

# The Matrix has you

Stefan Krüskemper

»Man muß sich in der Mentalität aus der Arbeitsgesellschaft als einziger Form der Gesellschaft zurückziehen: Das nenne ich den Exodus. Der erste Akt jeder politischen Veränderung, jeder gesellschaftlichen Umwälzung, ist eine kulturelle Veränderung. Die erste Aufgabe ist die Entwicklung der Subjektivität: Die Herstellung neuer Formen der Geselligkeit, die weder auf den Warentausch noch auf den Verkauf der Arbeitskraft gegründet sind.« 1

Massenintellektuelle: Netzwesen die in Städten umherschweifen um flüchtige Verbindungen einzugehen – eine Arbeitsgruppe, ein Job, ein neues Projekt. Anzubieten haben sie eines, ihre Subjektivität. Ihre Haltung und ihre Fähigkeit zur Kommunikation. Flexibel unterbieten sie im Gespräch den Preis der KonkurrentInnen oder drücken den ihrer KooperationspartnerInnen um ihre Idee zu realisieren. Das Produkt ist die (Um-) Wertung einer gesellschaftlichen Relation und der Preis, den sie bezahlen, ist die Erosion ihrer persönlichen Lebensbereiche durch die Totalität der Arbeit und die Monetarisierung Ihrer Beziehungen. Zerrissen von der Erschöpfung ihrer selbstausbeuterischen Unternehmung und der Euphorie der neuen Arbeitsgruppe folgen sie ihrem calling in die sich konturierende Matrix der postfordistischen »Kommunikationsökonomie«.

## **Immaterielle Arbeit in der Kommunikationsökonomie**

Diese Matrix autonomer Subjekte fordert eine völlig andere Lebensweise als die auf »Vollerwerb« begründete industrielle Existenz mit ihren Dichotomien aus Arbeit – Freizeit und Produktion – Konsumption. Denn zentrales Tool der immateriellen Arbeit des Massenintellektuellen ist die Ausdehnung der produktiven Kooperation und damit der Reproduktion der Kommunikation. Mehr noch: beginnt der Produktionsprozess der Kommunikation unmittelbar zum Verwertungsprozess zu werden, so daß die einst passiven KonsumentInnen vom ersten Moment an in die Ökonomie der Matrix einbezogen sind. Maurizio Lazzarato 2 schreibt: »Im Gegenteil wird der Konsumptionsakt produktiv, insofern er

notwendige Bedingung neuer Produkte ist. Konsumtion ist infolgedessen vor allem Konsumtion von Informationen. Sie ist nicht länger bloße Realisierung eines Produkts, sondern der reale gesellschaftliche Prozess im eigentlichen Sinn, der für den Augenblick als Kommunikation definiert ist.« Das Bewerten und sich Informieren der Konsumenten genauso wie das Position beziehen und das Veröffentlichen der Produzenten sind die Bindungen innerhalb der Matrix, die diesen gesellschaftlichen Prozess, gleich einer in die Gesellschaft eingeschriebenen Fabrik, etablieren.

Das Produkt immaterieller Arbeit ist die »Message« und ihre diskursive Positionierung in der Matrix. Eine solche öffentliche Relation als Prozess wird dann existent und produktiv, wenn sie Aufmerksamkeit gefunden hat. So beschreibt Michael Goldhaber 3 im Internetmagazin Telepolis die knappe Ressource der Aufmerksamkeit als eine neue und eigenständige ökonomische Form. Die Positionierung einer gesellschaftlichen Relation benötigt in der Kommunikationsökonomie einen Informationsträger, der die immateriellen Produkte kapitalistisch vermarktbar und verwertbar macht. Aber: Wie bestimmt sich der Wert einer Ware, wenn das materielle Medium in den Hintergrund tritt und sich der Grad der Autonomie einer Tätigkeit, und damit der Subjektivität der ProduzentInnen, über diesen Hintergrund definiert.

### **Der Wert der Arbeit im Akt der Konsumtion**

Martin Burckhardt, Audiokünstler und Medientheoretiker, nannte seine (Mehr-)Werttheorie im Interview 4 »Psychologistik«. Früher war der Artefakt selbst selten, der kunstvolle Tisch, der besondere Stuhl. Diese Seltenheit und die Logistik des Transports von A nach B bestimmten seinen Wert. In der Zeit der mechanisch reproduzierbaren Artefakte ist die Seltenheit in den Akt der Konsumtion übergegangen. »Weil ich es erlebe!« bekommt etwas seinen Wert. Immaterielle Arbeit wird durch den Akt der Konsumtion der Aufmerksam-gewordenen valorisiert.

