten Schaffensperioden dar« (Mosco 2012, 571).

Die Kritik der politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation hat eine wichtige Rolle im Feld der Medien- und Kommunikationswissenschaft gespielt und dazu beigetragen, die Rolle der Medien und der Kommunikation im Kapitalismus zu beleuchten. Marx' Arbeiten haben großen Einfluss darauf gehabt. Das vorliegende Buch steht in dieser Tradition und sieht sich als ein Teil davon.

### **Kommunikation: Ein blinder Fleck des Marxismus**

Das Feld der Kritik der politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation hat Aspekte, Rollen und Widersprüche der Kultur, Information, Kommunikation, Medien und des Internets kritisch analysiert. Es ist jedoch in der marxistischen Theorie oft nicht ernst oder nicht ernst genug genommen worden. Informationelle Phänomene werden oft als Überbau, sekundär, unproduktiv, bloßer Aspekt der Zirkulation und des Konsums, bestimmt oder überbestimmt durch die Basis, immateriell, reine Ideen, abhängig usw. angesehen. Diese Degradierung und Erniedrigung des Informationsbereiches war einer der Gründe, warum der kanadische politische Ökonom der Medien Dallas W. Smythe 1977 argumentierte, Kommunikation stelle einen blinden Fleck des westlichen Marxismus dar. »Die Massenmedien der Kommunikation und verwandte Institutionen, die mit Werbung, Marktforschung, Public Relations, Produkt- und Verpackungsdesign zu tun haben, stellen einen blinden Fleck der marxistischen Theorie« (Smythe 1977, 1) dar. Diese Abwesenheit ist auch einer der Gründe, warum der britische marxistische Kulturtheoretiker Raymond Williams im selben Jahr, als Smythe seinen *Blindspot*-Artikel veröffentlichte, den Begriff des kulturellen Materialismus in seinem Buch *Marxism and Literature* prägte, um zu betonen, dass »kulturelle Arbeit und Aktivität [...] keine Überbaustruktur« sind (Williams 1977, 111). Die Bedeutung der Kulturindustrie, der Informationsökonomie und der Informationsarbeit haben verdeutlicht, dass Kultur und Kommunikation wichtig sind, dass sie materiell sind und einen Teil der produktiven Ökonomie des Kapitalismus darstellen (Fuchs 2015).

Ich habe in meinem Leben zu viele marxistische und kritische Konferenzen und Vorträge besucht, bei denen Medien und Kommunikation entweder keine oder eine nur untergeordnete Rolle spielten. Ein Beispiel soll diesen Umstand illustrieren. Am 31. Mai 2013 hielt David Harvey einen Vortrag mit dem Titel »From Rebel Cities to Urban Revolution« (Von rebellierenden Städten zur urbanen Revolution) beim »Dangerous

Ideas for Dangerous Times«-Festival in London. Der eher kleine Raum war gefüllt mit hunderten interessierten ZuhörerInnen. Im Diskussionsteil stellte ich die Frage, warum Kommunikation einen blinden Fleck in Harveys marxistischer Theorie des Raums und in vielen anderen marxistischen Theorien darstellt, obwohl sozialer Raum nur in und durch menschliche Kommunikation existieren kann, die von sozialem Raum bedingt wird und diesen produziert und reproduziert. In seiner Antwort sprach Harvey nicht über den Zusammenhang von Raum und Kommunikation, sondern sagte, dass Medien und Kommunikation überschätzt werden, dass der arabische Frühling keine Facebookrevolution war, sondern auf Straßen und Plätzen stattfand. Harvey machte den oft wiederholten marxistischen Fehler, die Analyse der Kommunikation im Kapitalismus zu verwerfen, da Nichtmarxisten deren Rolle oft überschätzen.

Ich habe in meinem Leben auch zu viele marxistische Bücher und Artikel gelesen, in denen Medien und Kommunikation keine oder ein untergeordnete Rolle spielen. Dies ist einer der Gründe dafür, dass die von Marisol Sandoval und mir herausgegebene Zeitschrift *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*), versucht, ein Raum für die Veröffentlichung und Diskussion von kritischen Analysen zu sein, die von Marx und verwandten kritischen Ansätzen inspiriert sind und die Rolle der Kommunikation im Kapitalismus beleuchten. *tripleC* ist keine allgemeine Zeitschrift für Medien- und Kommunikationswissenschaft und auch keine allgemeine Zeitschrift für marxistische Theorie. Es handelt sich vielmehr um eine Zeitschrift, die sich für die Schnittstelle von marxistischer/kritischer Theorie und der Analyse der Medien, der Kommunikation und des Internets interessiert.

