

→ 1 MEDIA MARX

JENS SCHRÖTER, GREGOR SCHWERING, URS STÄHELI

Karl Marx auf dem Titel des *Spiegels* und auf dem der *TAZ*; Marx zum drittbeliebtesten Deutschen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen gekürt;¹ Marx von den Hörern der BBC zum größten Philosophen aller Zeiten gewählt (vgl. Spiegel, Nr. 34, 22.08.2005; TAZ, Nr. 7655, 03.05.2005; FAZ, Nr. 163, 16.07.2005: 33). Das sind nur einige – die sichtbarsten – Stationen einer Marxrenaissance, mit der, glaubt man z.B. der Rede vom Ende ›großer Erzählungen‹, nicht mehr zu rechnen war. Dabei zehrt diese Wiederkehr nicht einfach vom Mythos des »Gespensts« (Spiegel), sie beschwört nicht schlicht den – für die einen – Spuk einer vor allem unheimlichen *Vergangenheit* oder – für die anderen – noch einmal das Versprechen *zukünftig* paradiesischer Verhältnisse, sondern verortet sich dazwischen. Plötzlich nämlich erscheinen Marx' Analysen, so der britische Historiker Eric Hobsbawm, als ›atemberaubende Voraussage des Effekts der Globalisierung am Ende des zwanzigsten Jahrhunderts‹ (zit. nach: FAZ, Nr. 163, 16.07.05: 33), d.h. sie beschreiben *Gegenwart* oder könnten zumindest dazu fruchtbar gemacht werden. Dass diese Position keine vereinzelte ist, belegen Kongresse wie *Indeterminate! Kommunismus* in Frankfurt/Main 2003 (vgl. DemoPunk/Kritik und Praxis Berlin 2005). Zudem ist die Zahl an Publikationen zu Leben und Werk des Begründers eines Ansatzes, der das Gesicht des 19./20. Jahrhunderts signifikant mitgeprägt hat, zuletzt wieder merklich gestiegen (vgl. Hubman 2002; Henning 2005). Und so kommen selbst die schneidigsten Anwälte einer ›entideologisierten‹, von einer scheinbar schrankenlosen Kontingenz der Lifestyles gezeichneten Lebenswelt derzeit nicht umhin, sich wenigstens *ex negativo* auf Marx zu beziehen – siehe Norbert Bolz' Buch *Das konsumistische Manifest* (Bolz 2002).

Dennoch: Heute ein Buch über oder mit oder im Anschluss an Marx zu machen, ist kein bequemes Unterfangen. Denn so lauten die Einwände und die Fakten: Ist nicht spätestens seit 1989/90 die ganze mit dem Namen ›Marx‹ verknüpfte Philosophie sowie deren politisch-ökonomische Analyse der historischen Falschheit überführt? Wurden beide nicht von einer ›antimarxistischen‹ Wirklichkeit eingeholt bzw. durch sie ›entsorgt‹? Ist diese Analyse nicht durch die verbrecherischen Praktiken des Leninismus, Stalinismus, Maoismus usw. befleckt und diskreditiert? Ist sie nicht als Legitimationsideologie und Heilsdoktrin des so genannten real existierenden Sozialismus zu Recht gescheitert? Die Herausgeber teilen diese Einwände gegen den so genannten ›Marxismus-Leninismus‹ uneingeschränkt,² nicht aber zugleich die Annahme, damit sei das Werk von Marx in toto erledigt.

Demgemäß aber müssen die Fragen, was ›Marx‹ und ›der Marxismus‹ *eigentlich* sind, notwendig offen bleiben. Festzustellen ist vorläufig nur, dass

dieser Gegenstand erhebliche Komplexität besitzt. Um sich dieser angemessen zu nähern, hat Michel Foucault den Begriff der *Diskursivität* vorgeschlagen: Gerade als und in seiner »Diskursivität« (Foucault 1969: 1024) stellt der ›Marxismus‹ eine vielfältig sich überlappende, mehrfach sich durchkreuzende und darin vermischende Rede dar.³ Solche Vielfalt und Mehrzahl differenter Sprechweisen findet sich im *Media Marx* nicht nur gespiegelt, sie wurde von den Herausgebern bewusst respektiert und gewahrt: Denn erst, so betont Foucault, wenn in der Fortsetzung einer Diskursivität die Geste einer rigiden Verknappung derselben zu dominieren beginnt, nähert sich die Diskursivität ihrer Erstarrung in einer »schlechten Fülle« (ebd.: 1026); sie gerät in die Zone der Ver-, Ab- und Ausschlüsse, der Gralshüterei und des Schematismus.⁴ Dies gilt selbstverständlich nicht allein für eine gegenwärtige Marxrezeption, es betrifft vor allem deren Geschichte.