Das digitale Prinzip der »Psychologistik« in der Kommunikationsökonomie spüren paradigmatisch die Teleexistenzen des Wirtschaftsraums Internet, denn dort ist die

Verlagerung von der industriellen Produktion zur kulturellen Projektion, die Waren nunmehr im »Kopf« von A nach B schafft, vollzogen. Durch den Download, das Verschieben einer Ware in real time und durch die psychologischen Gesetzen folgende Perzeption, erhält die damit verbundene Arbeit ihren Wert. Die Kategorien Passivität und Aktivität weichen im Internet einem allgemeinen Produktionsprozess der Kommunikation. Der »Wertproduzent« informiert sich entspannt zu Hause am PC, um daraufhin als »Warenproduzent« öffentlich Position zu beziehen.

Die Bewertung ist in der Gesamtheit an die Masse übergegangen. Konkrete ökonomische Ansätze dieser neuen Form der Wertschöpfung finden sich im Internet in Form der Beenz – Währung. 5 Das Interesse der KonsumentInnen an einer Website wird quantifiziert und bewertet. Sein/ihr Verhalten, das Verweilen und Klicken, eben die Aufmerksamkeit, wandelt sich zu einem Kontowert in Beenz, der in diesem System an anderer Stelle, besser: anderer URL, wieder ausgegeben werden kann. Ein ungelener und konstruierter Versuch ein Konsumtionsentgelt zu etablieren (und Werbekulis loszuwerden). Die Teilnahme an dem sozialen Prozess der Kommunikation kann nicht wirklich kommerziell quantifiziert werden, da es sich eben um einen kulturellen Projektionsprozess handelt, der allgemeinen gesellschaftlichen Wert produziert. Relation.

Nach der industriellen Produktion: die kulturelle Projektion  
Ein Beispiel einer Unternehmung, dessen Werte schon Konzepte, Ideen und Bilder sind, zitiert Jeremy Rifkin. »In der neuen Wirtschaft will jedes Unternehmen wie Nike sein. Diese Firma hat keine eigenen Werke und wenig materielle Wirtschaftsgüter. Ihre Schuhe werden von anonymen Subunternehmern in Südostasien gefertigt. Nike ist ein Designstudio mit einem starken Markennamen und einem leistungsfähigen Marketing- und Vertriebsnetz. Das Unternehmen verkauft zwar noch Schuhe auf traditionellen Märkten, organisiert seine internen Geschäftsprozesse aber über b2b-netzwerke (business-to-business gliedert ganze Prozessketten aus, Anm. des Verf.) mit Lieferanten rund um die Welt. Nikes eigentliches Kapital ist das Image, mit dem es die Schuhe umgibt. Wenn ein Kind mehr als

200.- DM für Nike-Schuhe ausgibt, zahlt es in Wirklichkeit dafür die Nike-Story zu erleben«. 6

Wenn das Produkt einer Unternehmung zur kulturellen Projektion wird, liegt es nahe: Kultur und Wirtschaft, Medien und Politik mit dem Selbstunternehmen Kunst in Verbindung zu bringen. Je mehr sich die alte Erwerbsarbeit den kulturellen Produktionsmechanismen immaterieller Arbeit annähert, desto schärfer bildet sich das strukturelle Defizit der »human resource« in noch hierarchischen Firmenstrukturen ab. Und so mehren sich die Beiträge, die den Künstler und die Künstlerin als klassischen Typus des immateriellen Produzenten ausmachen und sie als Vorreiter des flexiblen und kreativen Netzwesens, das seine Vermarktung und finanzielle Situation selbst regelt, stilisieren. Denn »Dieses dem heutigen Bewusstsein noch sehr ungewohnte Handeln (...) ist vorgebildet im künstlerischen Prozess. Im künstlerischen Handeln kann man daher urbildhaft genau die Vorgehensweise finden, die heute in Wirtschaft und Arbeitswelt mehr und mehr verlangt wird. In diesem Sinne werden dort überall Arbeiten und wirtschaftliches Handeln zur Kunst. Der kundenorientierte Verkäufer ist, so gesehen, ebenso ein Künstler, wie der Manager oder Vorgesetzte zum Künstler werden muß (...). Von ihnen allen wird künstlerisches Handeln verlangt.« formulierte der Soziologe Michael Brater<sup>7</sup>. Die Drohung der Beuysschen Verheissung – Alles wird Kunst?