### **Was sind Information, Medien und Kommunikation?**

Die Begriffe Information, Medien und Kommunikation sind nicht selbsterklärend. Es gibt eine Tendenz diese Begriffe zu trennen, was zur Schaffung von Spezialfeldern wie der Informationswissenschaft, der Medienwissenschaft und der Kommunikationswissenschaft geführt hat. Meiner Ansicht nach kann und sollte die Analyse dieser Phänomene nicht getrennt werden. Jeder Versuch der Trennung ist künstlich und zerreißt eine Einheit von Phänomenen, die inhärent miteinander verbunden sind und miteinander auftreten. Materie ist die Prozesssubstanz der Welt. Es handelt sich um eine *causa sui*, eine Ursache von sich selbst: Materie produziert und organisiert sich selbst, sie hat die Kapazität, neue Organisationsstufen der Welt zu erzeugen. Unter dieser Prämisse ist es nicht notwendig, religiöse, spiritualistische oder esoterische Erklärungen der Welt aufzustellen, die eine Existenz oder einen

Schöpfer der Welt außerhalb der Materie annehmen. Die Auffassung, dass Information immateriell ist oder außerhalb der Materie existiert, verletzt den philosophischen Satz des Grundes, der besagt, dass jedes Phänomen eine adäquate Ursache und Grundlage haben muss. Wenn die Welt zwei Substanzen – Materie und Information/Geist – hätte, dann würde es zwei Phänomene geben, die unbegründet blieben, was den Satz des Grundes verletzt. Wenn man hingegen annimmt, dass eine spirituelle Kraft – Gott – die Materie erschaffen hat, so bedeutet dies, dass eine externe geistige Kraft als der Grund der Welt angesehen wird und diese Etwas aus Nichts geschaffen hat. Es gibt in dieser Weltsicht aber keine rationale Antwort auf die Frage, wer Gott erschaffen hat. Idealismus und Spiritualismus sind daher ebenso wie der Materie/Geist-Dualismus unbegründet. Auch sie verletzen den Satz des Grundes. Information ist Teil der materiellen Welt. Sie ist Materie in Bewegung, das Prozessverhältnis und die Interaktion von mindestens zwei materiellen Systemen. Solche Interaktionen sind dadurch produktiv, dass sie materielle Systeme reproduzieren, neue interne Qualitäten dieser Systeme erzeugen und die Möglichkeit haben, aus der Interaktion bestehender Systeme zur Emergenz neuer Systeme zu kommen.

Menschen existieren in der Gesellschaft, die Gesellschaft wird von Menschen reproduziert und erhalten. Die Gesellschaft ist eine Organisationsstufe der Organisation der Materie. Bei gesellschaftlicher Information handelt es sich um den sozialen Interaktionsprozess von menschlichen Wesen. Menschen sind arbeitende und denkende Wesen, die antizipieren, moralische Urteile treffen und die Gesellschaft produzieren und reproduzieren. Das menschliche Gehirn speichert kognitive Information, die in komplexer Art den Zustand der Welt, deren menschliche Interpretation und politische und moralische Beurteilungen dieser Welt reflektiert. In Kommunikationsprozessen werden Teile der kognitiven Information eines Individuums in symbolischer Form für mindestens einen anderen Menschen zugänglich gemacht. Wenn dieser Prozess reziprok ist, so macht dieser andere Mensch bzw. machen diese anderen Menschen Teile ihrer Weltinterpretationen zugänglich für den ursprünglichen Kommunikator.