Denn neben der dogmatisierten Staatsreligion der stalinistischen Staaten gab es – dissident und im Untergrund im Osten und zunehmend und spätestens nach Nikita Chruschtschows Geheimrede von 1956 eindeutig und vorherrschend im Westen – ein differenziertes Spektrum von theoretischen Ansätzen und detaillierten Analysen, die sich auf das sowohl kritische als auch humanistische Gedankengut in Marx' (und Engels') Schriften bezogen und es in diverse Richtungen weiter entwickelten – nicht zuletzt deshalb, um mit viel schärferen Argumenten, als es die bloßen Verdammungsideologien des Kalten Krieges konnten, den Stalinismus selbst zu analysieren und zu attackieren. Ein Überblick über das Feld ist hier weder möglich noch nötig – es genügt zu sagen, dass viele Philosophen, Theoretiker und Schriftsteller des 20. Jahrhunderts: Theodor W. Adorno, Louis Althusser, Walter Benjamin, Ernst Bloch, Bertolt Brecht, Cornelius Castoriadis, Hans Magnus Enzensberger, Jürgen Habermas, Georg Lukács, Herbert Marcuse, Maurice Merleau-Ponty, Jean-Paul Sartre, aber auch Jean Baudrillard, Gilles Deleuze, Michel Foucault, Félix Guattari und Jacques Derrida sowie die Vordenker der *Cultural Studies* ohne das Erbe und die Auseinandersetzung mit dem Materialismus Marx'scher Prägung kaum zu denken wären. Sogar Martin Heidegger räumte 1947 in seinem *Brief über den Humanismus* ein, dass »die marxistische Anschauung von der Geschichte aller übrigen Historie überlegen« sei (1947: 87).

Weitreichende Überlegungen der genannten Autoren sind – neben anderen – entweder bereits integraler Teil (z.B. Adorno, Baudrillard, Benjamin, Brecht) oder zumindest Anregung einer Medienwissenschaft, die sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts immer deutlicher als eigene Disziplin etablierte. So etwa lässt sich geltend machen, dass die Grundannahme bestimmter Richtungen der heutigen Medientheorie – es sei die Medientechnik in ihrer historischen Eigendynamik, welche die kulturellen Formen erst ermögliche und mehr noch in ihren Formen präge – bestimmten Formulierungen des von Marx entwickelten Basis/Überbau-Schemas ähnelt (vgl. Mar-

chart 1997). Solche Anlehnung zumindest bestimmter Strömungen der Medienwissenschaft an das, wie immer auch problematische, Erbe von Marx' Theorie und deren historischer Analyse ist der erste Grund, warum es den Herausgebern wichtig erschien, den *Media Marx* zu machen.

Der zweite und vielleicht wichtigere Grund liegt aber in etwas anderem. Dazu ist noch einmal kurz auszuholen: Spätestens nach 1989/90 war Marx ›out‹. Ihren Anfang nimmt die Tendenz allerdings schon während der 1980er Jahre, d.h. in der Zeit der Boomjahre eines bereits im Übergang zum ›Neoliberalismus‹ befindlichen Kapitalismus: Zu dominant erschien damals der glamouröse Wohlstand einer Yuppie-Kultur des Westens und im Vergleich dazu nur trist der bereits stagnierende und zerfallende ›Ost-Block‹. Als er dann in sich zusammenfiel, ging alles ganz schnell: Angesichts der angekündigten ›blühenden Landschaften‹ in einer postindustriellen Dienstleistungsgesellschaft hatten scheinbar alle Marx-Kritiker Recht bekommen und alle anderen einfach (und buchstäblich) abgewirtschaftet.