### **Die Simulation des Lebens in der Kunst**

Existenzangst, Verinnerlichung des kapitalistischen Leistungsdenkens und Illoyalität im sozialen Verhalten sind die heutigen Erscheinungen und Stressfaktoren<sup>8</sup> der Selbstunternehmung im Kunstkontext. Gelingt einigen die inhaltliche und finanzielle Verwirklichung ihrer individualisierten Arbeit, bleiben die meisten in prekären Beschäftigungsverhältnissen stecken. The winner takes it all. Fatal: steigt die Anzahl schlecht bezahlter Überlebens-Jobs und die Notwendigkeit persönlicher Absicherungen durch die Deregulierungen der Sozialverträge.<sup>9</sup> Die, die nicht aufgeben stellen beizeiten verblüfft fest, dass ihr Leben´ zur Simulation geworden ist, in der Aspekte wie Freundschaft und Familie nunmehr dem Aufrechterhalt eines ökonomisch formulierten

Status quo dienen: der Gleichschaltung ihrer Subjektivität mit den Anforderungen des Produktionsprozess und seiner unmittelbaren (reiz-)ökonomischen Verwertbarkeit. Dann doch lieber Kunst´ im Leben simulieren?

Thomas Rübke der am Nürnberger Institut für soziale und kulturelle Arbeit tätig ist fordert in »Kunst und Arbeit« von der Politik den Ausbau eines Netzwerkes zwischen den Fakultäten. Ohne die Stabilisierung von Netzwerkknoten durch eine gewisse Verbindlichkeit lasse sich die Selbstorganisation von Kunst nicht mehr aufrechterhalten und der harte Wettstreit konkurrierender Subjekte und Arbeitsgruppen nicht entschärfen. Seine Idee: Kunstmuseen sollen zur Kontaktbörse werden und Praktikumsplätze für Künstler in lokalen Wirtschaftsunternehmungen vermitteln. Ziel ist die Schaffung neuer Tätigkeitsfelder für Künstler und ein Kompetenz- und Kreativitätsaustausch. 10

Der Gefahr einer alles erfassenden Ökonomisierung, der Simulation von Kunst´ oder Leben´, entgehen Michael Brater und einige andere Soziologen durch die Forderung nach einem bedingungslosen Existenzgeld für die Teilnahme am sozialen Kommunikationsprozess. Konsumtionsentgelt für Jeden. Konkret schlägt Gorz einen Betrag von 1500.- DM vor, der durch bezahlte Arbeit allerdings aufgestockt werden kann.

### **Es gibt kein Richtig im Falschen**

Immaterielle Arbeit wird über das Abstraktum Geld ausgebeutet und reproduziert das Kapitalverhältnis und damit die bestehende Struktur des flexiblen Kapitalismus. The matrix has you. Konkret beschrieb dies Walter Schütz von mannesmann-pilotentwicklung, der immer wieder auch Künstler und Künstlerinnen für den dringend benötigten Kreativ-Input in das Unternehmen einlädt, »wer bei uns als freier Mitarbeiter sein Know-how eingebracht hat, ist nach dem Projekt – für das wir ihn einstellten – wirklich aufgebraucht, er hat seine Kompetenz und Energie bei uns gelassen. Er benötigt danach eine Phase der Erholung und der Weiterbildung, um auf dem Arbeitsmarkt wieder interessant zu sein.« 11

Nicht immer drückt sich dieses Erkenntnis in einem entsprechenden Honorar wie bei Mannesmann-Pilotenentwicklung aus. Wenn dein Subjekt abgeschöpft ist, konstruiere dir eine neue Identität und bringe sie wieder in die Produktion ein, lautet allgemeiner der markige Slogan. Der Sozialphilosoph und Politökonom Robert Kurz beschreibt die heutige Totalität der Umwandlung menschlicher Arbeit in Energie für die Geldwirtschaft als »Selbstverbrennung«. Der Funktionszusammenhang, den das Abstraktum Geld mit der Arbeit eingeht, ist herausgelöst aus sozialen Lebensbedingungen: eine Verbrennungsmaschine, die Lebendiges auf Totes reduziert und allenfalls Simulationen von Lebendigem zurückläßt. Wir werden diese Arbeit nicht los ohne das Geld loszuwerden! Anders formuliert ist die Trennung von Geld und Arbeit, milder: die Forderung nach einem bedingungslosem Existenzgeld, eine emanzipatorische Möglichkeit des antagonistischen Subjekts in der Matrix der Kommunikationsökonomie.

