

# Das Prinzip des Immergleichen und die Verdopplung der Realität

## Zu Adornos Theorie der Kulturindustrie und ihrem heutigen Stellenwert

von Hermann-Josef Große-Kracht

### 1. Der scheinbar unaufhaltsame Abstieg eines kulturkritischen Schlüsselwortes

Im Gefolge der internationalen Studentenrevolten der späten 60er Jahre sind marxistisch inspirierte Ansätze zu einer kritischen Analyse der modernen Gegenwartsgesellschaften wieder aufgelebt und standen in den Diskussionen der 70er Jahre hoch im Kurs. In dem Maße, wie der vielfach erwartete Zusammenbruch der spätkapitalistischen Gesellschaften ausblieb, wandte man sich dabei verstärkt der Frage nach den Funktionsmechanismen der sozialen Integration und der kulturell-ideologischen (Selbst-)Stabilisierung dieser Gesellschaften zu. In diesem Zusammenhang haben gerade die kritischen Analysen zu den massenkulturellen Phänomenen der Gegenwartsgesellschaften, also zur Bedeutung von Zeitschriften, Hörfunk, Kino, Fernsehen etc., die im Umkreis der sog. 'Kritischen Theorie der Frankfurter Schule' entstanden sind, viel Aufmerksamkeit erlangt. Im Mittelpunkt dieser Überlegungen stand der Begriff der 'Kulturindustrie', und die entsprechenden Schriften von Th. W. Adorno, M. Horkheimer, H. Marcuse, L. Löwenthal u. a. avancierten in dieser Zeit zur Pflichtlektüre kritischer Zeitgenossen.

Davon ist heute jedoch nicht viel geblieben. Zwar vermag die 'Kritische Theorie' nach wie vor einen beträchtlichen Anteil an den sozialphilosophischen und zeitdiagnostischen Diskussionen zu nehmen und ist mit wichtigen Grundtopoi auch in den Feuilletons der großen Zeitungen regelmäßig vertreten; dennoch ist es zumal in der kommunikationswissenschaftlichen Fachliteratur sehr still um sie geworden. Dort wird das Stichwort der Kulturindustrie kaum noch erwähnt<sup>1</sup>, und auch Vertreter kritischer Theorietraditionen erklären die Kulturindustrie-These heute für „ein viel zu einfaches Schema“<sup>2</sup>, das vielfach „merkwürdig veraltet“<sup>3</sup> erscheint.

Eine kritische Kommunikationswissenschaft, die sich nicht mit der intentionslosen Beschreibung des Wirklichen begnügt und sich von ihren überkommenen Begriffen nicht leichtfertig trennen will, wird in dieser Situation vor die Aufgabe gestellt, Anhaltspunkte und Kriterien aufzustellen, um das Kulturindustrie-Motiv zu überprüfen und gegebenenfalls zu modifizieren, um es so, wenn möglich, zu retten. Denn es gilt, m. E. unverzichtbare und noch immer höchst aussagekräftige Elemente dieser Konzeption auch in einer immer komplexeren Situation nicht vorzeitig zu verabschieden, wenn sich die Kommunikationswissenschaft ihrer kritisch-aufklärerischen Funktion nicht selbst berauben will.

---

Dipl.-Theol. Hermann-Josef Große-Kracht ist wiss. Mitarbeiter für Systematische Kath. Theologie an der Gesamthochschule Kassel.

## **2. Der Begriff der Kulturindustrie in der 'Kritischen Theorie'**

Der Begriff der Kulturindustrie geht auf eine Wortschöpfung von Th. W. Adorno zurück und findet sich zum ersten Mal in dem Kapitel 'Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug' der 1947 in Amsterdam erschienenen 'Dialektik der Aufklärung'<sup>4</sup>. Das Stichwort behauptet einen zunächst befremdlichen Zusammenhang von zwei sehr verschiedenen gesellschaftlichen Lebensbereichen: Die Ebene der 'Kultur', mit der im weitesten Sinne Bildung, Erziehung, Kunst, Wertvorstellungen, Ideale und Muße assoziiert werden, hat wenig mit dem Begriff der 'Industrie' gemein, der eher an Betriebsrationalität, standardisierte Warenproduktion, stupide Lohnarbeit, Entfremdung und Arbeitslast denken lässt. Wenn diese getrennten Bereiche im Begriff „Kulturindustrie“ zusammengeschlossen werden, so soll damit offensichtlich eine Kritik am gegenwärtigen Zustand der Kultur angesprochen werden, die von industriellen Maximen wie Standardisierung, Mechanisierung und Technisierung bedroht oder beherrscht zu sein scheint.

Schon in seinen frühen musiksoziologischen Arbeiten zur populären Musik Amerikas bewertet Adorno das Phänomen der Massenkultur bzw. -kunst als Anzeichen einer ganz und gar „passiven Bewußtseinsverfassung in der monopolistischen Ära“<sup>5</sup>. Während für Adorno noch im bürgerlich-liberalen Zeitalter die Werke der Kunst und Kultur durch einen eigentümlichen Doppelcharakter gekennzeichnet waren, der neben der Bekräftigung bestehender Herrschaft immer auch einen utopisch-kritischen Impuls enthielt, hat sich die Funktion der Kultur im Zeitalter der monopolkapitalistischen Produktionsweise grundlegend gewandelt. Im Spätkapitalismus zerfällt die bürgerliche Kultur „in die fürderhin unverbundenen Bestandteile einer rein manipulativen Massenkultur zum einen und einer sperrigen, ‘esoterischen’, d.h. nur für Eingeweihte zugänglichen avantgardistischen Kunst“<sup>6</sup>, zum anderen, die sich nur als solche dem nivellierenden Sog der Kulturindustrie entziehen kann.

Nach H. Dubiel konnte Adorno zeitlebens „in der spätkapitalistischen Massenkultur nichts anderes sehen... als eine durch und durch manipulative propagandistische Zurichtung des Bewußtseins der Massen“<sup>7</sup>, die sich dadurch um so leichter in die Funktionsanforderungen des monopolkapitalistischen Produktions- und Verwaltungsapparats integrieren lassen. Dieser zwingt den Individuen einen einheitlichen Lebensrythmus zwischen Fabrik, Büro und vorgeplanter Freizeit auf und wird dabei von den Produkten der Massenkultur unterstützt, die mögliche Protest- und Widerstandspotentiale absorbieren. Durch die 'tendenzlose Verdopplung' der gegebenen Verhältnisse und die Reproduktion des 'Immergeleichen' lassen die Produkte der Kulturindustrie den Eindruck der Allgegenwart des herrschenden Systems entstehen und werden so zum Mittel des Massenbetrugs.

Durch Zerstreuung und falsches Vergnütsein werden die Menschen nicht nur so zugerichtet, daß sie am nächsten Morgen problemlos wieder arbeitswillig sind; durch die Allgegenwart der Massenkultur und der von ihr propagierten Lebensentwürfe wird ihnen darüber hinaus auch die eigene Subjekthaftigkeit genommen: „Die intimsten Reaktionen der Menschen sind ihnen selbst gegenüber so vollkommen verdinglicht, daß die Idee des ihnen Eigen-

tümlichen nur in äußerster Abstraktheit noch fortbesteht: personality bedeutet ihnen kaum mehr etwas anderes als blendend weiße Zähne und Freiheit von Achselschweiß und Emotionen. Das ist der Triumph der Reklame in der Kulturindustrie, die zwanghafte Mimesis der Konsumenten an die zugleich durchschauten Kulturwaren.“<sup>8</sup>

Im folgenden ist zunächst das theoretische Umfeld des Kulturindustriekonzeptes, das durch die zentralen Gedanken und Grundanschauungen der ‘Dialektik der Aufklärung’ gekennzeichnet ist, kurz zu erläutern (2.1), bevor wichtige Formen, Inhalte und Auswirkungen industrieller Kulturproduktion dargestellt (2.2 und 2.3) und auf ihre gesellschaftliche Funktionsweise hin analysiert werden können (2.4). Im dritten Kapitel soll es um die Frage gehen, ob dieses aus den 40er Jahren stammende Theoriemotiv angesichts grundlegender Veränderungen in einer immer vielschichtiger werdenden Medienlandschaft noch ausreichend Relevanz und Explikationskraft für sich beanspruchen kann oder ob es heute nur noch wissenschaftshistorisch von Interesse ist. Dabei ist allemal davon auszugehen, daß die Kulturindustrietheorie nicht ungeprüft auf die heutige Situation übertragen werden kann. Eine solche ‘ahistorische’ Vorgehensweise würde auch dem theoretischen Stellenwert dieses Konzeptes nicht entsprechen, da es ja erst in der Auseinandersetzung mit konkreten historischen Verhältnissen entwickelt wurde und dementsprechend unter veränderten geschichtlichen Bedingungen je neu gelesen und interpretiert werden muß.

## *2.1 Zu Grundimpulsen der ‘Kritischen Theorie’ M. Horkheimers und Th. W. Adornos*

In den 30er Jahren hatte M. Horkheimer als Direktor des Frankfurter Instituts für Sozialforschung ein breit angelegtes interdisziplinäres Forschungsprogramm vor Augen, um auf der Grundlage eines marxistischen Materialismus die verschiedenenartigen Lebensbedingungen der modernen kapitalistischen Gesellschaften zu erfassen. Ausgangspunkt waren die gesellschaftlichen Erfahrungen des beginnenden 20. Jahrhunderts mit ihren spezifischen Enttäuschungen: Die von den Theoretikern der II. Internationale erwarteten sozialrevolutionären Umwälzungsprozesse waren ausgeblieben; stattdessen kam es zur Spaltung der Arbeiterbewegung, zur Entstehung zunehmend autoritärer Staatssysteme und zu einer industriell erzeugten Massenkultur im Dienste sozialer Integration. Diese Phänomene sollten in ökonomischer, sozialpsychologischer und kultureller Hinsicht analysiert und kritisiert werden.

Die Arbeiten dieser Phase waren noch von einem unerschütterlichen Vertrauen in das emanzipatorische Potential einer kritischen Wissenschaft bzw. in die vorwärtsdrängende immanente Fortschrittsdynamik der Produktivkraftentwicklung gekennzeichnet.

Mit den weltgeschichtlichen Erfahrungen der 40er Jahre (Faschismus, Stalinismus, Weltkrieg, Holocaust) setzte jedoch eine radikale Enttäuschung ein, die Adorno und Horkheimer dazu zwangen, dieses Vertrauen aufzugeben und ihre Anschauungen grundlegend zu ändern. Das Entsetzen über die histori-

schen Katastrophen des 20. Jahrhunderts findet seinen prägnanten Ausdruck in der Vorrede zur „Dialektik der Aufklärung“: „Was wir uns vorgesetzt hatten, war tatsächlich nicht weniger als die Erkenntnis, warum die Menschheit, anstatt in einen wahrhaft menschlichen Zustand einzutreten, in eine neue Art von Barbarei versinkt.“<sup>9</sup>

Im „ gegenwärtigen Zusammenbruch der bürgerlichen Zivilisation“<sup>10</sup> zeigt sich für Adorno und Horkheimer nicht nur der endgültige Verlust eines Vertrauens in den emanzipatorischen Gehalt wissenschaftlicher Erkenntnis, sondern auch die Notwendigkeit einer radikalen Kritik der historischen Erscheinungsweise von Vernunft und Aufklärung.

Horkheimer und Adorno verorten die Ursachen für die katastrophische Zusitzung der modernen Zivilisation in einem umfassenden Prozeß der „Selbstzerstörung der Aufklärung“<sup>11</sup>, deren Wurzeln sie in der „Urgeschichte der Subjektivität“<sup>12</sup> festmachen. Bereits in der frühgeschichtlichen Phase, in der der Mensch zum ersten Mal zweckmäßig und rational geplant in die Natur zum Zwecke ihrer Unterwerfung eingreift, sehen sie das unumkehrbare Urdatum eines Aufklärungsprozesses, in dessen Verlauf das handelnde Subjekt durch instrumentellen Vernunftgebrauch und Naturbeherrschung zu sich selber kommt.<sup>13</sup> Das die gattungsgeschichtlichen Reproduktionsleistungen der Menschheit prägende Prinzip der Naturbeherrschung und der damit verbundene herrschaftliche Gebrauch „instrumenteller Vernunft“ bilden das Movens in der Entwicklungsdynamik der Zivilisationsgeschichte.