Doch es vergingen nur wenige Jahre – schon 1993 hatte Derrida (1995) an Marx (wenn auch an dessen ›Gespenster‹) erinnert – bis sich die z.T. triumphale Euphorie des angeblichen Gewinners der Geschichte, des neoliberalen Kapitalismus, zu legen begann. Immer häufiger fiel jetzt auf, dass die rasante Transnationalisierung der Ökonomie, die stetig zunehmenden Megafusionen, Übernahmen und Konzernzerschlagungen, die sinkenden oder stagnierenden Löhne, die immer schmäler werdenden Staatskassen und der daraus folgende Sozial- und Kulturabbau sowie die trotz aller Einschnitte ständig wachsende Arbeitslosigkeit sich nicht mit den Heilsversprechungen nach 1989 decken wollten. Dazu kamen neuartige internationale Konflikte und Bedrohungen – vom so genannten Islamismus über den 11. September bis hin zu den Golfkriegen und der weiterhin zunehmenden (und keineswegs schrumpfenden) Lücke zwischen ›erster‹ und ›dritter‹ Welt (die sich mittlerweile auch in den westlichen Ländern ausbreiten kann). Die Unsicherheit stieg.

Parallel dazu erklang allerorten die Rede vom ›Humankapital‹, dem ›Selbstmanagement‹, vom ›sozialverträglichen Frühableben‹, der ›Ich-AG‹ sowie zuletzt von der ›Entlassungsproduktivität‹. Dabei waren es nicht zuletzt solche Wortfindungen, die ein Klima des Zerfalls des sozialen Gefüges (oft nur seicht und moralisierend als Werteverfall beschrieben) nicht bloß neutral zu benennen, sondern auch aktiv zu unterstützen schienen.

Dieses Ausbleiben der nach 1989/90 verheißenen Erneuerungen und Verbesserungen, ja die tendenzielle Komplizierung und Verschlimmerung der Lage nicht nur in den Staaten der so genannten ›Dritten Welt‹ oder in denen des ehemaligen ›Ost-Blocks‹, sondern ebenfalls in den westlichen Industrieländern warf neue Fragen nach den Ursachen und ihren möglichen Lösungen, nach den Zusammenhängen und ihren möglichen Alternativen auf. In der Folge formierten sich bald neue Formen des Protests: ATTAC und andere, diver-

se Gruppen von Globalisierungsgegnern brachten mit ihren Programmen eine ›andere Welt‹ in die Diskussion. Gleichzeitig begann auch das oben in seinen unterschiedlichen Erscheinungsformen skizzierte Interesse an Marx und seinen Schriften wieder anzusteigen.

Dabei ist besonders wichtig, dass das ominöse Ende des Kalten Krieges auffällig mit dem anwachsenden und sich auch in der universitären Etablierung der Medienwissenschaften niederschlagenden Diskurs über die Medien und ihre Effekte einhergeht. Ein markantes Kennzeichen dieser Koinzidenz ist das in den 1990er Jahren beliebte Schlagwort von der postindustriellen Wissensgesellschaft. Das fortlaufend populärer werdende Internet wurde darin zum Leitmedium erklärt. Es avancierte gleichzeitig zur Keimzelle neuer Industrien *und* Ideologien. So sollte es einerseits – als Teil der ›dritten industriellen Revolution‹ – für den Zusammenbruch der stalinistischen Staaten mitverantwortlich gewesen sein, andererseits zog es schnell jene Hoffnungen auf sich, die eine (vor allem ökonomisch) bessere Welt versprachen. Kein anderer als Bill Gates verkündete in diesem Sinne die Utopie des *reibungslosen Kapitalismus*, dessen Wunderblase *New Economy* jedoch zügig kollabierte. Darüber hinaus wurden weitere, ebenso bizarre Ideen einer Überwindung der gegebenen gesellschaftlichen Strukturen durch das Internet lanciert – deren radikalste ein kommendes *Global Brain* anvisierten (vgl. Schröter 2004: 108-132).

In diesem Lichte fällt bei Durchsicht neuerer kritischer Projekte ein Desiderat oder eine Leerstelle ins Auge: nämlich das (Miss-)Verhältnis differenzierter marxistisch orientierter Theorie und Analyse zu den ›Medien‹⁵ und ihrer Theorie. Zwar haben so verschiedene Autoren wie Robert Kurz (1999: 602-780), Dieter Prokop (2000) oder Wolfgang F. Haug (2003) die Konsequenzen der ›dritten industriellen Revolution‹ als globaler Ausbreitung digitaler Medien für die gesellschaftliche Entwicklung, den ›Medien-‹ oder ›High Tech-Kapitalismus‹ thematisiert. Doch auf das Marx'sche Erbe in der Medientheorie selbst oder wenigstens die Notwendigkeit marxistische Überlegungen auf die Mediengeschichte zu beziehen, wurde kaum reflektiert – und das obwohl zentrale Industrien der ›Neuen Weltordnung‹ gerade Medienindustrien sind.