Wenn Kommunikation kognitiv verarbeitet wird, so führt sie zur Veränderung von kognitiven Informationsmustern, d.h. zu neuen Bedeutungen, Interpretationen und Urteilen, die durch Kommunikation entstehen. Kommunikation und kognitive Information sind materiell: Sie verändern den Zustand und die Aktivierungsmuster neuronaler Netzwerke im Gehirn. Wir können Information nicht angreifen und spüren, dass sie nichtstofflich ist. Dadurch wird sie jedoch nicht immateriell. Wir können die Konsequenzen

von Informationsprozessen beobachten, also wie sie Veränderungen von Bedeutungen und Interpretationen der Welt hervorbringen. Kommunikation findet mit der Hilfe von Medien statt, zum Beispiel Luft, die Schall überträgt, das Internet, das Fernsehen, das Radio, Bücher und andere gedruckte Medien, elektronische Bücher, Poster, Aufkleber, Bilder, Kunstwerke usw. Wo immer Kommunikation stattfindet, gibt es auch ein Medium der Kommunikation. Medien sind Strukturen, die Kommunikation organisieren und ermöglichen. Sie stehen in der Mitte der Menschen und machen es möglich, dass sie kommunizieren. Menschliche Kommunikation kann in eher ephemerer oder mehr regulär organisierter Weise stattfinden. Kommunikation produziert Veränderungen von Denkmustern. Andauernde Kommunikation hat auch das Potenzial, neue soziale Systeme und emergente Qualitäten bestehender Systeme zu erzeugen. In solchen Fällen denken und kommunizieren die Menschen nicht nur, sondern sie kooperieren auch: Sie produzieren gemeinsam ein neues soziales System oder neue strukturelle Qualitäten eines Sozialsystems. Information ist daher ein dreifach verschachtelter Prozess der Kognition, Kommunikation und Kooperation (Hofkirchner 2013).

### **Das Marx'sche *Kapital* lesen**

Eine marxistische Theorie und Analyse der Information, Medien und Kommunikation interessiert sich für die widersprüchlichen Rollen, die diese Phänomene im Kapitalismus haben. Das Marx'sche *Kapital* heute zu lesen, kann uns helfen, diese Rollen zu verstehen und informationellen Widersprüchen Sinn zu geben. Dieses Buch wurde zuerst auf Englisch verfasst und dann ins Deutsche übersetzt. Ich beziehe mich auf die Ausgabe, die als Band 23 der Marx-Engels-Werke publiziert wurde, da dies die meistgelesene und am einfachsten zugängliche Version ist. Sie ist sowohl in einer erschwinglichen gedruckten Ausgabe des Dietz Verlages als auch in elektronischer Form erhältlich.<sup>3</sup>

Das vorliegende Buch ist eine weitgehend kapitelweise Begleitlektüre zu *Kapital Band 1*. Es beinhaltet auch ein zusätzliches Kapitel im Anhang, das die Rolle von Wissen und Technologie in den *Grundrissen* diskutiert, die den ersten Entwurf des *Kapitals* darstellen. Einführungsbücher ins Marx'sche *Kapital*, die keine kapitelweise Darstellung verfolgen, machen es schwierig, die Struktur des Buches zu erfassen. Die meisten LeserInnen möchten *Das Kapital* schrittweise Kapitel für Kapitel lesen, was für ein umfassendes

---

3 <http://www.mlwerke.de/me/me23/>

Verständnis angemessen ist. Ein Begleitbuch, das kapitelweise vorgeht, ist dazu hilfreich.

»Marx lesen im Informationszeitalter« handelt von Marx und nicht von Marxismus. Es ist schwierig, Marx Theorie zu verstehen, was der Grund dafür ist, dass ich mich auf seine Argumente konzentriere und nicht extensiv auf die Verwendung bestimmter Marx'scher Konzepte in der marxistischen Theoriegeschichte eingehe. Eine solche Darstellung ist die Aufgabe anderer Bücher, zum Beispiel des *Historisch-kritischen Wörterbuch des Marxismus*. Ich verdeutliche die Verbindung von Marx' Argumenten zu den Bereichen der Medien, der Technik, der Kultur und der Kommunikation und stelle für diesen Zweck auch Bezüge zu DenkerInnen her, die sich mit diesen Feldern auseinandergesetzt haben. Die Aufgabe des Buches ist es, sich mit Marx' Text auseinanderzusetzen und interpretative Erklärungen zu geben, die ihn mit Medien und Kommunikation in Verbindung setzen. Es ist auch kein Einführungsbuch in das Feld der politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation, in dem Marx eine signifikante Rolle spielt. Der Platz für eine umfassende Auseinandersetzung mit der wichtigen Geschichte und derzeitigen Entwicklungen dieses Feldes würde nicht reichen. Ich empfehle LeserInnen, die sich für die Themen in diesem Buch interessieren, an den Diskussionen in der Political Economy-Sektion der International Association of Media and Communication Research's (IAMCR) Political Economy Section teilzunehmen, sich über aktuelle Debatten zu informieren und mit Artikeln zu diesen beizutragen.

