

Kunstwerke bedürfen von sich aus der Kritik. Zugleich gilt: »Kritik muß den Werken voraus sein, die sie kritisiert, muß geradezu Werke erfinden, die sie zu kritisieren vermag.« (GS Bd. 19, S. 587; ebd., S. 577) Solche Kritik liefert keine Informationen, sondern muß stattdessen »vermögen«, beispielsweise »die spezifische musikalische Erfahrung zu verbalisieren, sie in Worte zu bringen, die nicht nur angemessen sind, sondern die Sache selber treffen« (GS Bd. 19, S. 583).

Kulturindustrie Mittlerweile zählt der Abschnitt zur Kulturindustrie in der \uparrow Dialektik der Aufklärung von Adorno und \uparrow Horkheimer zu den bekanntesten Texten der \uparrow kritischen Theorie. Jeder Versuch, die These von der Kulturindustrie bezüglich gegenwärtiger Phänomene der \uparrow Massenkultur und \uparrow Popkultur zu aktualisieren, sieht sich mit einer Reihe von Fragen konfrontiert, die mit dem »Kulturellen« und der \uparrow Ideologie der Kultur selbst zu tun haben. Stimmt die Diagnose, dass die Massenkultur in die von einer Kulturindustrie \uparrow verwaltete Welt mündet? Ist die Kulturindustrie-These noch aktuell angesichts einer scheinbar pluralistischen Popkultur? Sind andere Begriffe wie etwa »Bewusstseinsindustrie« (Enzensberger), »Informationsindustrie« (W.F. Haug) oder »Medienverbund« (Negt und Kluge) präziser? Wie verhält es sich mit dem von Adorno zuerst verwendeten Begriff der \uparrow Communication Industry? Anhand des Begriffs »Kulturindustrie« versuchen die \uparrow Kritiker Adornos zu zeigen, dass kritische Theorie im \uparrow Kulturpessimismus endet beziehungsweise sich zumindest in \uparrow Aporien verstrickt. Adorno und Horkheimer würden einen Zustand kritisieren, dem sie selbst unterliegen; sie könnten die allmächtige Kulturindustrie nicht kritisieren, da sie selbst ein Teil von ihr sind. Dabei wird gemeinhin überlesen, dass insbesondere das Kapitel über die Kulturindustrie als Fragment verstanden werden sollte: Der – allerdings später getilgte – Hinweis \uparrow Fortzusetzen am Kapitelende unterstreicht das Unabgeschlossene der Kritik. Wichtig ist jedoch vor allem die Stellung, die das Kapitel in der \uparrow Dialektik der Aufklärung innehat: Es ist eingerahmt von einem geschichtsphilosophischen Entwurf über die Logik neuer zeitlicher Vernunftentwicklung und deren Umschlag ins Gegenteil (erster Abschnitt und die beiden darauf folgenden Exkurse)

und von einem Abschnitt zum \uparrow Antisemitismus. Das heißt, mit »Kulturindustrie« wird kein Randphänomen behandelt, das etwa als Spezialbereich zur »Kulturkritik« gehört, sondern der Abschnitt zur Kulturindustrie ist der Teil der \uparrow Dialektik der Aufklärung, in dem die Autoren grundsätzlich zur gegenwärtigen Gesellschaft Stellung nehmen: Die Dialektik der Aufklärung realisiert sich momentan in der Gestalt einer Kulturindustrie. Dabei gibt es strukturelle Überschneidungen zwischen dem Schema der Kulturindustrie und dem des Antisemitismus. Dass das ganze Buch im Schatten des Terrors des \uparrow Nationalsozialismus geschrieben wurde, ist nicht zu übersehen.