Zwar hat Vief (1991: 117) eine solche Besinnung schon kurz nach 1989/90 gefordert, und hatten, wie gesagt, beispielsweise Benjamin, Horkheimer/Adorno, Enzensberger oder auch Armand Mattelart/Seth Siegelau (1979; 1983) schon früher Ansätze oder Materialsammlungen dazu geliefert. Aber eine eigene Ausarbeitung, die sich einer ausdifferenzierten Darstellung des Verhältnisses von Marx und des Marxismus zu den verschiedenen Medien und ihrer Theorie (und *vice versa*) widmet, fehlt bislang. Dies ist der zweite und wesentliche Grund dafür, den *Media Marx* zu machen.

In diesem Sinne soll das Handbuch Literaturhinweise und vielfältige An-

knüpfungspunkte in kritischen bis experimentellen Essays beisteuern: Es soll helfen, einen *Link* zwischen den an Marx orientierten Analysen der gesellschaftlichen ›Verhältnisse‹ und denen der ›Medien‹ zu liefern. Demgemäß beginnt der vorliegende Band mit insgesamt acht Texten, die den Rahmen und das Feld abstecken:

- Die ersten beiden Texte (Leschke, Marchart) sind vor allem systematischer Natur. Sie liefern einerseits eine Genealogie der Medientheorie aus der materialistischen, d.h. von Marx⁶ ausgehenden Ästhetik und andererseits einen Aufriss des Feldes zwischen Marx und den Medien. Auf diese Weise können die Koordinaten des Feldes des *Media Marx* bestimmt werden.
- Auf sie folgt eine Dreiergruppe um die Begriffe Fetisch, Arbeit, Geld (Scholz, Hebing, Gernalzick). Obwohl es sich bei diesen drei Phänomenen nicht um Medien in einem engeren technologischen Sinne handelt, wäre der *Media Marx* unvollständig, wenn sie hier nicht erwähnt würden – denn der Fetischcharakter der Ware ist bei Marx jenes Medium, durch das den Menschen ihre gesellschaftlichen Verhältnisse als Fremdes gegenüberreten. Die Arbeit wiederum ist schon bei Hegel und erst recht bei Marx jenes ›Mittel‹, durch das der Wert erzeugt wird. Geld schließlich ist die ambigue Materialisierung dieses Wertes selbst.
- Dann folgt eine Dreiergruppe von Texten, die einen immer auch gegenwärtigen Rückblick auf die vor den technischen Medien existierenden Felder der Bildenden Kunst und der Literatur werfen. Wir haben uns entschieden, diesen Bereich angesichts der bereits reichlich existierenden Literatur knapp zu halten. Die Texte zur Bildenden Kunst diskutieren, nicht zufällig, dezidiert und darin sehr persönlich die Frage nach dem institutionellen Status der Kunstgeschichte, die von den ›Medien‹ und nicht zuletzt von ökonomischen und politischen Verhältnissen der Gegenwart eingeschnürt zu werden droht (Werckmeister, Doy). Im Feld der Literatur ist die Literatur – kaum überraschend – noch breiter, so dass wir uns hier entschlossen haben, einen kompakten Überblick mit Verweisen auf weiterführende Studien hinzuzunehmen (Strasen).

Vor diesem systematischen und in der gebotenen Knappheit aufgerissenen, historischen Hintergrund entfalten sich die beiden zentralen Kapitel von *Media Marx*. Diese zentrieren sich um das seit dem 19. Jahrhundert explosiv proliferierende Feld der im engeren Sinne technischen Medien. Uns erschien es angesichts der Komplexität des Feldes am sinnfälligsten, einer chronologischen Ordnung zu folgen.

- Das Kapitel zu jenen Medien (z.B. Presse, Telegraphie etc.), die Marx

kannte, fördert teilweise kaum bekannte Passagen bei Marx zutage, trägt aber ebenso der späteren Entwicklung Rechnung (Müller, Ortlieb, Jäger, Böhnke, Bickenbach, Schröter).