Kommunikationssysteme können sich schnell verändern. Der kommunikative Kapitalismus bleibt in seiner Grundstruktur durch dynamische Veränderung und eine Dialektik von Kontinuität und Diskontinuität unverändert. Dieses Buch möchte daher keinen Überblick über aktuelle Kommunikationsphänomene geben, die sich schnell verändern können. Zur Zeit, als es geschrieben wurde, waren Beispiele für aktuelle Kommunikationsentwicklungen: Big Data, Cloud Computing, Masseninternetüberwachung durch Geheimdienste (Edward Snowdens Enthüllungen), das Internet of Things, Maker-Kultur, mobile Werbung, soziale Medien, personalisierte Onlinewerbung, die Bewegung der Selbst-Quantifizierung, die Sharing-Ökonomie, Online-Fake-Nachrichten etc. Solche Phänomene kommen und gehen, während der Kapitalismus und Kommunikationssysteme sowie deren Widersprüche eine viel längere Geschichte haben. Das Buch versucht eine längerfristige Perspektive anzubieten, so dass es auch noch in 30 oder 50 Jahren gelesen werden kann. Es bezieht sich genauso auf Beispiele, die

tausende Jahre alt sind, wie auf Beispiele aus der Gesellschaft des 19., 20. und 21. Jahrhunderts.

Die Kapitel in diesem Buch beinhalten auch Übungen, die es den LeserInnen ermöglichen, sich in weiterführender Weise mit Marx' Ideen auseinanderzusetzen. Die Übungen sind am Ende der jeweiligen Kapitel zu finden. Es gibt zwei Arten: Gruppenübungen (G) sind geeignet für die Diskussion in einer Gruppe, die Marx' *Kapital Band 1* liest. Sie sind nicht extrem zeitaufwendig. Projektübungen (P) nehmen mehr Zeit in Anspruch und erlauben es dem/der LeserIn oder einer Lesegruppe, auf Basis von Marx' Ideen detaillierte Analysen von Kommunikationsphänomenen durchzuführen.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick der Kapitel in Band 1 des *Kapitals*.

<b>Kapitel in Marx' <i>Das Kapital</i> (MEW)</b>
<i>Erster Abschnitt: Ware und Geld</i> 1: Die Ware 2: Der Tauschprozess 3: Das Geld oder die Warenzirkulation
<i>Zweiter Abschnitt: Die Verwandlung von Geld in Kapital</i> 4: Die Verwandlung von Geld in Kapital 4.1: Die allgemeine Formel des Kapitals 4.2: Widersprüche der allgemeinen Formel 4.3: Kauf und Verkauf der Arbeitskraft
<i>Dritter Abschnitt: Die Produktion des absoluten Mehrwerts</i> 5: Arbeitsprozeß und Verwertungsprozeß 6: Konstantes Kapital und variables Kapital 7: Die Rate des Mehrwerts 8: Der Arbeitstag 9: Rate und Masse des Mehrwerts
<i>Vierter Abschnitt: Die Produktion des relativen Mehrwerts</i> 10: Begriff des relativen Mehrwerts 11: Kooperation 12: Teilung der Arbeit und Manufaktur 13: Maschinerie und große Industrie
<i>Fünfter Abschnitt: Die Produktion des absoluten und relativen Mehrwerts</i> 14: Absoluter und relative Mehrwert 15: Größenwechsel von Preis der Arbeitskraft und Mehrwert 16: Verschiedene Formeln für die Rate des Mehrwerts
<i>Sechster Abschnitt: Der Arbeitslohn</i> 17: Die Verwandlung von Wert resp. Preis der Arbeitskraft in Arbeitslohn 18: Der Zeitlohn 19: Der Stücklohn 20: Nationale Verschiedenheiten der Arbeitslöhne