Seitdem sich in der neuzeitlichen Aufklärung diese Vernunft absolut gesetzt hat, ist der selbstzerstörerische Prozeß der Herrschaft des Menschen über Mensch und Natur total geworden. Als Herrschaftsinstrument im Dienste von Selbsterhaltung und Machtsteigerung wird die Vernunft pervertiert und verliert endgültig ihre utopischen und emanzipatorischen Gehalte, die ihr gerade von den Philosophen des Aufklärungszeitalters zugeschrieben wurden.<sup>14</sup>

Im Rahmen einer negativen Geschichtsphilosophie konstatieren Adorno und Horkheimer somit einen geschlossenen „gesellschaftlichen Verblendungszusammenhang“<sup>15</sup>, der den gesamten Zivilisationsprozeß bis zur Gegenwart bestimmt. In ihm scheint jede Spur von herrschaftsfreier und nichtinstrumenteller Vernunft entwichen.<sup>16</sup>

Der Umschlag von Vernunft in Herrschaft betrifft nicht nur das Verhältnis des Menschen zur äußeren Umwelt, sondern auch zu sich selbst und den Mitmenschen. Naturbeherrschung greift von der physischen Ebene auf die psychische und soziale Dimension über. In dem Maße nämlich, in dem das Subjekt sich dem gattungsgeschichtlichen Zwang zur Vergegenständlichung der Natur unterwirft, muß es auch die Mitmenschen zu kontrollieren versuchen. Dabei unterliegt es selbst dem Zwang zur Beherrschung seiner individuellen Bedürfnisse und Motivationen; denn es ist genötigt, ständig eine Einstellung von Herrschaft und Verfügung gegenüber der physischen und sozialen Umwelt aufrechtzuerhalten. Somit wird die Beherrschung der äußeren und inneren Natur zur primären Lebensaufgabe.

Horkheimer und Adorno entwerfen das monolithische Bild einer geschlossenen Gesellschaft (die 'verwaltete Welt')<sup>17</sup>, in der Herrschaft, Verdinglichung und individuelle Triebunterdrückung total werden, die sozio-kulturellen Institutionen (wie Familie, Massenmedien etc.) ausschließlich den Prozessen repressiver Sozialisation und sozialer Kontrolle dienen und Protest- und Widerstandspotentiale keinen genuinen Ort mehr haben.

Wie Logik, Sprache und Wissenschaft längst dem Herrschaftsprinzip verfallen sind, fungieren besonders die modernen Phänomene der Massenkultur und Massenkommunikation als Manipulationsinstrumente, die ihre Rezipienten an eigenständigen Erkenntnisvollzügen hindern und ihnen stattdessen vorgegebene ideologische Botschaften vermitteln, die die herrschenden Verhältnisse verschleiern und stützen sollen. Hier bilden die Erfahrungen mit der faschistischen Propaganda in Deutschland, der Aufstieg des kommerziellen Radios und die wachsende Popularität des Kinos in den USA die historischen Hintergründe für eine radikale Kritik der 'Kulturindustrie', die im folgenden näher zu erläutern ist.

## *2.2 Kunstwerke und Kulturwaren: das Neue der Kulturindustrie*

Für Adorno galt der 'gesellschaftliche Verblendungszusammenhang' zeitlebens als so total, daß er lediglich in den avantgardistischen Werken der bildenden Kunst und der Musik noch Elemente einer unbeschädigten Vernunft wiederzufinden vermochte, die ein ernsthaftes Versprechen von Glück enthielten und die Möglichkeit einer herrschaftsfreien mimetischen Annäherung an Natur eröffneten.<sup>18</sup>

In dieser Perspektive enthalten autonome Kunstwerke, die das bloße Dasein zu transzendieren vermögen, eine emanzipatorische Funktion. In ihnen soll zum einen „das unversöhnliche Bild des Seienden, des gesellschaftlichen Mißlingens, der Versöhnung von Allgemeinem und Besonderem“<sup>19</sup> zum Ausdruck kommen; zum anderen müssen sie als 'Glücksversprechen'<sup>20</sup> aber „die utopische Erinnerung an einen mimetischen Umgang des Menschen mit Natur“<sup>21</sup> gegen die herrschenden Verhältnisse offenzuhalten versuchen. Diese Aufgabe kann Kunst heute „nur noch in der Form extrem esoterischer und avantgardistischer Kunst beibehalten“,<sup>22</sup> die sich dem Sog der Massenkultur verweigert und sich vor kulturindustrieller Vereinnahmung sichern kann. Für Adorno steht echte Kunst also stets in einem Spannungsverhältnis zur bestehenden Gesellschaft.

Aber auch im feudalen und bürgerlichen Zeitalter war die Einheit und Autonomie der Kunst, „die sich als Reich der Freiheit im Gegensatz zur materiellen Praxis hypostasierte,... von Anbeginn mit dem Ausschluß der Unterklasse erkauft“.<sup>23</sup> Produktion und Rezeption autonomer Kunstwerke war stets ein Privileg der Herrschenden. Durch Mäzenatentum und kirchliche oder weltliche Auftragsarbeiten war das Profitmotiv in der Produktion geistig-künstlerischer Gebilde von Anfang an gegenwärtig. Aber die Kunstwerke „erstreben den Profit nur mittelbar, durch ihr autonomes Wesen hindurc.“<sup>24</sup> Für Adorno existiert diese durch das Profitmotiv zwar beeinträchtigte, nicht aber aufgehobene Autonomie der Kunst auch noch im vorfaschistischen Europa. In Deutschland blieb seiner

Meinung nach in dieser Zeit noch vieles „von jenem Marktmechanismus ausgenommen, der in den westlichen Ländern (gemeint sind die USA, HJGK.) entfesselt wurde. Das deutsche Erziehungswesen samt den Universitäten, die künstlerisch maßgebenden Theater, die großen Orchester, die Museen standen unter Protektion. Die politischen Mächte, Staat und Kommunen, denen solche Institutionen als Erbe des Absolutismus zufielen, hatten ihnen ein Stück jener Unabhängigkeit von den auf dem Markt deklarierten Herrschaftsverhältnissen bewahrt, die ihnen bis ins neunzehnte Jahrhundert hinein die Fürsten und Feudalherren schließlich noch gelassen hatten. Das stärkte der späten Kunst den Rücken gegen das Verdikt von Angebot und Nachfrage und steigerte ihre Resistenz weit über die tatsächliche Protektion hinaus.“<sup>25</sup>

All dies hat sich nach Adorno und Horkheimer mit der totalitären nationalsozialistischen Gewalt herrschaft in Deutschland einerseits und der Allgegenwart von Profit und Kommerz in der nachliberalen Gesellschaft der USA andererseits grundlegend verändert. Mit dem Aufkommen der Kulturindustrie verliert die Sphäre der Kultur endgültig ihre Eigenständigkeit; denn „die Kulturwaren der Industrie richten sich ... nach dem Prinzip ihrer Verwertung, nicht nach dem eigenen Gehalt und seiner stimmigen Gestaltung“<sup>26</sup>. Die geistigen Gebilde, die in den verschiedenen Sparten der Kulturindustrie (Unterhaltungsromane, Illustrierte, populäre Musik, Radio, Film, Fernsehen etc.) produziert werden, „sind nicht länger auch Waren, sondern sind es durch und durch“<sup>27</sup>. Der eigene Gehalt und die innere Logik der industriell produzierten Kulturwaren wird bedeutungslos. Die Produkte der Kulturindustrie werden planvoll hergestellt; ihre Technik zielt auf Standardisierung und Vereinheitlichung zum Ziele einer optimalen Verwertung des investierten Kapitals. „Die gesamte Praxis der Kulturindustrie überträgt das Profitmotiv blank auf die geistigen Gebilde.“<sup>28</sup>

Mit dem Begriff der Kulturindustrie verbanden Horkheimer und Adorno zunächst die in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts entstehenden Filmkonzerne Hollywoods und die kommerziellen Radiogesellschaften, deren unaufhörlich wachsende Popularität sie im amerikanischen Exil genau beobachten konnten. Die Produkte dieser neu entstehenden Industrien sind „auf den Konsum durch Massen zugeschnitten“<sup>29</sup>. Dieser Massenkonsum muß zwar einerseits durch stetige Neuigkeiten und Überraschungen angeregt werden, darf aber andererseits niemals auf die dem Publikum vertrauten Formen verzichten. „Jedes Produkt gibt sich als individuell“<sup>30</sup>; dennoch liegt es im vorgegebenen Rahmen der „Immergleichheit“<sup>31</sup>: „Mißtrauisch blicken die Filmleute auf jedes Manuskript, dem nicht schon ein Bestseller beruhigend zugrunde liegt. Darum gerade ist immerzu von idea, novelty und surprise die Rede, dem, was zugleich allvertraut wäre und nie dagewesen ... Zusätze zum erprobten Kulturinventar sind zu spekulativ. Die gefrorenen Formtypen wie Sketch, Kurzgeschichte, Problemfilm, Schlager sind der normativ gewandte, drohend oktroyierte Durchschnitt des spätliberalen Geschmacks.“<sup>32</sup> Dementsprechend behaupten Horkheimer und Adorno, daß „das Neue der massenkulturellen Phase gegenüber der spätliberalen... der Ausschluß des Neuen“<sup>33</sup> ist.

Mit dem Aufkommen der verschiedenen Sparten der Massenkultur und der auf Publikumserfolg und hohe Verkaufszahlen zielenden Herstellung kultu-

reller Produkte verlieren Kunst und Kultur endgültig ihre emanzipatorischen Potentiale. Hat Kultur „als das über das System der Selbsterhaltung der Gattung Hinausweisende... allem Bestehenden, allen Institutionen gegenüber unabdingbar ein kritisches Moment“<sup>34</sup>, so wird sie in der verwalteten Welt „selbst ein Moment des Betriebs, das herausfordernd Unnütze daran wird zum toleriert Nichtigen oder gar zum schlechten Nützlichen, zum Schmieröl, zu einem für Anderes Seienden, zur Unwahrheit, den für Kunden kalkulierten Waren der Kulturindustrie“<sup>35</sup>.

### *2.3 Produkte, Produktion und Publikum: die Totalität der Kulturindustrie*

Horkheimer und Adorno behaupten, daß „die unversöhnlichen Elemente der Kultur, Kunst und Zerstreuung durch ihre Unterstellung unter den Zweck auf eine einzige falsche Formel gebracht werden: die Totalität der Kulturindustrie. Sie besteht in Wiederholung.“<sup>36</sup>

Die Kategorie der Totalität lässt sich dabei auf verschiedene Ebenen anwenden: Zum einen tendiert die Kulturindustrie auf der Ebene der einzelnen Sparten und Produkte zu einer totalen Vereinnahmung des Massenpublikums, die dem Einzelnen kaum noch Möglichkeiten des Entrinnens lässt; zum anderen zielt dieser Begriff auf die bereits erwähnten Produktionsformen industrieller Kulturwaren, die durch das strenge Prinzip der Immergleichheit geprägt sind und für die Konsumenten nur noch stereotype Produkte anzubieten haben.

Die heutige für die Massen produzierte Kultur „schlägt alles mit Ähnlichkeit. Film, Radio, Magazine machen ein System aus. Jede Sparte ist einstimmig und alle zusammen“<sup>37</sup>. Der ‘Kulturbetrieb’ garantiert zunehmend eine umfassende und lückenlose Belieferung des Publikums mit einer Vielzahl von scheinbar verschiedenen, nach Formen, Inhalten, Themen, Aufmachungen und Preisen differenzierten Massenkulturgütern. Nach Horkheimer und Adorno dient deren offensichtliche Vielfalt aber nur der „Klassifikation, Organisation und Erfassung der Konsumenten“, denn „für alle ist etwas vorgesehen, damit keiner ausweichen kann“<sup>38</sup>: „Jeder soll sich gleichsam spontan seinem vorweg durch Indizien bestimmten ‘level’ gemäß verhalten und nach der Kategorie des Massenprodukts greifen, die für seinen Typ fabriziert ist. Die Konsumenten werden als statistisches Material auf der Landkarte der Forschungsstellen, die von denen der Propaganda nicht mehr zu unterscheiden sind, in Einkommensgruppen, in rote, grüne und blaue Felder aufgeteilt“<sup>39</sup>.