- Im Kapitel ›Medien nach Marx‹ werden die Medientechnologien thematisiert, die in der Mediengeschichte erst nach Marx' Tod erschienen und deren Reflexion ihrerseits oft von den Problemen der Weiterentwicklung Marx'scher Theoreme im 20. Jahrhundert berührt waren (Kreimeier, Leschke, Stauff, Nohr, Dath, Schröter, Venus).
- Darauf folgt ein Block mit zwei Texten (Schwering, Baringhorst/Holler), die sich eher den Makroeffekten komplexer Medienverbünde und ihrer ökonomischen Institutionalisierung widmen: der Kulturindustrie, wie sie suggestiv von Horkheimer und Adorno beschrieben wurde, und der Medienindustrie, die heute das Gesicht großer Teile des Erdballs prägt.

Schließlich endet der Band mit einem Text, der den Bogen zum systematisch-historischen Textblock des Anfangs zurückschlägt. Wir drucken hier erstmalig in deutscher Übersetzung ein Gespräch Sylvère Lothringers mit Gilles Deleuze und Félix Guattari von 1973 ab. Den Grund für diese Wahl liefert folgende Aussage von Deleuze: »Ich glaube, dass Félix Guattari und ich Marxisten geblieben sind, alle beide, wenn auch vielleicht in verschiedener Weise. Denn wir glauben nicht an eine politische Philosophie, die nicht auf eine Analyse des Kapitalismus und seiner Entwicklungen gerichtet ist« (Deleuze 1993: 246). Das bestätigt nun nicht nur die zu Beginn des Vorworts formulierte These, selbst die jüngere, ›poststrukturalistische‹ Philosophie sei ohne Marx nicht denkbar. Viel mehr noch ist der Text von Deleuze/Guattari deswegen ein guter Abschluss, weil er den ›Massenmaschinen‹ die sprengende Kraft des *Wunsches* entgegensetzt. Insofern verweist der Text auf die Zukunft, aber nicht im Sinne eines utopischen Heilsplans, sondern mit Blick auf ein (wenn man so will) Medium, das die erstarrten ›Verhältnisse‹ oder besser: deren ›rasenden Stillstand‹ immer wieder irritiert. Dies bringt auch das vorliegende Buch zum Ausdruck (es wäre sonst wohl nicht entstanden).

Zum Abschluss möchten wir uns in erster Linie bei den Autorinnen und Autoren für die entspannte Zusammenarbeit bedanken. Wir danken besonders Holger Steinmann und Nicola Glaubitz für ihre gelungenen Übersetzungen sowie Nicola Glaubitz auch dafür, dass sie den Titel des Buches fand. Zudem geht unser Dank an die Universität Basel (Lehrstuhl für Allgemeine Soziologie) für die finanzielle Beihilfe sowie an den transcript Verlag für das gute Teamwork und die großzügige Unterstützung. Den Éditions du Seuil gebührt unser Dank für die Erteilung der Druckerlaubnis des Textes von Deleuze/Guattari und Renée Rogage dafür, die Kommunikation mit Paris ermöglicht zu haben. Bernhard Ebersohl hat durch seine präzise und unermüdliche Korrekturarbeit entscheidend zum Gelingen des Bandes beigetragen.