Siebenter Abschnitt: Der Akkumulationsprozeß des Kapitals  
 21: Einfache Reproduktion  
 22: Verwandlung von Mehrwert in Kapital  
 23: Das allgemeine Gesetz der kapitalistischen Akkumulation  
 24: Die sogenannte ursprüngliche Akkumulation  
 25: Die moderne Kolonisationstheorie

Tabelle 0.1: Die Kapitelstruktur von *Das Kapital Band 1*

### Die Geschichte von Marx' *Das Kapital Band 1*

Ein Grund, warum Marx sich entschloss, eine systematische Kritik der politischen Ökonomie des Kapitalismus zu schreiben, lag eventuell in der Finanzpanik und der ökonomischen Krise des Jahres 1857 (Wheen 2006, 27). Er schrieb in den Jahren 1857 und 1858 das politisch-ökonomische Manuskript, das später als die *Grundrisse* bekannt wurde und einen frühen Entwurf des *Kapitals* darstellt. Es wurde zuerst 1939–1941 auf Deutsch veröffentlicht und war weitgehend unbekannt bis zur Veröffentlichung einer populären Version 1953.

Im Jahr 1858 arrangierte Ferdinand Lassalle den Kontakt zwischen Marx und dem in Berlin ansässigen Verlag Duncker, woraufhin Marx eine Edition der Kritik der politischen Ökonomie des Kapitalismus in sechs Büchern plante (Wheen 2006, 29). Armut und Krankheiten von Marx und seinen Familienmitgliedern verzögerten die Abgabe des ersten geplanten Manuskripts von Herbst 1859 bis 1859 (Wheen 2006, 29–31), als Duncker *Zur Kritik der politischen Ökonomie* veröffentlichte. Marx' Arbeit am Nachfolgebuch, aus dem *Kapital Band 1* wurde, wurde von einer intellektuellen Auseinandersetzung mit Karl Vogt, erfolglosen Plänen zur Rückkehr nach Deutschland, die Formierung von und Marx' Engagement in der Internationalen Arbeiterassoziation, von Armut, BesucherInnen und Krankheit unterbrochen (Wheen 2006, 31–35).

Marx schrieb *Das Kapital Band 1* also unter dem Eindruck von Armut und Krankheiten wie Leberbeschwerden, Beulen und Karbunkeln, die es ihm schwer machten zu sitzen und zu schreiben (siehe: Wheen 1999, 294; Wheen 2006, 35). Einige der Beulen, die Marx' Körper bedeckten, mussten von einem Chirurgen entfernt werden. Er schnitt sogar einige davon selbst mit Rasierklingen auf (McLellan 2006, 311). Über diesen Umstand schrieb er an Engels am 20. Februar 1866:

»Was die Karbunkel angeht, so steht es so: Von dem *obern* hatte ich Dir mit meiner langen Praxis gesagt, dass er eigentlich *geschnitten* werden müsse. Heute

(Dienstag), nach Empfang Deines Briefes, nahm ich ein scharfes Rasiermesser, Relict of dear Lupus, und *schnitt den Hund in eigener Person*. (Ich kann Ärzte nicht zwischen den Geschlechtsteilen oder in ihrer Nähe dulden. Im übrigen stellt Allen mir das Zeugnis aus, that I am one of the best subjects to be operated upon. Ich erkenne immer *das Notwendige* an.) Das sang brûlé, as Mrs. Lormier says, quillte, sprang vielmehr, hoch empor, und ich betrachte diesen Karbunkel nun als begraben, obgleich it still wants some nursing.« (MEW 31, 182).

Dieser Absatz ist nicht nur eine der obskuren Passagen in Marx' und Engels' Werken, sondern verdeutlicht auch, dass Marx *Das Kapital Band 1* zu einer Zeit schrieb, als er mit schweren Gesundheitsproblemen konfrontiert war. Sam Shuster (2008), der Professor für Dermatologie an der Universität Newcastle war, analysierte die Passagen in Marx' Briefen, in denen Gesundheit und Krankheit diskutiert werden. Die allgemeine Annahme ist, dass Marx unter einer Leberkrankheit und Beulen litt und sein Tod durch Tuberkulose verursacht wurde. Shuster nimmt als wahrscheinlich an, dass Marx unter Hidradenitis suppurativa litt und *das Kapital* schrieb, »als seine Hidradenitis am Schlimmsten war« (Shuster 2008, 3).