Das breitgefächerte Angebot industrieller Kulturgüter dominiert nach Adorno zusehends den gesamten Bereich von Freizeit und Erholung und lässt den Menschen kaum noch eigenständige Entscheidungsmöglichkeiten zu einer kreativen Freizeitgestaltung. „Wie man außerhalb der Arbeitszeit kaum mehr einen Schritt tun kann, ohne über eine Kundgebung der Kulturindustrie zu stolpern, so sind deren Medien derart ineinander gepaßt, daß keine Besinnung mehr zwischen ihnen Atem schöpfen und dessen inne werden kann, daß ihre Welt nicht die Welt ist.“<sup>40</sup>

Die „nur flüchtig getarnte Identität aller industriellen Kulturprodukte“<sup>41</sup>, die ihre Abnehmer stets mit dem Altvertrauten und Immergeleichen versorgen, führt tendenziell zur „Verkümmерung der Vorstellungskraft und Spontaneität des Kulturkonsumenten“.<sup>42</sup>

Horkheimer und Adorno weisen jedoch darauf hin, daß man den Einfluß der Kulturindustrie auf ihre Konsumenten nicht unbedingt an einzelnen Produkten ablesen kann. Ihre spezifische Funktion kann sie nur in ihrer Ganzheit, als System wahrnehmen, denn nur im Medienverbund, d. h. im Zusammenspiel ihrer verschiedenen Sparten, kann die Kulturindustrie weitgehend ein einheitliches Bewußtsein der Massen erzeugen, das Horkheimer und Adorno als Verdopplung der Realität und als Reklame für die Welt dechiffrieren (vgl. 2.4).

Es ist also durchaus möglich, daß das einzelne Produkt der Kulturindustrie inhaltliche Eigenständigkeit und künstlerische Qualität aufweist und autonome Elemente der Kunstwerke beert; als Teil des Systems reproduziert aber „unweigerlich .. jede einzelne Manifestation der Kulturindustrie die Menschen als das, wozu die ganze sie gemacht hat“<sup>43</sup>.

Daß die einzelnen Produkte der Kulturindustrie trotz ihrer oberflächlichen Vielfalt vom Prinzip des Immergeleichen geprägt sind, weist zurück auf einen einheitlichen „Schematismus der Produktion“<sup>44</sup>. Die technischen Produktionsverfahren der Kulturindustrie<sup>45</sup> zielen auf Standardisierung und Vereinheitlichung ihrer Produkte, auf Serienproduktion und Massenverbreitung. Die neuen und überraschenden inhaltlichen Aspekte, die die Kulturprodukte voneinander unterscheiden und sie so erst interessant machen, werden in stets gleiche Grundmuster und Erwartungsprofile eingeordnet: „Nicht nur werden die Typen von Schlagern, Stars, Seifenopern zyklisch als starre Invarianzen durchgehalten, sondern der spezifische Inhalt des Spiels, das scheinbar Wechselnde ist selber aus ihnen abgeleitet. Die Details werden fungibel. ... Durchweg ist dem Film sogleich anzusehen, wie er ausgeht, wer belohnt, bestraft, vergessen wird, und vollends in der leichten Musik kann das präparierte Ohr nach den ersten Takten des Schlagers die Fortsetzung raten und fühlt sich glücklich, wenn es wirklich so eintrifft. An der durchschnittlichen Wortzahl der Short Story ist nicht zu rütteln. Selbst Gags, Effekte und Witze sind kalkuliert wie ihr Gerüst“<sup>46</sup>. So wird auch die ständige Suche nach neuen Effekten und individuellen Eigenarten dem durch starre Invarianzen und fertige Klischees geprägten Produktionsschema industrieller Massenkultur unterworfen und vermehrt nur „die Gewalt des Hergebrachten, der jeder einzelne Effekt entschlüpfen möchte“<sup>47</sup>. So ergibt sich aus dem ausschließlichen Interesse an Verwertung und Profit der Zwang zur ständigen Reproduktion einmal eingespielter Stereotypen, die sich beim Publikum hoher Vertrautheit und Beliebtheit erfreuen.

In diesem Zusammenhang rechtfertigen die Produzenten der Kulturindustrie<sup>48</sup> die stereotype Produktion von Standardgütern gerne mit dem Rekurs auf die mehrheitlichen Bedürfnisse des Massenpublikums (und gestehen bei dieser Gelegenheit auch bereitwillig zu, daß sie aus geschäftlichen Interessen Schund produzieren). Demgegenüber behaupten Horkheimer und Adorno aber einen „Zirkel von Manipulation und rückwirkendem Bewußtsein, in dem die

Einheit des Systems immer dichter zusammenschließt<sup>49</sup>. Indem die Kulturindustrie auf Publikumswünsche in einer bestimmten Weise reagiert, schafft sie zugleich neue und modifizierte Bedürfnisse, die keineswegs unabhängig von ihren Angeboten sind. Das Bewußtsein und die Bedürfnisse des Publikums sind deshalb immer schon von den vorgegebenen Angeboten der Kulturindustrie präformiert. So „wird der Rekurs auf spontane Wünsche des Publikums zur windigen Ausrede“<sup>50</sup>.

Der Zirkel von Bedürfnis und angebotener Erfüllung führt vielmehr dazu, daß sich die Konsumenten in ihrer Bedürfnisstruktur mehrheitlich den immer gleichen Angeboten anpassen und insofern dann nach eben den Produkten der Kulturindustrie fragen, die man ihnen ohnehin unaufhörlich vorsetzt. Horkheimer und Adorno nennen dies „die böse Liebe des Volks zu dem, was man ihm antut“<sup>51</sup>. Mit diesem von der Kulturindustrie erst erzeugten Ineinsfall von Angebot und Bedürfnis kommt „die rücksichtslose Einheit der Kulturindustrie“<sup>52</sup> zu ihrem Höhepunkt.<sup>53</sup>

So ist nach Horkheimer und Adorno „bei allem Fortschritt der Darstellungstechnik, der Regeln und Spezialitäten, bei allem zappelnden Betrieb ... das Brot, mit dem die Kulturindustrie die Menschen speist, der Stein der Stereotypie“<sup>54</sup>.

#### *2.4 Reklame für die Welt: die ideologische Funktion der Kulturindustrie*

In ihrer Gesellschaftstheorie gehen Horkheimer und Adorno davon aus, daß sich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts wesentliche Wandlungen in den modernen westlichen Industriegesellschaften vollzogen haben, die aus dem Niedergang der politischen Herrschaft des liberalen Bürgertums und dem Aufkommen demokratisch oder populistisch organisierter Massengesellschaften resultieren. Die gegenwärtigen Gesellschaften sind nach Horkheimer und Adorno durch die Allgegenwart technologischer Rationalität, durch komplexe Staats- und Wirtschaftsstrukturen, anonyme Verwaltung und das allmähliche Verschwinden des bürgerlichen Individuums gekennzeichnet. Sie sind zu ihrer Aufrechterhaltung aber auf die permanente Loyalität der Massen verwiesen, die ihrerseits ständig in die vorgegebenen gesellschaftlichen Verhältnisse integriert sind und permanenter sozialer Kontrolle unterliegen müssen, um eben diese Massenloyalität nicht aufzukündigen.

Mit dem Konzept der Kulturindustrie bieten Horkheimer und Adorno ein Erklärungsmodell an, um die überraschende Loyalität der Massen in den Ländern des fortgeschrittenen Kapitalismus zu erklären. Ihre Kernthese besagt, daß es durch die industriell erzeugte Massenkultur leichter gelingt, in der Bevölkerung ein breites Einverständnis mit der Gesellschaft zu erzeugen und die Individuen in die herrschende Ordnung sozial zu integrieren. Für Adorno gilt, daß die Individuen in den ihnen permanent abverlangten Verdrängungs- und Sublimierungsleistungen<sup>55</sup> von den Produkten der Massenkultur unterstützt werden, denn „der Druck, unter dem die Menschen leben, ist derart angewachsen, daß sie ihn nicht ertragen, wenn ihnen nicht die prekären Leistungen der Anpas-

sung, die sie einmal vollbracht haben, immer aufs neue vorgemacht und in ihnen selbst wiederholt würden“<sup>56</sup>. Genau darin besteht nach Adorno eine der Hauptfunktionen der Kulturindustrie.

Unter den Bedingungen der arbeitsteiligen Industriegesellschaften „bleibt den Massen nichts als der Zwang, sich zu zerstreuen und zu erholen, als ein Teil der Notwendigkeit, die Arbeitskraft wiederherzustellen, die sie in dem entfremdeten Arbeitsprozeß verausgabten. Das allein ist die ‘Massenbasis’ der Massenkultur. Auf ihr erhebt sich die mächtige Vergnügungsindustrie, die immer neue Bedürfnisse produziert, befriedigt und reproduziert.“<sup>57</sup>

In diesem Sinne liefern die Kulturindustrien den „sozialen Kitt“<sup>58</sup>, der die spätkapitalistischen Gesellschaften zusammenhält. Ihre herrschaftsstabilisierende Funktion hängt an der spezifischen ideologischen Funktion, die das vielgestaltige System der Kulturindustrie in ihrer Gesamtheit ausübt. Horkheimer und Adorno dechiffrieren sie als ‘Verdopplung der Realität’ und ‘Reklame für die Welt’.

#### *2.4.1 Der Anknüpfungspunkt: Das Prinzip des Amusements*

Zunächst weisen Horkheimer und Adorno darauf hin, daß die Kulturindustrie ihre Konsumenten nur erreichen kann, weil diese ein legitimes Interesse an Zerstreuung und Vergnügen haben. Der Zugang der Kulturindustrie zu ihren Konsumenten ist deshalb „nicht durchs blanke Diktat, ... nicht durch simplen Gehorsam“<sup>59</sup> vermittelt, sondern durch das scheinbar harmlose Bedürfnis nach Amusement. Dies ist aber keineswegs problemlos; denn auch das Prinzip der Zerstreuung erfüllt eine bestimmte gesellschaftliche Funktion.

Im Unterschied zum zweckfreien, reinen Amusement, das Horkheimer und Adorno als „das entspannte Sich-Überlassen an bunte Assoziation und glücklichen Unsinn“<sup>60</sup> beschreiben, ist das „gängige Amusement“<sup>61</sup>, das von den Massen gesucht und ihnen von den Kulturindustrien angeboten wird, schon geprägt von den Lebens- und Arbeitsverhältnissen der Menschen. Vergnügen und Zerstreuung „wird von dem gesucht, der dem mechanisierten Arbeitsprozeß ausweichen will, um ihm von neuem gewachsen zu sein“<sup>62</sup>.

Das Bedürfnis nach Ablenkung von den automatisierten und genormten Arbeitsabläufen in Fabrik und Büro führt zur Suche nach einem Vergnügen, das „erstarrt zur Langeweile, weil es, um Vergnügen zu bleiben, nicht wieder Anstrengungen kosten soll und daher streng in den ausgefahrenen Assoziationsgleisen sich bewegt“<sup>63</sup>.

In diesem Sinne schließt das Prinzip des Amusements jede Spur von neuen Anforderungen und unerwarteten Ansprüchen an eigenständiges Denken und subjekthaftes Handeln des Einzelnen tendenziell aus. Dadurch finden die individuellen Anlagen des Einzelnen, die er während der Arbeitszeit nicht entwickeln kann, auch in der Freizeit kaum Entfaltungsmöglichkeiten; denn „dem Arbeitsvorgang in Fabrik und Büro ist auszuweichen nur in der Anglei-

chung an ihn in der Muße. Daran krankt unheilbar alles Amusement“<sup>64</sup>. Dieses Bedürfnis nach leichter Zerstreuung wird von den Produkten der Kulturindustrie befriedigt und permanent reproduziert. Indem die nach starren Invarianzen und fertigen Klischees produzierten Kulturgüter Neues und Unerwartetes nicht zulassen, sondern das Bedürfnis nach Zerstreuung mit den immergleichen Assoziationsmustern und Stereotypen beantworten, verhindern sie eigene und widerstrebende Gedanken ihrer Konsumenten. Ihnen wird kein Raum gelassen, um sich im Denken, Fühlen und Empfinden vom tristen Alltag und den Lebensverhältnissen kritisch abzusetzen und Protest oder Widerspruch zu formulieren.