Die \uparrow Dialektik der Aufklärung ist im amerikanischen Exil entstanden. Die noch junge Filmkunst, die in Hollywood bereits eine Hochphase erlebte, sowohl in Hinblick auf die Produktion wie auch auf die im Kino vermittelte Ideologie, war für die Autoren mehr als nur ein Beispiel einer Kulturindustrie. Im Film, ebenso wie in den Magazinen, im \uparrow Radio und – wie Adorno zuvor schon gezeigt hatte – im \uparrow Jazz, manifestiert sich das neue Verhältnis von kapitalistischer Ökonomie und Kultur: Basis und Überbau, die Produktions- und die Reproduktions-sphäre verschmelzen, die Künste werden in das Alltagsleben überführt, der Alltag in einer Massenkultur ästhetisiert. Aufklärung wird deshalb zum Betrug, weil gerade mit den technisch perfektionierten Mitteln der Aufklärung – der Informationstechnologie – die Masse um ihr Recht auf Aufklärung betrogen wird. Hollywood erscheint als »Traumfabrik« (\uparrow Bloch), wobei Adorno später korrigierte, dass »Kulturindustrie« eben nicht Industrieanlagen meint: »Der Ausdruck Industrie ist dabei nicht wörtlich zu nehmen. Er bezieht sich auf die Standardisierung der Sache selbst [...] und auf die Rationalisierung der Verbreitungstechniken, nicht aber streng auf den Produktionsvorgang.« (GS Bd. 10-1, S. 339)

Gleichwohl ist die Standardisierung der Kulturwaren aber von der Art und Weise abhängig, wie sie hergestellt werden: In den Filmstudios in Hollywood, die im Kulturindustrie-Kapitel immer wieder als Beispiel dienen, hatte sich damals gerade das sogenannte fordistische Fabrikssystem einer durch die Fließbandproduktion organisierten Arbeitsteilung durchgesetzt. Eine Analogie zur Industrie liegt also durchaus nahe und spielt auch

Aus: Roger Bellarus. Adorno-ABC. Leipzig, Reclam, 2005
132-136

bei Adorno und Horkheimer als Bild immer wieder in die Argumentation hinein.

Weiterhin geht es auch nicht um eine Verdammung des Kommerzes, der überbeurteilten Preise für die Kulturgüter, sondern um die Warenlogik überhaupt, die alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens durchdrungen hat: Dass alle Kultur zur Ware wird und sich der Fetischcharakter der Ware in den kulturellen Produkten ausdrückt, ist die Kernthese von Adorno und Horkheimer: »Kultur wurde vollends zur Ware, informativisch verbreitet.« (GS Bd. 3, S. 223)

Auch der Kunstbetrieb ist Teil der Kulturindustrie: »Der Erfolg« der Kulturindustrie liegt in der »Transposition der Kunst in die Konsumsphäre« (GS Bd. 3, S. 156). Sollten die Kunstwerke früher die Realität noch durch ihren »Wahrheitsgehalt aufzupregeln, so sind sie nun nichts weiter als ästhetischer Schein, bloßes Versprechen, Effekt. Die Funktion der Kunst in der Kulturindustrie ist nicht mehr die der Erkenntnisförderung, die dem Subjekt zur Selbstermächtigung verhilft, sondern die der Vermittlung von »Halbbildung; Kulturindustrie heißt »die Verwandlung aller geistigen Gehalte in Konsumgüter. Weder sind diese mehr verbindlich, noch auch nur eigentlich verstanden. Statt dessen informiert man sich über sie, um an der Kultur teilzuhaben.« (GS Bd. 8, S. 575) Sofern die Kultur zur Ware wird, geht das Wertverhältnis unmittelbar in ihre Funktion über: »Was man den Gebrauchswert in der Rezeption der Kulturgüter nennen könnte, wird durch den Tauschwert ersetzt, anstelle des Genusses tritt Dabeisein und »Bescheidwissen, Prestigegegnung anstelle der Kennerschaft.« (GS Bd. 3, S. 181) Oper, Theater, Kunstausstellungen sind gesellschaftliche Ereignisse; es geht ums Sehen und Gesehenwerden, ums Dabeisein, das Versprechen der Unmittelbarkeit: »Je mehr die Teilhabe an der Massenkultur in der informierten Verfügung über Kulturfakten sich erschöpft, um so mehr nähert der Betrieb dem Kontext, der Eignungs- und Leistungsprüfung, schließlich dem Sport sich an« (GS Bd. 3, S. 324), erläutert Adorno in »Das Schema der Massenkultur. Dies schlägt auf den Produktionsprozess zurück: Die Trennung zwischen Arbeit und Freizeit wird tendenziell annulliert. In der total verwalteten Welt hängt alles mit allem zusammen. »Die ganze Welt wird durch das Filter der Kulturindustrie geleitet.« (GS Bd. 3, S. 147)