### **Subversive Strategien: Produktiver Müsiggang und neue Formen der Geselligkeit**

In den Grundrissen von Marx findet sich der Begriff des allgemeinen Wissens einer Gesellschaft, des *général intellect*. Andre Gorz schreibt dazu: »In Zeiten des Internet, der Kybernetik und Informatik, der Vernetzung alles Wissens, wird vollends sichtbar, daß die Arbeitszeit nicht mehr als Maß der Arbeit, und die Arbeit nicht als Maß des produzierten Reichtums dienen kann, weil die unmittelbare Arbeit zum großen Teil nur noch die materielle Fortsetzung einer immateriellen, intellektuellen Arbeit, der Reflexion, der Verständigung, des Austauschs von Informationen, der Verbreitung von Wissen, kurz, des *général intellect*, ist. (...) Man muß also Orte zum Leben fordern, um tätig zu werden und sich auszutauschen, wo die Leute sowohl Geselligkeit als auch materiellen und immateriellen Reichtum produzieren können.« 12

Immaterielle Arbeit konstituiert aus sich heraus unmittelbar kollektive Formen und soziale Kooperationen, die trotz Unterordnung der »ideologischen« Ware unter die Logik kapitalistischer Verwertung das Potential der Selbstorganisation nicht verlieren. 13 Zum anderen: der Inhalt einer

gesellschaftlichen Relation verliert seine spezifischen Eigenheit auch als Ware nicht. Die beschriebene Matrix immaterieller Arbeit wird aber da autonom, wo sie sich von kapitalistischen Verwertungsformen nicht vereinnahmen und repräsentieren lässt. Arbeit zum produktiven Müßiggang wird und: die Verwertungsmechanismen reflektiert und beschreibt.

Dennoch. Die Verweigerung der Abstrakten Verbindung Geld und Arbeit ist dringlich, um neue Formen der Subjektivität würdevoll leben zu können. Verbindliche Formen der Geselligkeit und Orte zum Leben, in denen der Erwerb nicht kapitalisierbarer Fähigkeiten und ein produktiver Müßiggang die Quelle der eigentlichen Produktivität – des gesellschaftlichen Kommunikationsprozesses – ist, finden sich Ansatzweise in politischen Bewegungen, in sozial engagierten Initiativen oder in wenigen künstlerischen Gemeinschaftsprojekten. Existenzsicherung in Form eines Konsumtionsentgelts, dessen Forderung sich aus den beschriebenen kulturellen Veränderungen ableitet, oder der Schutz eines gruppeninternen Punkte-systems, wie sie einige autonome Kommunen für sich entwickelt haben, sind pragmatische (Zukunfts-) Strategien, um sich der »Selbstverbrennung« zu entziehen. Um wieder zu Arbeiten'.

- 01 Interview mit André Gorz: »Aktuelles Elend, möglicher Reichtum«
- 02 Maurizio Lazzarato: »Immaterielle Arbeit«
- 03 Telepolis, Michael Goldhaber: »Aufmerksamkeitsökonomie«
- 04 Projektteil mit Martin Burckhardt: »Immaterielle Produktion«
- 05 Telepolis: »beenz«
- 06 Jeremy Rifkin: »Klick den Markt weg«
- 07 Michael Brater: »Künstlerische Praktiken im Arbeitsprozeß«
- 08 Projektteil mit Stephan Kurr: »Selbstaussbeutung verweigern«
- 09 WZB Berlin: »Arbeitsmärkte für Publizisten und Künstler«
- 10 Thomas Rübke: »Arbeit und Kunst«
- 11 Projektteil bei Artcircolo und Büro Orange: »postersession«
- 12 Interview mit André Gorz: »Aktuelles Elend, möglicher Reichtum«
- 13 Projektteil mit Claudia Klinger, Ralf Ebbinghaus: »Teleexistenz«

[www.krueskemper.de](http://www.krueskemper.de)

© Stefan Krüskemper