Indem die Kulturindustrie vorgibt, den Massen Spaß und Vergnugtheit zu liefern und die Arbeiter und Angestellten auf der Suche nach der Flucht aus dem Alltag allzu bereitwillig mitlachen und sich vergnügen, wird das von der Vergnügungsindustrie verordnete Lachen nur allzu häufig „zum Instrument des Betrugs am Glück“<sup>65</sup>. Horkheimer und Adorno verdeutlichen dies u. a. an dem besonders drastischen Beispiel der Comic-Figur Donald Duck: Indem die Trickfilme von Walt Disney zum Lachen über das permanente Ungeschick und die ständigen Niederlagen von Donald Duck animieren wollen, „hämmern sie zugleich die alte Weisheit in alle Hirne, daß die kontinuierliche Abreibung, die Brechung allen individuellen Widerstandes, die Bedingung des Lebens in dieser Gesellschaft ist. Donald Duck in den Cartoons wie die Unglücklichen in der Realität erhalten ihre Prügel, damit die Zuschauer sich an die eigenen gewöhnen“<sup>66</sup>. Indem Zuschauer und Leser Donald Duck in seinen Niederlagen auslachen oder zumindest belächeln, können sie auch ihre eigenen Entzagungen, die ihnen die gesellschaftliche Arbeitsorganisation täglich abverlangt, nicht mehr ernst nehmen. So lässt die Kulturindustrie die Menschen „um keinen Preis zum Ihren kommen, und daran gerade sollen sie lachend ihr Genüge haben“<sup>67</sup>.

Deshalb lässt sich zum Prinzip des Amusements generell sagen, daß es „in der Tat Flucht (ist), aber nicht, wie es behauptet, Flucht vor der schlechten Realität, sondern vor dem letzten Gedanken an Widerstand, den jene noch übrig gelassen hat“<sup>68</sup>.

#### *2.4.2 Verdopplung der Realität und Werbung für die Welt*

Das Bedürfnis nach Amusement bildet den Anknüpfungspunkt, an dem die Produkte der Kulturindustrie auf das Interesse ihres Publikums stoßen. Aber auch unabhängig von den Publikumsbedürfnissen sind die Produkte selbst so beschaffen, daß sie das Einverständnis mit den bestehenden Verhältnissen und die lächelnde Resignation schon aus sich heraus befördern; denn sie bilden eine spezifische Einheit von Versprechen und Betrug.

Weil die Produkte der Kulturindustrie auf Massenerfolg und hohe Umsatzzahlen zielen, nach einem einheitlichen Produktionsschema hergestellt werden und mit gleichbleibenden Klischees arbeiten, um das Publikum mit vertrauten und liebgewonnenen Bildern und Assoziationen zu versorgen, ergibt sich schon aus ökonomischen Gründen das Prinzip, dem Konsumenten „zwar

alle Bedürfnisse als von der Kulturindustrie erfüllbare vorzustellen, auf der anderen Seite aber diese Bedürfnisse vorweg so einzurichten, daß er in ihnen sich selbst nur noch als ewigen Konsumenten, als Objekt der Kulturindustrie erfährt<sup>69</sup>. Das Profitinteresse korrespondiert dabei mit einer sachlichen Eigenart der industriellen Kulturgüter. Denn obwohl diese Produkte den Konsumenten stets eine Flucht aus dem rauen Alltag versprechen, bieten sie ihnen „als Paradies denselben Alltag wieder an“<sup>70</sup>.

Dies lässt sich z. B. im Bereich von Film und Fernsehen anschaulich verdeutlichen. Hier behandeln die Produkte der Kulturindustrie, z. B. die sehr erfolgreichen Familienserien, die häufig den Alltag einer ‘typischen Nachbarsfamilie’ zum Thema haben, immer wieder scheinbar realistisch und unprätentiös die normale Alltagswelt ihrer Zuschauer und bieten ihnen damit das vertraute Umfeld ihrer eigenen Lebensbezüge. Während die autonomen Kunstwerke in transzendierender Utopie und immanenter Negation das Bestehende bewußt sprengen wollen, verdoppelt die Kulturindustrie damit bloß die gegebene Wirklichkeit.

Dieses „Prinzip des Pseudorealismus“<sup>71</sup>, das die Produktionen von Film und Fernsehen zusehends ausmacht, enthält aber auch dort noch subtile ideologische Funktionen, wo von manifesten pädagogischen oder moralischen Botschaften der Filme bzw. der Fernsehspiele keine Rede mehr sein kann.

Dies sei exemplarisch an einem Beispiel erläutert, das sich in einem Aufsatz Adornos über amerikanische Fernsehspiele findet:

In einer kleinen Fernsehposse wird die Geschichte einer jungen Lehrerin erzählt, der es ständig an Geld mangelt. Sie leidet Hunger und versucht mit verschiedenen Tricks und kleinen Listen, sich von Freunden und Bekannten zum Essen einladen zu lassen. Dabei beschwört die Heldin manch peinliche Situation herauf, bewahrt aber trotz allem „so fröhlichen Mut und soviel geistige Überlegenheit, daß ihre glücklichen Eigenschaften als Entschädigung für ihr armeliges Los erscheinen“<sup>72</sup>. Der Witz und die Situationskomik, die aus ihren Tricks und Listen entstehen, bilden den eigentlichen Inhalt dieser Fernsehposse. Sie intendiert also keine moralischen Botschaften. Sie will keine Idee verkaufen, sondern nur realistisch und wertneutral eine Geschichte aus dem alltäglichen Leben erzählen. Dennoch enthält sie nach Adorno eine „verborgene Botschaft“; denn die Fernsehposse ermuntert zur Idenifikation mit der Heldin und gibt so „dem Zuschauer zu verstehen: Wenn du Humor hast, gutmütig bist, rasch-geistig und charmant, brauchst du dich nicht allzu sehr über deinen Hungerlohn aufzuregen; du bleibst doch immer noch, was du bist.“<sup>73</sup> Der Zuschauer ist damit wieder auf seinen eigenen beschwerlichen Alltag, auf sein eingefahrenes Leben zwischen Fabrik, Büro und vorgeplanter Freizeit zurückverwiesen. Seine alltäglichen Lebensverhältnisse werden nicht problematisiert; immanente Widersprüche oder mögliche Alternativen zum herrschenden gesellschaftlichen Leben der Menschen geraten nicht in den Blick. Indem Probleme und Geschichten aus dem Alltag erzählt werden, drängt sich dieser Alltag dem Zuschauer als scheinbar unüberbietbarer Horizont allen menschlichen Lebens auf. Veränderungen und Problemlösungen sind dabei nur in bescheidenen Maßen möglich und nötig; denn die Fernsehspiele erwecken den Eindruck, „als ob für alle diese

Fragen Heilmittel parat wären, als ob die gute Großmutter oder der gütige Onkel nur aus der nächsten Tür herauszutreten brauchten, um eine zerfallene Ehe wieder in Ordnung zu bringen. Hier haben wir sie: die grauenhafte Welt der Leitbilder eines 'heilen Lebens', die erst den Menschen eine falsche Vorstellung geben von dem, was richtiges Leben ist, und die ihnen außerdem die Vorstellung geben, daß Widersprüche, die bis in das Urgestein unserer Gesellschaft hineinreichen, durch Beziehungen von Mensch zu Mensch und dadurch, daß alles nur auf den Menschen ankomme, zu heilen und zu lösen wären"<sup>74</sup>.

Auch solche Fernsehspiele also, die ihre Zuschauer mit harmlosen Geschichten aus dem Alltag nur auf leichte Art unterhalten und amüsieren wollen, transportieren unterschwellige ideologische Botschaften, gegen die man sich nur schwer erwehren kann, weil sie sich als 'message', als Idee nicht zu erkennen geben. So weist Adorno darauf hin, daß die Kulturindustrie unter den Bedingungen des Spätkapitalismus z.B. zunehmend auf die manifeste Propagierung bürgerlicher Tugenden wie Arbeitsfleiß, Leistungsdenken, Sparsamkeit und das daran geknüpfte Versprechen von Wohlstand und Glück verzichtet, weil die Lebensverhältnisse der Menschen immer komplexer und unvorhersehbarer werden und die Erfüllung dieser Versprechungen immer unsicherer wird.<sup>75</sup> Je weniger die Kulturindustrie unter diesen Bedingungen „zu versprechen hat, desto weniger sie das Leben als sinnvoll erklären kann, um so leerer wird notwendig die Ideologie, die sie verbreitet“<sup>76</sup>. Je mehr die Kulturindustrie auf manifeste moralische Botschaften verzichtet und in vager Unverbindlichkeit verharrt, fungiert sie nach Horkheimer und Adorno „als Instrument der Beherrschung. Sie wird zur nachdrücklichen und planvollen Verkündigung dessen, was ist“<sup>77</sup>. Indem die Kulturindustrie getreu die Erscheinungen des Alltags und der gesellschaftlichen Realität reproduziert und die Welt „immer bloß zynisch wiederholt“<sup>78</sup>, beschränkt sie sich darauf, „das schlechte Dasein durch möglichst genaue Darstellung ins Reich der Tatsachen zu erheben. Durch solche Übertragung wird das Dasein selber zum Surrogat von Sinn und Recht“<sup>79</sup>. Die gesellschaftlichen Verhältnisse erscheinen nicht nur als unabänderlich, sondern werden durch die kulturindustrielle Verdopplung des „sturen Daseins“<sup>80</sup>, zu dem es scheinbar keine Alternative mehr gibt, zum letzten Sinn und Grund des Lebens.

Die Kulturindustrie verspricht dem Menschen immerwährend Amusement und Zerstreuung und verweist ihn dabei stets auf die vorgegebene schlechte Realität zurück. „Die Kulturindustrie grinst: Werde, was du bist, und ihre Lüge besteht gerade in der wiederholenden Bestätigung und Verfestigung des bloßen Soseins, dessen, wozu der Weltlauf die Menschen gemacht hat.“<sup>81</sup> Sie verheißt jedem ein bescheidenes falsches Glück, der sich ihr überlässt aber „die Ersatzbefriedigung, die die Kulturindustrie den Menschen bereitet, indem sie das Wohlgefühl erweckt, die Welt sei in eben der Ordnung, die sie ihnen suggerieren will, betrügt sie um das Glück, das sie ihnen vorschwindelt“<sup>82</sup>.

Indem die Produkte der Kulturindustrie das bloße Dasein nur distanzlos verdoppeln, propagieren sie unbewußt die herrschenden Ordnungsbegriffe, denn diese „werden unbefragt, unanalysiert, undialektisch unterstellt. ... Der kategorische Imperativ der Kulturindustrie hat, zum Unterschied vom Kantischen, mit der Freiheit nichts mehr gemein. Er lautet: Du sollst dich fügen, ohne

Angabe woren; fügen in das, was ohnehin ist, und in das, was, als Reflex auf dessen Macht und Allgegenwart, alle ohnehin denken“<sup>83</sup>.

