

Alle Kultur wird zur Ware **»Alles hat nur Wert, sofern man es eintauschen kann, nicht sofern es selbst etwas ist«** | Dass in der gegenwärtigen Phase

des Kapitalismus die menschlichen Beziehungen ausschließlich unter dem Vorzeichen ihrer Austauschbarkeit und ihrer Verwertbarkeit stehen, kennzeichnet den Zustand der Kulturindustrie, den Adorno und Horkheimer als verwaltete Welt bzw. universellen Verblendungszusammenhang bezeichnen. Festzuhalten bleibt, dass es hierbei nicht um die Kritik von Kommerz oder Überteuerung geht, sondern um die durch den Warencharakter veränderte Struktur des Verhältnisses von Mensch, Gesellschaft und Welt. Der Doppelcharakter der Ware, neben dem Gebrauchswert auch einen Tauschwert zu besitzen, der zunehmend zur bestimmenden Eigenschaft jedes Gegenstands wird, scheint dem menschlichen Bewusstsein unabhängig von gesellschaftlichen Ursachen natürlichen Ursprungs zu sein. Darüber hinaus werden in der Gesellschaft, die ihre Ökonomie gänzlich auf die Prinzipien der Verwertungslogik einer Warenökonomie umstellt, die gesellschaftlichen Produktionsverhältnisse zu Naturtatsachen, zu einem Automatismus, der sich scheinbar zivilisatorisch notwendig und geschichtlich zwangsläufig hinter den Rücken der Menschen durchsetzt. Das hat Marx für das 19. Jahrhundert als den »Fetischcharakter der Ware« beschrieben. Der Gebrauchswert der Dinge tritt immer weiter hinter ihrem Tauschwert zurück. Zudem erscheinen die Dinge mit einem neuen Gebrauchswert auf dem Markt, nämlich insofern sie ihren primären Nutzen in der Aufrechterhaltung und Verbesserung der Produktion haben und nicht in der Befriedigung menschlicher Bedürfnisse. Heute, wenn selbst von der Politik und Wirtschaftsvertretern die soziale Krise eingestanden wird, erscheint zum Beispiel die Forderung, die Ökonomie an den Bedürfnissen zu orientieren, als geradezu weltfremd und idiotisch; stattdessen ist es das selbstverständliche Ziel, mit der Umstellung der Bedürfnisse – sei's durch Verzicht, sei's durch neue Anreize – die Wirtschaft anzukurbeln (Standort Deutschland). – Diese ideologische Funktion, die Gesellschaft in ihrer Grundstruktur zu bestätigen, bekommen im Zuge der Entwicklung des Kapitalismus die kulturellen Produkte. Eine weitere Stufe für die Formierung der kulturindustriellen Gesellschaft ergibt sich, wenn allgemeine menschliche Verhaltensweisen und Beziehungen (Freundschaft, Liebe, Sexualität etc.) zu Waren oder in einer ökonomisierten Weise vorgestellt werden. In der gegenwärtigen Popkultur ist dieses System schließlich so

weit perfektioniert, dass nunmehr auch Gesten und Verhaltensmuster, die einmal Ausdruck von Widerstand, Rebellion und Unbehagen waren, zu warenförmigen, fetischisierten Plaketten des Einverständnisses werden. 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, Prestigegewinn anstelle der Kennerschaft« (GS 3/181).

»Der ›Erfolg‹ der Kulturindustrie liegt in der ›Transposition der Kunst in die Konsumsphäre‹« | Die Dimension der These, dass alle Kultur zur Ware wird, ist heute offensichtlich, gerade weil die Tatsache, dass alles dem Gesetz der Warenproduktion unterstellt ist, nicht mehr offensichtlich ist. Die Trennung zwischen Form und Inhalt, auf die gerade gemäßigte Kritiker der Kulturindustrie gerne verweisen, ist überflüssig geworden: So wenig es Sinn macht, bei der Nazipunkband den faschistischen Text von einer irgendwie doch ganz guten Musik zu unterscheiden, so wenig macht es Sinn, den Menschen verachtenden Zynismus eines Moderators für intelligenter als den der anderen zu halten, weil man mit seinem Stil oder Sachverstand sympathisiert, und so wenig macht es Sinn, in dem Werbefilm für irgendein Produkt künstlerische Qualitäten entdecken zu wollen, nur weil das Reklameteam kleine Godard-Reminiszenzen eingebaut hat, und so wenig macht es Sinn, das technisch perfektionierte Trickkino mit postmodernen Simulationstheorien auszudeuteln, ohne überhaupt auch nur ein Wort über die Produktionsverhältnisse zu verlieren. Genau in dem Maße, wie die Ästhetik zu einer Glanzschicht geworden ist, mit der die Gesellschaft überzogen wurde, verzichtet die kritische Theorie auf die ästhetische Deutung und konzentriert sich auf die soziale Bedeutung. Kracauer stellte bereits fest, dass diese umso mehr ins Gewicht falle, je ärmer die Produkte der Massenkultur »an Gehalten sind, die einer strengen ästhetischen Beurteilung standzuhalten vermögen«.⁵⁴ Indem auch die Kunst zur Ware wird, verdoppelt sich in ihrem ästhetischen Schein der Fetischzusammenhang gewissermaßen; ästhetische Kritik reicht nicht mehr hin, kraft des ästhe-

Kunst als Ware

54 | S. Kracauer, Über die Aufgabe des Filmkritikers, in: ders., Werke, a.a.O. [Fn. 32], Bd. 6,3, S. 62