Adorno und Horkheimer beleuchten verschiedene Dimensionen der Kulturindustrie, die sie als »Totalität, als »System begreifen. Kulturindustrie besteht aus der Verschmelzung gesellschaftlicher, technologischer, politischer, psychologischer und ästhetischer Momente des auf die bürgerliche Kultur übertragene Produktionszusammenhangs. Die Grundfiguren sind Standardisierung, Wiederkehr der Immergleichen, Benutzung von Stereotypen und Pseudorealismus. Kulturindustrie ist der »Amüsterbetrieb, in dem Kultur in Unterhaltung verwandelt wird, Kunst in Zerstreuung. Die technischen Errungenschaften der Massenkultur – Film, Fotografie, Rundfunk – bedeuten keinen Fortschritt der Künste, sondern eine »Verfransung der Künste, das »Abgebrochensein von Kunst.

Die Kritik an der Kulturindustrie richtet sich nicht auf die Verflechtung von Kultur und Warenproduktion, sondern auf das, was dadurch in Kraft gesetzt wird: die Gefährdung des Individuums, die potenzielle Vernichtung des »Ichs. Kulturindustrie wirkt nicht nur auf das Subjekt, sondern im Subjekt. »Die Kulturindustrie hat den Menschen als Gattungswesen hämisch verwirklicht. Jeder ist nur noch, wodurch er jeden anderen ersetzen kann: fungibel, ein Exemplar.« (GS Bd. 3, S. 168) Als Exemplar wird das Individuum verwaltet: »Die Kulturindustrie aber reflektiert die positive wie negative Fürsorge für die Verwalteten als die unmittlere Solidarität der Menschen in der Welt der Tüchtigen.« (GS Bd. 3, S. 173) Kulturindustrie spannt die Individuen ein, um ihnen Entspannung zu gewähren. Alle werden gleichgeschaltet, und mittels der standardisierten Waren wird gleichzeitig propagiert, dass doch jeder Einzelne etwas Besonderes sei. »Jedes Produkt gibt sich als individuell; die Individualität selbst taugt zur Verstärkung der Ideologie, indem der Anschein erweckt wird, das ganz Verdinglichte und Vermittelte sei eine Zufluchtsstätte von Unmittelbarkeit und Leben.« (GS Bd. 10-1, S. 339)

Hierher gehört auch die Schlussese aus dem Kulturindustrie-Kapitel der »Dialektik der Aufklärung: Als Ware wird Kultur paradios; sie wird umso mehr getauscht, je weniger sie tauschbar ist (ein aktuelles Beispiel liefert die Musikbranche und die Diskussion um Downloads aus dem Internet). Kulturindustrie hebt sich schließlic auf, wird vollends zur »Reklame. Als Reklame

dient Kulturindustrie dazu, die Konsumenten pausenlos zu beschäftigen. Insofern besteht die Lüge des Fernsehens und der Illustrierten weniger im Verbreiten unsinniger Bilder und Botschaften, sondern darin, die Aufmerksamkeit der Konsumenten auf diesen Unsinn zu konzentrieren. »Das high life will das schöne Leben sein« (GS Bd. 4, S. 215), lautet das Versprechen. Doch in der Kulturindustrie bleibt »der Stumpfsinn [...] objektiv« (GS Bd. 4, S. 332). Die Kulturindustrie tendiert zur Langeweile (vgl. GS Bd. 15, S. 132).