Gerade weil es in der Massenkultur immer häufiger keine manifesten Ideologien mehr gibt, „sondern bloß noch die Reklame für die Welt durch deren Verdopplung“<sup>84</sup>, produziert die Kulturindustrie ein allgemeines Einverständnis mit der jeweils herrschenden Ordnung. Diese Ordnung steht nicht mehr unter dem Zwang, sich inhaltlich legitimieren zu müssen, da sie gar nicht mehr mit normativen Geltungsansprüchen auftritt. Die Kulturindustrie wirbt deshalb nicht um die bewußte Zustimmung der Massen, sondern zielt auf bewußtlose Anpassung und schleichen den Verlust des kritischen Denkens. In ihrem Gesamteffekt, der sich nie schlüssig an einzelnen, jeweils eher harmlos erscheinenden Produkten festmachen lässt, ist die Kulturindustrie deshalb antiaufklärerisch: „Sie verhindert die Bildung autonomer, selbständiger, bewußt urteilender und sich entscheidender Individuen.“<sup>85</sup>

### **3. Massenmedien, Massenkultur und ihre Rezipienten. Zm heutigen Stellenwert des Kulturindustrie-Motivs**

Das in den 40er Jahren entstandene Konzept der Kulturindustrie bildet einen integralen Bestandteil von Adornos negativistischer Gesellschaftstheorie. Die verfallstheoretisch orientierte Geschichtsphilosophie des ‘universalen Verblendungszusammenhangs’ war dabei entscheidend durch die Barbarei des Nazi-Deutschlands, durch den „gegenwärtigen Zusammenbruch der bürgerlichen Zivilisation“<sup>86</sup> geprägt und blieb für Adorno zeitlebens von fundamentaler Bedeutung.

Unter den differenzierten Bedingungen des Nachkriegsdeutschlands wird aber gerade auch aus dem Umkreis der Kritischen Theorie massive Kritik an dieser monolithischen Gesellschaftskonzeption geübt. In erster Linie ist hier der Gegenentwurf von J. Habermas zu nennen, der ‘Arbeit’ und ‘Interaktion’ als voneinander unabhängige Grundkonstituenten moderner Gesellschaften ansieht und von daher sprachlich vermittelte und intersubjektiv gestützte Kultur- und Lebensformen ausmacht, die keineswegs willenlos den System- und Funktionsimperativen des ökonomisch-administrativen Bereichs unterworfen sind, so daß die Komplexität gesellschaftlicher Verhältnisse nicht ausschließlich mit dem Rekurs auf die instrumentalisierte Vernunft erklärt werden kann.<sup>87</sup>

Dementsprechend werden heute auch viele rigorose Aussagen des Kulturindustriekonzepts zurückgewiesen und empirisch wie theoretisch revidiert. Im folgenden sollen exemplarisch zwei wichtige Problembereiche, das Phänomen aufklärerischer Massenkultur (3.1) und die vernachlässigte Rezipientenorientierung der Kulturindustrietheorie (3.2), die immer wieder thematisiert werden, näher zur Sprache gebracht werden, um dadurch Perspektiven für eine adäquate Relektüre dieses Konzeptes ‘unter den veränderten Bedingungen der Nachkriegsgesellschaften zu gewinnen.

### *3.1 Das Phänomen aufklärerischer Massenkultur*

Immer wieder wird auch aus der Perspektive 'Kritischer Theorie' darauf hingewiesen, daß man das Phänomen der Massenkultur nicht durch ein vor-schnelles 'kulturpessimistisches' Verdikt gegen Unterhaltung und leichte Kunst desavouieren sollte. So plädiert z.B. R. M. Lepsius<sup>88</sup> für eine stärkere „Gelassenheit gegenüber der Massenkultur“ und warnt die Intellektuellen vor „selbstauferlegter Askese“ und „intellektueller Arroganz“: „Nichts ist langweiliger als Massenkultur in programmatischer Zielbestimmung. Belustigung und Ablenkung, Unsinn und Spiel ohne Zweck, Maradona und Madonna haben ihren Platz und ihren Wert.“<sup>89</sup> Darüber hinaus gibt es heute nach Lepsius in allen Sparten der Kulturindustrie in breitem Maße auch aufklärerische Massenkultur, die gerade von kritischen Theoretikern als Chance begriffen werden sollte, der „Aufklärung in der Massenkultur“<sup>90</sup> zu dienen.

So nennt P. Glotz in seinem kurzen Beitrag zum Kongreß „Die Zukunft der Aufklärung“ eine ganze Bandbreite 'aufklärerischer Massenkultur': „Zum Beispiel Reinhard Hauffs Film 'Stammheim', der für hunderttausende von Menschen verständlich macht, wie aus schwäbischen Pfarrerstöchtern Terroristinnen werden konnten; ... Theaterstücke wie die von Franz Xaver Kroetz über das Bauernlegen in Altbayern; Romane, die hunderttausenden von Lesern ein Licht über das Geschäft der Geheimdienste aufstecken, beispielsweise von John Le-Carre ...; und Lieder ... (wie z. B.) Klaus Lages 'Monopoly', das gegen die Arbeitslosigkeit gerichtet ist und trotzdem eine Million mal auf Platten und Bändern verkauft wurde; ... Und wir ... sollten uns immer klar machen, daß Peter Maffay viele tausend Jugendliche des Subproletariats erreicht; und eben nicht mit Schund, mit Lüge und billiger Anpassung an vorgeprägte Bedürfnisse, sondern mit kleinen, gradualistischen Provokationen.“<sup>91</sup>

Auf diesem Hintergrund diagnostiziert R. Erd heute eine „Modernisierung der Kulturindustrie“<sup>92</sup>, denn „seit Ende der sechziger Jahre bis heute anhaltend und sich sogar verstärkend, haben alle Institutionen der Kulturindustrie (Hör-funk, Film, Musik, Magazine, Fernsehen) einen fundamentalen Wandel erfahren, der sich darin reflektiert, daß neben die Standardisierung kultureller Waren, die weiterhin in großem Ausmaß existiert, eine Differenzierung getreten ist, für die die Kulturtheorie der kritischen Theorie keine Begrifflichkeit besitzt“<sup>93</sup>.

In der Tat ist die Kulturindustrietheorie der Frankfurter Schule durch den Antagonismus von hoher avantgardistischer Kunst und niederer, industriell erzeugter Massenkultur gekennzeichnet und läßt innerhalb dieses kategorialen Rahmens keinen Platz für eine 'dazwischenliegende' Form von Unterhaltungskultur.

Die von P. Glotz genannten Beispiele 'aufklärerischer Massenkultur', die sehr wohl kommerziell erfolgreich sein können, ohne deshalb schon 'mit Schund, mit Lüge und billiger Anpassung' verbunden zu sein, fallen offensichtlich in eine solche 'Zwischenstufe', die sich noch durch viele weitere Beispiele illustrieren ließe. So ist z. B. nach ästhetischen Gesichtspunkten sehr wohl noch ein qualitativer Unterschied zwischen den Romanen Simmels und der normgetreuen literarischen Standardproduktion von Konsalik – oder gar den allwö-

chentlichen Groschenheften an den Kiosken<sup>94</sup> – auszumachen, auch wenn beide Autoren extrem hohe Verkaufszahlen erreichen und ihre Werke nach formalen und inhaltlichen Kriterien gleichermaßen als „kulturindustrielle Massenprodukte“ qualifiziert werden können; auch in der gängigen Pop- und Rockmusik legen sich solche graduellen Differenzierungen, etwa zwischen Bruce Springsteen und Jason Donavan, nahe; ähnliches gilt auch für Dauerfamilienserien im Fernsehen, für bestimmte Kino-Genres etc.

Will man also solchen, keineswegs autonom-avantgardistischen Kulturprodukten gerecht werden, muß man darauf achten, der „manichäistischen Entgegensetzung der einsamen Geistesklarheit des Intellektuellen einerseits und der Stumpfsinnigkeit des ‘Massenmenschen’ andererseits“<sup>95</sup>, die U. Eco schon 1964 heftig geißelte, zu entgehen.

Dies ist der ‘Kritischen Theorie’, zumindest in ihren frühen Texten, nicht deutlich genug gelungen; denn „sie bleibt... innerhalb der Dichotomie der Kultur, indem sie zum einen esoterischer Kunst sich zuwendet, zum anderen der Kritik der Kulturindustrie, sich jedoch weigert, als Kunst anzuerkennen, was dazwischen liegt“<sup>96</sup>. Anstatt nach den historischen Ursachen dieser Dichotomie von hoher und niederer Kunst zu fragen und nach Perspektiven ihrer Überwindung zu suchen, „verfestigt (Adorno, HJGK) letztlich die mit der Autonomiesetzung der Kunst vollzogene Trennung“<sup>97</sup> von Kunst und Lebenspraxis, die ihrerseits zu kontraproduktiven Handlungsperspektiven führt. „Tatsächlich befestigt sie eine Rezeptionshaltung, die das Schöne, Wahre und Gute zum Gegenstand des Genusses, des Selbstgenusses innerlicher Erhebung macht und den Autor zum fernen Geisteshelden stilisiert: Auseinandersetzung, historisches Bewußtsein, kritisches Urteil sind hier nicht mehr vorgesehen.“<sup>98</sup> Konsequenz eines solchen ‘autonomieästhetischen’<sup>99</sup> Kunstverständnisses ist eine elitär-aristokratisch angelegte Orientierung an avantgardistischen Kunstwerken für die happy few, die für die Perspektive einer ‘aufklärerischen Massenkultur’ keine Entfaltungsmöglichkeiten erkennen kann.<sup>100</sup>

Dies hängt auch damit zusammen, daß sich Horkheimer und Adorno weitgehend am fröhliglich-liberalen Ideal des ökonomisch unabhängigen und politisch mitbestimmenden Eigentümers und Unternehmers orientierten. Und mit dem historischen Untergang des liberalen Unternehmertyps<sup>101</sup> vermochten sie keine Möglichkeiten zu einem Wiedererstarken von Subjektivität und Individualität, die diesmal nicht nur einer kleinen sozialen Schicht, sondern der gesamten Gesellschaft zugute kommen müßten, mehr auszumachen.

Neben den erwähnten inhaltlichen Qualitätsunterschieden sind heute aber auch in einer „Phase der Ökonomisierung, Internationalisierung und Privatisierung der Medien, in der die Konzerne mächtiger, die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten schwächer und die mittelständigen Produzenten an den Rand gedrückt werden“<sup>102</sup>, durchaus auch im ökonomischen Bereich erfolgreiche ‘Gegengründungen’ in der Presselandschaft (wie z. B. die alternative ‘taz’ oder zahlreiche autonome Stadtzeitungen) möglich, die sich am Markt behaupten können und keineswegs nach den Produktionsschemata der großen ‘kulturindustriellen’ Verlage arbeiten.

Die ‘moderne Kulturindustrie’ ist heute also wider Erwarten durch eine Vielzahl von Ambivalenzen gekennzeichnet, die in einer adäquaten Kulturindustrietheorie in angemessener Weise berücksichtigt werden müssen.

Hier ist auch zu berücksichtigen, daß sich die Produzenten der Kulturindustrie keineswegs auf eine starre und immergleiche Angebotspalette festgelegt haben, sondern sehr aufmerksam neue (sub-)kulturelle Entwicklungen und Tendenzen des sog. ‘Zeitgeistes’ oder des ‘Trends’ beobachten und sich mit ihren Produkten schnell und flexibel auf die jeweils ‘angesagten’ Themen und Inhalte einzustellen vermögen. Dies erklärt gleichermaßen die gelegentliche Aufnahme kritischer oder gar nonkonformistischer Elemente in die Produkte der Kulturindustrie als auch die scheinbar unüberwindliche Allgegenwart kulturindustrieller Angebote mit ihrer Tendenz, „das Bewußtsein des Publikums von allen Seiten zu umstellen und einzufangen“<sup>103</sup>.

Eine heutige Relektüre des Kulturindustrie-Konzepts müßte sich mithin neben der massenindustriell erzeugten Standardware auch dem Gegenstandsbereich aufklärerischer Massenkultur systematisch annähern. Anstatt Auswege aus dem ‘universalen Verblendungszusammenhang’ einzig in esoterischen Kunstwerken zu suchen, müßte empirisch und theoretisch näher untersucht werden, wie sich die Rezeption von ‘Massenkultur’ durch das ‘Massenpublikum’ vollzieht und inwiefern sich hier evtl. affirmative und emanzipatorische Potentiale, Flucht- und Träumereimotive, aber evtl. auch Protest- und Widerstandselemente miteinander verbinden.