»Hidradenitis suppurativa (manchesmal auch als Acne inversa bezeichnet) ist eine schmerzhafte Langzeiterkrankung der Haut, die zu Abszessen und Narbenbildung führt, normalerweise in der Leistengegend, auf dem Gesäß, der Brust und in den Achselhöhlen. [...] Sie führt zu einer Mischung aus roten beulenartigen Geschwülsten, schwarzen Mitessern, Zysten, Narbenbildung und Kanälen in der Haut, aus denen Eiter austritt. [...] Einige der Geschwülste können sich mit Bakterien infizieren, wodurch es zu einer Sekundärinfektion kommen kann, die mit Antibiotika behandelt werden muss. HS ist sehr schmerzhaft.«<sup>4</sup>

Die Krankheit verursacht also große Schmerzen, offene Wunden, die nicht oder nur schlecht heilen, und sie kann zum Tod führen. Wenn Shusters Interpretation stimmt, so bedeutet dies, dass Karl Marx *Das Kapital* unter intensiven Schmerzen schrieb, die von einer seltenen Krankheit stammten. Seine Leistung, ein Meisterwerk zu verfassen, das derartig hohe analytische und literarische Qualität besitzt, ist daher umso beeindruckender.

Marx war oft unzufrieden mit den Ergebnissen seines Schreibens und arbeitete Texte um (McLellan 2006, 308). Er lieferte das Manuskript zu *Das Kapital Band 1* im April 1867 persönlich an den in Hamburg ansässigen Verlag Meissner (Wheen 1999, 295). Marx hatte den Vertrag dazu im März

<sup>4</sup> NHS: Hidradenitis suppurativa, <http://www.nhs.uk/conditions/hidradenitis-suppurativa/Pages/Introduction.aspx> [Zugriff: 06.04.2017].

1865 unterschrieben (McLellan 2006, 311). Im September 1867 publizierte Meissner 1.000 Stück als erste Auflage (McLellan 2006, 316).

### **Das Kapital und Hegels dialektische Philosophie**

Zur Präsentation der Marx'schen Kategorien verweise ich in diesem Buch häufig auf Hegels dialektische Philosophie, um zu zeigen, wie diese Marx' Gedanken prägte. Repräsentanten einer systematischen Dialektik wie Christopher Arthur (2004), Tony Smith (1990) oder Kozo Uno und seine Anhänger (Sekine 1998) haben versucht, Hegels Logik und Marx *Kapital* zu parallelisieren (siehe Tabelle 0.2)

<b>Hegels Logik</b>	<b>Arthur: Marx' Kapital</b>	<b>Sekine/Uno: Marx' Kapital</b>
I. SEIN	WARE	ZIRKULATION
a. Qualität	Warentausch	Ware
b. Quantität	Quantität der getauschten Waren	Geld
c. Das Maß	Tauschwert der Waren	Kapital
II. WESEN	GELD	PRODUKTION
a. Grund	Wert an sich	Produktion des Kapitals
b. Erscheinung	Wertformen	Zirkulation des Kapitals
c. Wirklichkeit	Geld	Reproduktion
III: Begriff	KAPITAL	DISTRIBUTION
a. Der subjektive Begriff	Preis	Preis, Profit
b. Das Objekt	Metamorphose des Geldes und der Waren	Rente
c. Die Idee	Selbstverwertung	Zins

Tabelle 0.2: Die Logik des Kapitals: Versuche, Hegels *Logik* und Marx' *Kapital* logisch zu interpretieren (basierend auf: Bidet 2005, 122; Arthur 2004, 108–109; Sekine 1998)

Da Arthur und Uno zu sehr unterschiedlichen Interpretationen in ihren logischen Parallelisierungen gelangt sind, kann man Zweifel daran haben, dass Marx bei der Arbeit an *Kapital Band 1* die Idee von der Konstruktion einer exakten strukturellen Korrespondenz mit Hegels *Logik* im Kopf hatte. Er verwendete aber Hegelsche Kategorien, um bestimmte Aspekte des Kapitalismus zu erklären und entwickelte seine Kategorien basierend auf Hegels Dialektik als Methode zur Analyse der Ontologie des Kapitalismus. Alex Callinicos (2014, 129) argumentiert, dass Marx »Kategorien aus der Logik