Zahlreiche Formulierungen Adornos lassen darauf schließen, dass er den Zusammenhang der Kulturindustrie doch nicht für so universell und allumfassend hielt. »Nicht nur fallen die Menschen, wie man so sagt, auf Schwindeln herein, wenn er ihnen sei's noch so flüchtige Gratifikationen gewährt; sie wollen bereits einen Betrug, den sie selbst durchschauen; [...] Uneingestanden ahnen sie, ihr Leben werde ihnen vollends unentgeltlich, sobald sie sich nicht länger an Befriedigungen klammern, die gar keine sind.« (GS Bd. 10-1, S. 342) An anderer Stelle heißt es: »Die Integration von Bewußtsein und Freizeit ist offenbar doch nicht ganz gelungen.« (GS Bd. 10-2, S. 655) Zum Beispiel sei zu beobachten, dass die Menschen die Meldungen, die sie mit Spannung verfolgen, trotzdem nicht für so wichtig halten. Wahrscheinlich, vermutete Adorno, würden sie nichts vermissen, wenn man ihnen Fernsehen, Radio und Zeitungen wegnähme. »Darum ist es dringlich, die heutige Ideologie, die in der Verdopplung des Lebens durch alle Sparten der Kulturindustrie besteht, beim Namen zu nennen. Eine Impfung der Menschen gegen die ausgespitzte Idiotie, auf die jeder Film, jedes Fernsehprogramm, jede illustrierte Zeitung ausgehen, wäre selber ein Stück verändernder [!] Praxis.« (GS Bd. 8, S. 455f.)

Kulturpessimismus Adornos Kritik der ↑Massenkultur ist immer wieder dem Vorwurf ausgesetzt, sie sei »kulturpessimistisch«. Damit wird Adorno in die Nähe jener den klassischen Werten der bürgerlichen Hochkultur verpflichteten »Lebensphilosophie« gebracht, die einen Zerfall des Geistigen moniert und Kultur als solche gegen ihren Untergang verteidigt. Auch wenn Adorno mit negativen Urteilen über die Massenkultur – »Schund«, ↑Dummheit der Massenkultur etc. –, die oft sehr all-

gemein blieben, schnell bei der Hand war, unterscheidet sich seine Position doch in zentralen Aspekten vom Kulturpessimismus: Adorno geht es keineswegs darum, aus einem elitären Blickwinkel heraus Traditionen gegen neue Tendenzen zu verteidigen, sondern vielmehr um den Nachweis, dass die Positionen der Kulturpessimisten und der optimistischen Anwälte der Massenkultur sich in wesentlichen Punkten ähneln, da beide Positionen Kultur als ↑Totalität verabsolutieren und Gesellschaft »kulturalistisch« deduzieren. Kultur als Wert, Sphäre und Reservat des Geistigen bleibt ↑Ideologie; aufgelöst in ihren allgemeinsten Begriff als Alltagsleben, wie etwa in den ↑Cultural Studies, wird sie zum Reservat von Unmittelbarkeit und ↑Aktivismus. Dementgegen hat Adorno auf die Notwendigkeit verwiesen, Kulturkritik in der kritischen Theorie der Gesellschaft zu fundieren, um sie davon ausgehend sachlich als Reproduktionssphäre (↑Marx) zu bestimmen.

Diejenigen, die Adornos Kritik der ↑Kulturindustrie in die Nähe des Kulturpessimismus bringen, sehen in Discoteken, Love Parades, Massentourismus und Programmvielfalt des Fernsehens Errungenschaften der Erlebnisgesellschaft, die den Freizeiter demokratisch mit Unterhaltung versorgt: Im Zuge der Entwicklung einer körper- und genussorientierten ↑Popkultur ist der Vorwurf, Adornos Kritik der Kulturindustrie sei kulturpessimistisch, auch von jenem Teil der Protestbewegung wiederholt worden, der sich, enttäuscht von der politischen Linken, die Strategien einer subkulturellen Subversionspraxis zu Eigen machte: Vertreter des ↑Punk, aber auch die Initiatoren alternativer Vertriebsstrukturen in der Musikbranche (so genannter Independent-Labels) und dem offiziellen Mainstream gegenüber kritische Musikszenen insstierten darauf, dass eine ↑kritische Theorie auch das Recht auf die bessere Party einfordern könne und solle. »Wir werden noch tanzen, wenn von Euch schon niemand mehr spricht«, hieß die Parole an den Wänden der Jugendzentren und besetzten Häuser in den achtziger Jahren. Unberührt von der Forderung nach dem Recht auf gute ↑Unterhaltung, die im Übrigen schon von Brecht und ↑Benjamin gegen Adorno erhoben wurde, wurde allerdings im Verlauf der neunziger Jahre die Kulturindustrie-These in einem Punkt bestätigt – ohne dass sie dadurch kulturpessimistischen Positionen anheim