Eine Thematisierung ‘aufklärerischer Massenkultur’, die zusammen mit der ‘affirmativen Massenkultur’ nach wie vor einen dauerhaften und weit ausgreifenden Publikumserfolg verzeichnen kann, könnte helfen, sich von einer ‘autonomieästhetisch’ verengten Kunstauffassung zu lösen und so überhaupt erst die Legitimität und Berechtigung von leichter, anspruchsloser Unterhaltung unvoreingenommen zuzugestehen.

Dies würde ferner ermöglichen, die abwertende Redeweise von den ‘Massen’ aufzubrechen und die einzelnen Konsumenten von Massenkultur als eigenständige Individuen wahrzunehmen und ihre spezifischen Rezeptionsformen zu untersuchen; denn die moderne Medienwirkungsforschung hat längst aufgewiesen, daß die pauschale Vorstellung von den passiv-intentionslosen Opfern der Kulturindustrie empirisch nicht gedeckt ist.

### *3.2 Manipulation und Resistenz. Die vernachlässigte Rezipientenorientierung*

Neben dem elitär-avantgardistischen Grundzug des Kulturindustriekonzepts werden vor allem die monolithischen Aussagen zum Manipulationscharakter der Kulturindustrie kritisiert; denn die kulturindustriellen Standardwaren richten nach Adorno einen perfekten Manipulationszusammenhang auf, der vom Rezipienten nicht selbst durchbrochen werden kann.

In diesem Zusammenhang kommt gerade dem Fernsehen eine Schlüsselrolle zu. Obwohl das neue Medium Fernsehen, das gerade erst erfunden wurde, in den frühen Arbeiten zur Kulturindustrie naturgemäß noch keine große Rolle spielt, prognostiziert Adorno dem Fernsehen schon in der 'Dialektik der Aufklärung' eine rasante Erfolgsgeschichte<sup>104</sup>. Für ihn eröffnen gerade die technischen Möglichkeiten des Fernsehens einen neuen Höhepunkt im Prozeß der zunehmenden Vereinheitlichung der Kulturindustrie. In der perfekten Übereinstimmung von Wort, Bild und Musik bietet das Fernsehen eine Synthese von Radio und Film, „weil die sinnlichen Elemente, die einspruchslos allesamt die Oberfläche der gesellschaftlichen Realität protokollieren, dem Prinzip nach im gleichen technischen Arbeitsgang produziert werden und dessen Einheit als ihren eigentlichen Gehalt ausdrücken“<sup>105</sup>.

Adorno erkannte im Fernsehen den (vorläufigen) Höhepunkt in der allgemeinen Tendenz der Kulturindustrie, „das Bewußtsein des Publikums von allen Seiten zu umstellen und einzufangen ... Dem Ziel, die gesamte sinnliche Welt in einem alle Organe erreichenden Abbild noch einmal zu haben, dem traumlosen Traum, nähert man sich durchs Fernsehen...“<sup>106</sup>.

A. Honneth wirft Adorno deshalb einen „manipulationstheoretischen Kurzschluß“<sup>107</sup> vor, weil er den Menschen nur als „passiv-reflexionslosen Konsumenten“ wahrnimmt, der, „durch das räumliche und zeitliche Vordrängen der Medienwelt in den privaten Alltag distanzlos gemacht, durch den sensorischen Reichtum der medialen Wirklichkeit realitätsblind geworden, ohnmächtig den über die Kanäle der Massenmedien einwirkenden Informationsflüssen“<sup>108</sup> ausgeliefert ist.

Demgegenüber weist u. a. H. Dubiel darauf hin, „daß es z. B. große gesellschaftliche Subkulturen gibt, die durch die etablierten Medienbotschaften überhaupt nicht mehr erreicht werden, daß aber auch der durchschnittliche Normalbürger mit einem höheren Maße an Resistenzfähigkeit und Kritikbereitschaft gegenüber öffentlicher Manipulation ausgestattet ist, als es in der kritischen Theorie der Massenkultur ... je angenommen wurde.“<sup>109</sup>

In Unterschied zu Honneths und Dubiels Bewertungsperspektive, in der die Rezipienten von Massenkultur im Mittelpunkt stehen, waren Adornos Untersuchungen zur Wirkungsweise des Fernsehens immer stimulusorientiert. Stets standen die formalen und inhaltlichen Botschaften des Mediums im Mittelpunkt seines Interesses. Den Fragen einer rezipientenorientierten Medienwirkungsforschung stand Adorno dabei zeitlebens aus berechtigten methodologischen Motiven sehr skeptisch gegenüber.<sup>110</sup>

Die stimulusorientierte Hermeneutik Adornos und Horkheimers führt freilich zu der ungeprüften Unterstellung, daß die inhaltlichen Botschaften des Fernsehens von allen Rezipienten ungebrochen und unterschiedslos aufgenommen würden, so daß diesem Medium insgesamt eine ungeheure Wirkungskraft zu attestieren wäre.

In der neueren Medienwirkungsforschung<sup>111</sup> hat sich aber die Tendenz durchgesetzt, den Einfluß massenmedialer Botschaften auf ihre Rezipienten

bzw. Rezipientengruppen nicht zu überschätzen oder gar zu dämonisieren. Obwohl Fernsehangebote nach wie vor in hohem Maße konsumiert werden, haben sie – ohne die Unterstützung einflußreicher Personen oder Personengruppen und ohne das Vorhandensein entsprechender psychischer oder emotiver Dispositionen – oft nur einen geringen Einfluß auf Einstellungen und Verhaltensweisen ihrer Rezipienten<sup>112</sup>, so daß die Zuschauer offensichtlich über Widerstands- und Brechungspotentiale (z.B. eigene lebensweltliche Traditionen, spezifische Rezeptionsformen aufgrund soziokultureller Milieubindungen oder auch allgemeiner schulischer Bildung etc.) verfügen, die sie gegen eine allzu unvermittelte Akzeptanz massenmedialer Botschaften immunisieren.<sup>113</sup>

Weil zumindest in der Frühphase der Adornoschen Arbeiten zur Kulturindustrie eine rezipientenorientierte Fragestellung unterrepräsentiert war – während Löwenthal und Benjamin (letzterer vor allem in Anlehnung an Brechts Radiotheorie) von Anfang an rezeptionsorientiert argumentierten und in den modernen Massenmedien sogar ‘emanzipatorische Potentiale’ erkannten, mit denen volkspädagogisch gearbeitet werden könnte, wollte Adorno aufgrund seiner inhaltsanalytischen Betrachtungsweise stets „vor den Medien warnen“<sup>114</sup> –, konnte auch die Frage nach den Ursachen des Erfolgs populärkultureller Produkte nie richtig thematisiert werden.

Dementsprechend blieb auch eine latente Ambivalenz, die den Produkten der Kulturindustrie offensichtlich zugrundeliegt und ihre permanente Faszinationskraft erklären könnte, für Adorno lange Zeit unentdeckt. F. Jameson formuliert in diesem Zusammenhang die These, „daß die Werke der Massenkultur, auch wenn sie der Legitimation der bestehenden – oder einer schlechteren – Ordnung dienen, die ihnen zugesetzte Arbeit nicht leisten können, wenn sie nicht dabei die tiefsten und fundamentalsten Hoffnungen und Phantasien der Kollektivität ableiten, denen sie daher, in Welch verzerrter Art auch immer, ihre Stimme leihen müssen“<sup>115</sup>. Er geht davon aus, „daß die Werke der Massenkultur nicht ideologisch sein können, ohne zugleich implizit oder explizit auch utopisch zu sein: sie können nicht manipulieren, wenn sie nicht einen echten Inhaltsrest – quasi als Bestechung der Phantasie – dem Publikum anbieten, das gerade manipuliert werden soll.“<sup>116</sup>

Die Faszinationskraft und der Erfolg populärkultureller Produkte hingen dann damit zusammen, daß sie in fragmentarischen, verzerrten und wie auch immer manipulierten Restbeständen immer noch ein utopisches und transzenderndes Potential enthalten, während für Horkheimer und Adorno solche Potentiale nur noch in den avancierten Werken avantgardistischer Kunst transportiert werden.<sup>117</sup>

Wie dem auch sei: Auf dem Hintergrund der Vermutungen über mögliche latente utopische Inhalte der Massenkultur wäre prinzipiell ein neuer Umgang mit den Produkten der Kulturindustrie eröffnet, der Adornos Perspektive, „die durch die Vernachlässigung der utopischen Komponente der Massenkultur bei einer leeren Verdammung ihrer manipulatorischen Funktion und ihres degradierten Status stehenbleibt“<sup>118</sup>, überwinden könnte.

Freilich wäre an dieser Stelle zu klären, ob die von der Kulturindustrie aufgegriffenen und zugleich von ihr verzerrten Sehnsüchte und Hoffnungen der Menschen, die Jameson als utopische Potentiale definiert, tatsächlich eine gesellschaftsverändernde und die gegebene Realität transzendernde Stoßkraft entwickeln oder ob es sich bei ihnen primär nicht doch nur um romantisierende Weltfluchten, Schwärmereien und naive Identifizierungen mit Stars und Helden handelt, also um ein letztlich regressiv angelegtes Interesse der Menschen, sich von der Auseinandersetzung mit den realen Herausforderungen ihres Lebens durch Flucht in die Fiktion zu dispensieren.

Allelal müßte mit einer solcher Fragestellung aber verstärkt rezipientenorientiert geforscht und gearbeitet werden, um genauere Kenntnisse über die vor- und unbewußten Umgangsformen von Rezipienten mit kulturindustriellen Produkten zu erlangen<sup>119</sup>. Eine primär stimulusorientierte Forschungspraxis, in der die verschiedenen Rezipienten und Rezipientengruppen nur allzu schnell zur einheitlichen, differenzlosen 'Masse' nivelliert werden, gerät hier an ihr Ende.

Auch wenn Adorno zeitlebens stimulusorientiert arbeitete, finden sich in seinen späteren Schriften gerade im Bereich seiner rigorosen Manipulationstheorie doch einige wichtige Modifizierungen, die hier noch kurz angesprochen werden sollen, weil in ihnen die Möglichkeit einer stärkeren Rezipientenorientierung bereits anklingt.

Seine frühen Arbeiten kreisen um den 'Zirkel von Manipulation und rückwirkendem Bewußtsein'. Aus ihm ergab sich für die Frage nach den Auswirkungen des Fernsehkonsums für die Zuschauer die Vermutung, daß „das Fernsehen sie nochmals zu dem (macht), was sie ohnehin sind, nur noch mehr so, als sie es ohnehin sind“<sup>120</sup>. Nach seinen eigenen Worten neigte Adorno in dieser frühen Phase noch zu der Ansicht, „die Kulturindustrie beherrsche und kontrolliere tatsächlich und durchaus das Bewußtsein und Unbewußtsein derer, an die sie sich richtet ...“<sup>121</sup>. Angesichts späterer Forschungsergebnisse hat er seine Manipulationstheorie jedoch weitgehend modifiziert:

In einer 1952/1953 im Auftrag der Hacker-Foundation durchgeföhrten Fernsehstudie untersuchte Adorno die Manuskripte von 34 amerikanischen Fernsehspielen<sup>122</sup> und kam zu dem überraschenden Ergebnis, daß in diesen Fernsehfilmen jeweils verschiedene, übereinanderliegende Verhaltensmodelle gleichzeitig transportiert werden. Adorno umschreibt die Ergebnisse dieser Studie an anderer Stelle mit folgenden Worten: „Die offiziellen Modelle sind überlagert von inoffiziellen, welche für die Attraktion sorgen und, der Absicht nach, von den offiziellen außer Kurs gesetzt werden. Um die Kunden zu fangen, ihnen Ersatzbefriedigungen zu beschaffen, muß die inoffizielle, wenn man will, heterodoxe Ideologie vielfach breiter und saftiger ausgemalt werden, als dem fabula docet bekömmlich ist; die illustrierten Zeitungen liefern dafür allwöchentlich das Beispiel ... Während die Intention immerzu gegen den Playboy, die dolce vita und die wild parties geht, wird doch die Gelegenheit, sie zu erblicken, vermutlich mehr genossen als das eilfertige Verdikt.“<sup>123</sup>

Sind also die amerikanischen Fernsehspiele ähnlich wie die illustrierten Zeitungen durch mehrschichtige Verhaltensmodelle, Anregungen und Botschaften geprägt, „so impliziert das, die offiziellen, intendierten Modelle, die von der Industrie gelieferte Ideologie, müssten keineswegs automatisch das sein, was in die Zuschauer eindringt“<sup>124</sup>.