ANMERKUNGEN

- 1 Siehe den Beitrag von Markus Stauff.
- 2 Siehe dazu auch den Beitrag von Klaus Kreimeier.
- 3 »Das Besondere an diesen Autoren [Marx und Freud, G. S.] ist, dass sie nicht nur die Autoren ihrer Werke, ihrer Bücher sind. Sie haben mehr geschaffen als das: die Möglichkeit und Formationsregeln anderer Texte. [...] Freud ist nicht einfach der Autor der *Traumdeutung* oder der *Abhandlung über den Witz und seine Beziehung zum Unbewussten*; Marx ist nicht einfach der Autor des *Manifests*, des *Kapitals*: Sie haben eine unbegrenzte Diskursmöglichkeit geschaffen« (Foucault 1969: 1022).
- 4 Dabei wird hier keinem willkürlichen Umgang mit der Diskursivität das Wort geredet. Im Gegenteil (und wiederum mit Foucault): Es geht in der Lektüre und Interpretation einer Diskursivität immer darum, auf deren Gründungsakt zurückzukommen, d.h. gegen die Versteifung der »Anwendungen« (Foucault 1969: 1024) die Differenz der Theorie selbst einzuklagen.
- 5 Da »Medien« in diesem Buch ein zentraler Begriff ist, kommt man nicht umhin ihn zu bestimmen (einen aktuellen Versuch findet man in Winkler 2004). Wie ein Blick in das Inhaltsverzeichnis zeigt, orientieren wir uns an technologischen Dispositiven, also an einem technisch orientierten Medienbegriff – mit der Ausnahme von Fetisch, Arbeit, Geld, die uns als allgemeine Medien bei Marx erscheinen.
- 6 Eine philologische Anmerkung: Die Autoren und Autorinnen des Bandes (Ausnahme: Daniel Müller) beziehen sich beim Rekurs auf Marx oder Engels meist auf die MEW (Marx/Engels-Werke), also die klassischen »blauen Bände«, erschienen beim Dietz Verlag, Ost Berlin und herausgegeben vom Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED. Gerade diese historisch problematische Herkunft hätte es vielleicht angeraten lassen sein können, eher auf die philologisch genauere und in ihren Kommentaren untendenziösere MEGA (Marx/Engels-Gesamtausgabe) zurückzugreifen, doch ist diese noch keineswegs vollendet und außerdem in der Regel schwieriger greifbar (zur MEGA, vgl. <http://www.bbaw.de/bbaw/Forschung/Forschungsprojekte/mega/de/Ueberblick>, November 2005). Auszüge der MEW liegen überdies auf CD-Rom vor, was die Arbeit mit den Texten immens erleichtert. In der Regel werden in den Literaturverzeichnissen der Autoren die im Text zitierten MEW-Bände nicht noch einmal aufgeführt – in diesem Vorwort wurde ebenso verfahren.

LITERATUR

- Bolz, Norbert (2002): *Das konsumistische Manifest*, München.
- Deleuze, Gilles (1993): »Kontrolle und Werden«. In: ders., *Unterhandlungen 1972-1990*, Frankfurt/Main, S. 243-253.
- DemoPunk/Kritik und Praxis Berlin (2005): *Indeterminate! Kommunismus: Texte zu Ökonomie, Politik und Kultur*, Münster.
- Derrida, Jacques (1995): *Marx' Gespenster. Der verschuldete Staat, die Trauerarbeit und die neue Internationale*, Frankfurt/Main.
- Foucault, Michel (2001): »Was ist ein Autor?«. In: ders., *Dits et Ecrits. Schriften Bd. I*, Frankfurt/Main, S. 1003-1041.
- Haug, Wolfgang Fritz (2003): *High-Tech-Kapitalismus. Analysen zu Produktionsweise, Arbeit, Sexualität, Krieg und Hegemonie*, Hamburg.
- Heidegger, Martin (1947): *Platons Lehre von der Wahrheit. Mit einem Brief über den »Humanismus«*, Bern.
- Henning, Christoph (2005): »Geplänkel im Überbau. Zur Kritik der neueren Marxliteratur«. *Philosophische Rundschau* 52/2, S. 124-143.
- Hubman, Gerald (2002): »Rückkehr in die Philosophie? Neue Marx-Literatur«. *Deutsche Zeitschrift für Philosophie* 50/3, S. 445-453.
- Kurz, Robert (1999): *Schwarzbuch Kapitalismus. Ein Abgesang auf die Marktwirtschaft*, Frankfurt/Main.
- Marchart, Oliver (1997): »Was ist neu an den neuen Medien? Technopolitik zwischen Lenin und dem Yogi-Bär«. In: nettime (Hg.), *Netzkritik. Materialien zur Internet-Debatte*, Berlin, S. 89-100.
- Mattelart, Armand/Siegelaub, Seth (1979): *Communication and Class Struggle. Vol. 1: Capitalism, Imperialism*, New York, Bagnolet.
- Mattelart, Armand/Siegelaub, Seth (1983): *Communication and Class Struggle. Vol. 2: Liberation, Socialism*, New York, Bagnolet.
- Prokop, Dieter (2000): *Der Medien-Kapitalismus. Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung*, Hamburg.
- Schröter, Jens (2004): *Das Netz und die Virtuelle Realität. Zur Selbstprogrammierung der Gesellschaft durch die universelle Maschine*, Bielefeld.
- Vief, Bernhard (1991): »Digitales Geld«. In: Rötzer, Florian (Hg.), *Digitaler Schein. Ästhetik der elektronischen Medien*, Frankfurt/Main, S. 117-146.
- Winkler, Hartmut (2004): »Mediendefinition«. *Medienwissenschaft – Rezensionen* 1, S. 9-27.