extrahiert hat, um sie anzuwenden, allerdings in einer recht pragmatischen Weise«. Marx ist dabei aber nicht, wie Callinicos (2014, 157) behauptet, mehr und mehr von Hegel abgerückt, sondern war sein ganzes Leben über von Hegels dialektischer Philosophie beeinflusst. Im *Kapital* verband er Kategorien dialektisch zu einer Ontologie des Kapitalismus, so dass sie nicht unabhängig sind, sondern in einer dialektischen Weise miteinander verbunden. Tony Smith (1990) präsentiert in seinem Buch *The Logic of Marx's Capital* eine Interpretation, die verknüpfte Hegelsche Dreiecke benutzt, um zu zeigen, wie Marx die dialektische Ontologie des Kapitalismus analysierte. Er versucht jedoch nicht, die Struktur des *Kapitals* auf die Struktur von Hegels *Logik* exakt abzubilden. Marx »gab nirgendwo auch nur einen Hinweis darauf, dass er einen spezifischen Inhalt seiner Theorie dadurch erlangte, dass er eine Kategorie aus der Logik nahm und sie direkt in eine ökonomische Kategorie übersetzte. Wenn dies nur im Entferntesten seine Methode gewesen wäre, so hätte er das höchstwahrscheinlich an der einen oder anderen Stelle erwähnt« (Smith 1990, 44). Smith vertritt wie Callinicos (2014, 115) die Ansicht, Marx habe von Hegel die dialektische Methode gelernt, die er benutzte, um Kategorien zu entwickeln, die systematisch und verbunden sind:

Das *Kapital* als dialektische Theorie zu lesen, bedeutet, die Spezifität der Kategorien und ihre Verbindungen zu erfassen. Es muss der Logik des Inhalts erlaubt werden, sich in der Theorie zu entwickeln. [...] Das *Kapital* ist also eine systematische Theorie der Kategorien. Trotz aller tiefgründigen Unterschiede, die Marx und Hegel voneinander trennen, kann *Das Kapital* nichtsdestotrotz aus dieser Perspektive als eine »Hegelsche« Theorie bezeichnet werden (Smith 1990, 45).

Hegel und Marx bestanden beide darauf, dass eine systematische dialektische Theorie bestimmt werden muss durch die »innere Natur« dessen, was analysiert wird, also durch die »Seele des Gegenstandes«. Es wäre eine erstaunliche Überraschung, wenn es eine Eins-zu-Eins-Abbildung jedes Schritts in den zwei systematischen Progressionen gäbe, es sei denn, Hegels und Marx' Projekte wären in entscheidender Hinsicht dasselbe Projekt. VerteidigerInnen dieser Sichtweise sind sich nicht einig darüber, was diese »entscheidende Hinsicht« sein könnte (Smith 2014a 36).

### **Marx lebt, solange der Kapitalismus lebt ...**

Das *Kapital Band 1* ist eines der meistdiskutierten Bücher, eines der Bücher, die am häufigsten totgesagt und wiederbelebt wurden. Immer wieder wurde behauptet, Marx' Analyse sei in wesentlichen Punkten falsch. Kontinuierli-

ches Interesse und Wellen von Lesegruppen haben die nachhaltige Relevanz von Marx' Buch verdeutlicht. Krise, Ausbeutung und Ungleichheit sind beständige Kennzeichen der modernen Gesellschaft. So lange sie existieren, wird es Interesse an Marx' Analyse des Kapitalismus geben, da es immer Menschen gibt und geben wird, die nach Erklärungen und Wegen suchen, um die Probleme, mit denen sie konfrontiert sind, zu überwinden. Medien, Information und Kommunikation sind in diesem Zusammenhang wichtig, da sie eine bestimmte Industrie des Kapitalismus und der Kultur bilden und Kultur ein Mittel der Kapitalismuskritik ist, ein Mittel, Ideologien, die Ausbeutung und Herrschaft rechtfertigen, öffentlich zu kommunizieren. Marx' *Kapital* aus einer medien- und kommunikationswissenschaftlichen Perspektive zu lesen kann uns dabei helfen, kapitalistische Medien besser zu verstehen, zu kritisieren und uns über Kämpfe für ein alternatives, demokratisches Kommunikationssystem, das nicht von kapitalistischen Konzernen kontrolliert wird, sondern von den Menschen selbst, zu informieren.