Neben dieser Fernsehundersuchung erwähnt Adorno beiläufig auch eine Studie im Frankfurter Institut für Sozialforschung aus den frühen 60er Jahren, in der die Reaktion der Bevölkerung auf die von den Massenmedien groß ausgebretete Hochzeit der niederländischen Prinzessin Beatrix mit dem deutschen Jungdiplomaten Claus von Amsberg beobachtet und mit standardisierten Interviews untersucht wurde. „Da die Art der Präsentation ebenso wie die Artikel, die man über das Ereignis schrieb, ihm ungewöhnliche Wichtigkeit beimaßen, erwarteten wir, daß es auch Zuschauer und Leser ebenso wichtig nähmen. Wir glaubten insbesondere, daß die heute bezeichnende Ideologie der Personalisierung wirksam werde, die darin besteht, daß man, offenbar als Kompensation der Funktionalisierung der Wirklichkeit, Einzelpersonen und private Beziehungen gegenüber dem gesellschaftlich tatsächlich Maßgebenden maßlos überschätzt.“<sup>125</sup> Überraschenderweise haben sich diese Erwartungen nicht bestätigt. Vielmehr zeichneten sich „Symptome eines gedoppelten Bewußtseins“ ab, denn „einerseits wurde das Ergebnis genossen als ein Jetzt und Hier, wie es das Leben den Menschen sonst vorenthält“<sup>126</sup>. Andererseits „zeigte sich, daß viele ... plötzlich sich ganz realistisch verhielten und die politische und gesellschaftliche Wichtigkeit desselben Ereignisses, das sie in seiner wohlpublizierten Einmaligkeit atemlos am Fernsehschirm bestaunt hatten, kritisch einschätzten“<sup>127</sup>.

Adorno zieht daraus die neuartige Konsequenz, daß die Produkte der Kulturindustrie „zwar konsumiert und akzeptiert (werden), aber mit einer Art von Vorbehalt ... Die realen Interessen der Einzelnen sind immer noch stark genug, um, in Grenzen, der totalen Erfassung zu widerstehen.“<sup>128</sup>

So gibt es also nach dem ‘späten’ Adorno für das Individuum auch in einem scheinbar lückenlos-totalen Verblendungszusammenhang doch noch „eine Chance von Mündigkeit“<sup>129</sup>.

Adorno kommt also in seinen späteren Arbeiten keineswegs zu einer resignativ-pessimistischen Totalnegation des Mediums Fernsehen. Er plädiert vielmehr immer häufiger dafür, daß einerseits „eine Reihe von kritischen und selbständigen und vielleicht sogar oppositionellen Menschen an der Gestaltung der Programme mitwirken“<sup>130</sup> und andererseits verstärkt medienpädagogische Konzepte erarbeitet werden, um die Fähigkeiten der Zuschauer zu einem kritischen Umgang mit dem neuen Medium zu erhöhen.<sup>131</sup>

#### 4. Ausblick

Die von Horkheimer und Adorno entwickelte Kulturindustrie-Theorie der 40er Jahre kann nicht einfach auf die komplexen Verhältnisse der modernen Nachkriegsgesellschaften übertragen werden. Die gesellschaftstheoretischen Prämissen der ‘Dialektik der Aufklärung’ waren entscheidend durch die erschütternde Erfahrung des ‘gegenwärtigen Zusammenbruchs der bürgerlichen Zivil-

sation', durch die 'neue Art von Barbarei' geprägt, die ihren Autoren im nationalsozialistischen Deutschland vor Augen stand.

Indem Horkheimer und Adorno menschliche Rationalität nur als 'instrumentelle Vernunft', als technisches Verfügungswissen über Naturgegenstände gelten ließen, erschien ihnen die Geschichte nur als Prozeß der gesellschaftlichen Naturbeherrschung und die gesellschaftlichen Verhältnisse ('verwaltete Welt', 'Verblendungszusammenhang') ausschließlich als total integrierter Herrschaftszusammenhang, „der keine eigensinnigen, von der kapitalistischen Profitlogik relativ unabhängigen sozialen Prozesse kennt“<sup>132</sup>.

J. Habermas, A. Honneth u. a. werfen der 'Dialektik der Aufklärung' deshalb aus der Sicht der heutigen Nachkriegsgesellschaften eine reduktionistische Gesellschaftskonzeption vor, in der sozio-kulturelle Institutionen (Familie, Erziehungssystem, Massenmedien, die 'kulturelle Sphäre' etc.) ausschließlich den Prozessen gesellschaftlicher Integration und sozialer Kontrolle dienen. Gernade die Kulturindustrie erschien dabei als allgegenwärtiger „Mechanismus der Transformation von Systemimperativen in individuelle Verhaltensdispositionen“<sup>133</sup>. Unterschlägen werden dabei jedoch diejenigen gesellschaftlichen Dimensionen und Prozesse, in denen sich „moralische Überzeugungen und normative Orientierungen eigenständig bilden“<sup>134</sup> können, ohne von systemischen Herrschafts imperativen vollständig überlagert zu werden.

Dabei rekurren J. Habermas, A. Honneth u. a. vor allem auf kreative Tendenzen, Prozesse und Entwicklungen im Bereich der 'Freizeit', die durch ein sich abzeichnendes Ende der tayloristisch organisierten und sämtliche Gesellschaftsmitglieder einbeziehenden Arbeitsgesellschaft und durch zunehmende Individualisierungs- und Pluralisierungsschübe in den modernen Gesellschaften unterstützt werden. Diese Entwicklungen waren für Horkheimer und Adorno in den 40er Jahren nicht absehbar.

Für J. Habermas sind moderne Gesellschaften durch ein dialektisches Spannungsverhältnis von Arbeit und Interaktion gekennzeichnet, in dem systemische Herrschaftsformen auf vorgängige Ebenen sprachlicher Verständigung, normativer Weltorientierung und eigensinniger sozialer Alltagspraxis in kulturellen Milieus und Lebenswelten stoßen.<sup>135</sup> Hier ist der Ort für sozial vermittelte Willensbildungs- und Legitimationsprozesse (oder eben auch für Prozesse eines gesellschaftlichen Legitimationsentzugs!), die sich im Medium politischer Öffentlichkeit und gesellschaftlicher Kommunikation ereignen und nicht einfach hin funktional durch ein machtgesteuertes administratives System produziert werden können.<sup>136</sup> Zur Aufrechterhaltung ihrer Stabilität sind moderne Gesellschaften mithin nicht nur auf Herrschaft und Administration 'von oben', sondern konstitutiv auch auf Konsens und Legitimierung 'von unten' angewiesen.

In diesem Rahmen bieten sich Ansatzpunkte, um der konstatierten Ambivalenz der Kulturindustrie in den Gegenwartsgesellschaften gerecht zu werden. Wenn sich neben den nach wie vor massenhaft verbreiteten Produkten einer 'affirmativen Kulturindustrie', die die Menschen mit Schund, Lüge und billiger Anpassung abspeisen, auch die Produkte einer 'aufklärerischen Massenkultur' einen festen Platz auf dem Markt der(Massen-)Kulturgüter erobern könnten,

dann ermöglichen einzelne Produkte der Kulturindustrie neben Prozessen manipulativer Vereinnahmung durchaus auch, einen Beitrag „zur Herstellung kritisch räsonierender Öffentlichkeit“<sup>137</sup> zu leisten, in der wichtige Probleme und Entwicklungen der Gegenwart kontrovers und engagiert diskutiert werden können.

Die differenzierte Bewertung der Inhalte der Kulturindustrie korrespondiert mit einer Aufsplitterung des monolithischen Bildes vom ‘Massenpublikum’. Indem die Medienwirkungsforschung verstärkt die Notwendigkeit qualitativer Analysen einzelner Rezipientengruppen betont und die psychischen, familiären, sozio-kulturellen und lebensweltlichen Prädispositionen und die je verschiedenen ‘Voreingenommenheiten’ der Rezipienten gegenüber den Angeboten der Massenkultur aufarbeitet, liefert sie empirische Hinweise auf den von Habermas gesellschaftstheoretisch eingeführten Topoi der ‘kommunikativen Alltagspraxis’ mit seinen spezifischen Resistenzpotentialen, an denen sich die massifizierenden und nivellierenden Tendenzen der Massenkultur brechen.

Dies alles darf freilich nicht zu einer optimistischen ‘Entwarnung’ führen; denn nach wie vor prägen die Produkte der ‘affirmativen Kulturindustrie’ in Zeitschriften, Fernsehen, Kino etc. im wesentlichen Maße das Selbstverständnis und die normativen Grundlagen der Gegenwartsgesellschaften und ihrer Mitglieder; und dies nicht nur im Ursprungsland der Kulturindustrie, in den USA, sondern aufgrund der rasanten Internationalisierung des Mediensystems mittlerweile auch im Senegal, in Bolivien, in Pakistan und auf den Fidschi-Inseln – und in Zukunft sicher auch in den Ländern Osteuropas.

Polemisch angeschärfte Essays wie N. Postmans Bestseller ‘Wir amüsieren uns zu Tode’ legen den Finger an den wunden Punkt: den schleichenden, sanften Tod des Menschen in einer massenmedialen Unterhaltungsindustrie, in der alle Themen nur noch als Unterhaltung präsentiert werden und sich Ereignisse, Informationen, Normen und Ideale zu unverbindlichen und gleich-gültigen, weil jederzeit ein- und ausschaltbaren ‘Medienangeboten’ verdünnen. Am Horizont dieser Entwicklung erwartet uns der von H. M. Enzensberger brilliant beschriebene ‘sekundäre Analphabet’: „Er hat es gut; denn er leidet nicht unter dem Gedächtnisschwund, an dem er leidet; daß er über keinen Eigensinn verfügt, erleichtert ihn; daß er sich auf nichts konzentrieren kann, weiß er zu schätzen; daß er nicht weiß und nicht versteht, was mit ihm geschieht, hält er für einen Vorzug. Er ist mobil. Er ist anpassungsfähig. Er verfügt über ein beträchtliches Durchsetzungsvermögen. Wir brauchen uns also keine Sorgen um ihn zu machen. Zu seinem Wohlbefinden trägt bei, daß der sekundäre Analphabet keine Ahnung davon hat, daß er ein sekundärer Analphabet ist. Er hält sich für wohl informiert, kann Gebrauchsanweisungen, Piktogramme und Schecks entziffern und bewegt sich in einer Umwelt, die ihn hermetisch gegen jede Anfechtung seines Bewußtseins abschottet. Daß er an seiner Umgebung scheitert, ist undenkbar. Sie hat ihn ja hervorgebracht und ausgebildet, um ihren störungsfreien Fortbestand zu garantieren.“<sup>138</sup>

Solange diese Vision einen symptomatischen Wert hat, darf sich die Kulturindustrietheorie trotz ihres ehrwürdigen Alters nicht zur Ruhe legen.

## Anmerkungen:

- 1 Kennzeichnend dafür ist u. a. die Tatsache, daß der repräsentativ angelegte Sonderband 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie (M. Kaase/W. Schulz [Hg.], Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde, Opladen 1989) in seinen über 30 Beiträgen nirgends explizit auf Adornos Kulturindustrie-Theorie zu sprechen kommt. In den umfangreichen Literaturlisten dieses Bandes findet sich nur ein etwas verlorener Hinweis auf die 'Authoritarian personality'-Studie aus dem Jahre 1950 (vgl. S. 181).
- 2 J. Habermas, Interview mit Hans-Peter Krüger, in: ders., Die nachholende Revolution, Frankfurt 1990, 87.
- 3 E. Knödler-Bunte, Editorial Kulturgesellschaft, in: Ästhetik und Kommunikation 18 (1987) 67/68, 21.
- 4 M. Horkheimer/Th. W. Adorno, Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, (Neuausgabe) Frankfurt 1969 u. ö., 128-176. Auch wenn Horkheimer und Adorno stets ihre gemeinsame Urheberschaft betonen, geht der Entwurf zu diesem Kapitel auf Adorno zurück. Der Anteil beider Autoren an der späteren Überarbeitung des Entwurfs wird aber als gleichgewichtig beurteilt.  
Im folgenden beschränke ich mich im wesentlichen auf die Schriften Adornos. Die wichtigen und z. T. kontroversen Beiträge anderer Autoren der Frankfurter Schule zur Massenkultur (L. Löwenthal, W. Benjamin, H. Marcuse) bleiben weitgehend unberücksichtigt; vgl. dazu jetzt die einführenden Referate in Th. Heinze, Medienanalyse. Ansätze zur Kultur- und Gesellschaftskritik, Opladen 1990, bes. 59-116 und – im Hinblick auf Löwenthal – M. Kausch, Kulturindustrie und Populärkultur. Kritische Theorie der Massenmedien, Frankfurt 1988, bes. 109ff.
- 5 Th. W. Adorno, Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens, in: ZfS VII (1938), 321ff. (zit. nach H. Dubiel, Kulturtheorie der Frankfurter Schule, in: H. Brackert/F. Wefelmeyer [Hg.], Kultur. Bestimmungen im 20. Jahrhundert, Frankfurt 1990, 255-275, 265).
- 6 H. Dubiel, Kulturtheorie, 268.
- 7 Ebd., 264.
- 8 M. Horkheimer/Th. W. Adorno, Dialektik der Aufklärung (im folgenden: DA; da die verschiedenen Ausgaben der DA nicht seitenidentisch sind, wird der Text hier nach der [textkritisch erweiterten] Fassung in den Gesammelten Schriften Max Horkheimers, Bd. 5, Frankfurt 1987 [hg. v. G. Schmidt Noerré] zitiert, 195f.; diese Schlussspassage aus dem Kulturindustriekapitel der 'Dialektik der Aufklärung' bringt gut zum Ausdruck, in welchem Ausmaß die Mechanismen der Kulturindustrie unter dem Mantel scheinbarer Harmlosigkeit nach Horkheimer und Adorno eine höchst gefährliche antiaufklärerische Stoßrichtung entwickeln).
- 9 DA, 16.
- 10 Ebd.
- 11 Ebd., 18.
- 12 Ebd., 78.
- 13 Vgl. dazu das Odysseus-Kapitel der „Dialektik der Aufklärung“ (ebd., 67-103).
- 14 Für Horkheimer und Adorno wurde „Vernunft selbst zum bloßen Hilfsmittel der allumfassenden Wirtschaftsapparatur ... Sie dient als allgemeines Werkzeug, das zur Verfertigung aller anderen Werkzeuge taugt, starr zweckgerichtet, verhängnisvoll wie das genau berechnete Hantieren in der materiellen Produktion, dessen Resultat für die Menschen jeder Berechnung sich entzieht.“ (ebd., 53).
- 15 Ebd., 65.
- 16 „Die Absurdität des Zustandes, in dem die Gewalt des Systems über die Menschen mit jedem Schritt wächst, der sie aus der Gewalt der Natur herausführt, denunziert die Vernunft der vernünftigen Gesellschaft als obsolet.“ (ebd., 62).
- 17 Der Terminus der „verwalten Welt“ steht im Zentrum der Adornoschen Gesellschaftstheorie und wird von ihm gleichermaßen auf das nationalsozialistische Deutschland, die stalinistischen Länder des Ostens und auf die spätkapitalistischen westlichen Massengesellschaften der Nachkriegszeit bezogen.

- 18 Auf die Probleme um Adornos Ästhetik kann und braucht hier nicht eingegangen zu werden. Nur beispielhaft sei verwiesen auf Adornos Wertschätzung der atonalen Musik der Schönberg-Schule, deren Bedeutung er schon in seinen frühen musiksoziologischen Schriften immer wieder betont und die er der populären Musik Amerikas mit ihren Verflachungstendenzen (insbesondere dem sog. 'Jazz') vehement entgegensezтtzt. Schon hier prägte er mit den Stichworten „Standardisierung“ und „Pseudoidividualität“ zentrale Kategorien seiner Kulturindustrietheorie.
- 19 R. Wiggershaus, Theodor W. Adorno, München 1987, 113.
- 20 Adorno spricht mit einem Ausdrucks Stendhals vom 'promesse du bonheur' der Kunst (vgl. dazu: ebd., 112 ff.).
- 21 H. Dubiel, Die Aufhebung des Überbaus. Zur Interpretation der Kultur in der Kritischen Theorie, in: W. Bonß/A. Honneth (Hg.), Sozialforschung als Kritik, Frankfurt 1982, 456-481, 479.
- 22 Ebd., 477.
- 23 DA, 160.
- 24 Th. W. Adorno, Résumé über Kulturindustrie (Rundfunkvortrag vom 28.03. und 04.04.1963), in: ders., Ohne Leitbild. Parva Aesthetica, Frankfurt 1987, 60-70, 61 (im folgenden: Resümee).
- 25 DA, 157.
- 26 Resümee, 61.
- 27 Ebd., 62.
- 28 Ebd., 61.
- 29 Ebd., 60.
- 30 Ebd., 63.
- 31 DA, 159.
- 32 Ebd.
- 33 Ebd.
- 34 Th. W. Adorno, Kultur und Verwaltung, in: ders., Gesammelte Schriften, Bd. 8 (hg. v. R. Tiedemann), Frankfurt 1972, 122-146, 131.
- 35 Ebd., 132.
- 36 DA, 161.
- 37 Ebd., 144.
- 38 Ebd., 147.
- 39 Ebd.
- 40 Th. W. Adorno, Prolog zum Fernsehen (1953), in: ders., Eingriffe. Neun kritische Modelle, Frankfurt 1988, 69-80, 69f.
- 41 DA, 148.
- 42 Ebd., 151.
- 43 Ebd., 152.
- 44 Ebd., 149.
- 45 An anderer Stelle weist Adorno ausdrücklich darauf hin, daß der „Ausdruck Industrie .. dabei nicht wörtlich zu nehmen“ (Resümee, 62) ist. Der Begriff der Kulturindustrie behauptet primär nicht die industrielle Massenproduktion von identischen Kulturwaren, denen Adorno ja durchaus eine eigene Individualität zuspricht. Als industriell bezeichnet er vielmehr die hier angesprochene Standardisierung der Produktionsformen, z. B. das stets gleiche Aufbauschema, die gleichen Stereotypen, die technischen Möglichkeiten der Reproduktion und die planvoll organisierte Verbreitung und Vermarktung von Film- und Radioproduktionen.
- 46 DA, 149f.
- 47 Ebd., 152.
- 48 Auf die Frage nach den Konzernen der Kulturindustrie und den Interessen ihrer Besitzer ist hier nicht näher einzugehen. Bei Horkheimer und Adorno finden sich nur beiläufige Hinweise auf private Kulturmonopole und deren Abhängigkeit von den „mächtigsten Sektoren der Industrie, Stahl, Petroleum, Elektrizität, Chemie“ (DA 147), die nicht weiter entfaltet werden und in der heutigen Situation so nicht mehr zutreffen. Auch die sporadische Rede von den „Gewaltigen der Kulturagenturen“ (ebd.,

159) und den „dunklen Absichten der Generaldirektoren“ (ebd., 147) darf nicht überschätzt werden (etwa dergestalt, das Kulturindustriekonzept als Verschwörungstheorie amerikanischer Kapitalistenkreise zu lesen). Das Konzept der Kulturindustrie fragt primär nicht nach wirtschaftlichen oder politischen Entwicklungen der ‚kulturproduzierenden‘ Industrien, sondern nach den Formen und ideologischen Funktionen der Produkte der Massenkultur; denn die Ideologien, die von den Produkten der Kulturindustrie transportiert werden, haben sich von ihren sozialen Trägern längst emanzipiert und wirken eigenständig. Deswegen haben Horkheimer und Adorno immer vor Personalisierung und falscher Schuldzuweisung gewarnt.

49 Ebd., 145.

50 Ebd., 146.

51 Ebd., 158.

52 Ebd., 147.

53 Adorno verdeutlicht dies in einer seiner ‚schwärzesten‘ Passagen aus den „*Minima Moralia*“ am Beispiel der Kinofilme Hollywoods: „Dem Film ist die Verwandlung der Subjekte in gesellschaftliche Funktionen so differenzlos gelungen, daß die ganz Erfaßten, keines Konflikts mehr eingedenk, die eigene Entmenschlichung als Menschliches, als Glück der Wärme genießen. Der totale Zusammenhang der Kulturindustrie, der nichts ausläßt, ist eins mit der totalen gesellschaftlichen Verblendung“ (Th. W. Adorno, *Minima Moralia. Reflexionen aus dem beschädigten Leben*, Frankfurt [55.-58. Tausend] 1985, 275).

54 DA, 175.

55 Zum besseren Verständnis der hohen sozialintegrativen Kraft moderner Gesellschaften haben die Mitglieder des Instituts für Sozialforschung schon in den 30er Jahren auf (vor allem durch E. Fromm vermittelte) sozialpsychologische Erklärungsmuster aus der Freudschen Triebtheorie zurückgegriffen und in ihre Arbeit zur Massenkultur integriert.

56 Th. W. Adorno, Prolog, 70.

57 Th. W. Adorno/H. Eisler, Komposition für den Film, (1974) in: Th. W. Adorno, *Gesammelte Schriften*, Bd. 15 (hg. v. R. Tiedemann), Frankfurt 1976, 11.

58 Dieser Begriff wurde zum erstenmal von A. Gramsci verwendet, ist aber ein Gemeinplatz in den Arbeiten der Frankfurter Schule zur Massenkultur geworden.

59 DA, 161.

60 DA, 168.

61 Ebd.

62 Ebd., 162.

63 Ebd.

64 Ebd.

65 Ebd., 166.

66 Ebd., 164.

67 Ebd., 167.

68 Ebd., 170. „Das Vergnügen befördert die Resignation, die sich in ihm vergessen will.“ (DA 167)

69 Ebd., 167.

70 Ebd.

71 Vgl. Th. W. Adorno, Fernsehen als Ideologie, in: ders., *Eingriffe*, a. a. O., 81-98, 86.

72 Ebd., 84.

73 Ebd.

74 Th. W. Adorno, Fernsehen und Bildung (Gespräch im Hess. Rundfunk, gesendet am 1. Juni 1963), in: ders., *Erziehung zur Mündigkeit*, Frankfurt <sup>12</sup> 1990, 50-69, 59.

75 Nach Horkheimer und Adorno sind in den spätkapitalistischen Massengesellschaften wirtschaftlicher Aufstieg und berufliche Karriere nicht mehr durch Arbeitsdisziplin, Sparsamkeit und Leistungsdenken zu gewährleisten. Bei drohender Massenarbeitslosigkeit und zunehmender Undurchschaubarkeit der wirtschaftlichen Verhältnisse wird ein dauerhafter Arbeitsplatz und ein beruflicher Aufstieg eher als nichtplanbares, zufälliges Glück erfahren. Die konkreten Bedingungen seiner beruflichen Existenz sind vom Einzelnen nur noch selten eigenständig zu steuern. (Vgl. DA, 172f.)

- 76 DA, 173.
- 77 Ebd., 173f.
- 78 Ebd., 174.
- 79 Ebd.
- 80 Ebd.
- 81 Th. W. Adorno, Prolog, 78.
- 82 Resümee, 69.
- 83 Ebd., 67.
- 84 Th. W. Adorno, *Kulturkritik und Gesellschaft*, in: ders., *Gesellschaftstheorie und Kulturkritik*, Frankfurt 1985, 46-65, 64.
- 85 Resümee, 69.
- 86 DA, 16.
- 87 Auf dieser Basis hat A. Honneth die wohl härteste Abrechnung mit Adornos 'reduktionistischer' Theorie vollzogen und ihr die 'endgültige Verdrängung des Sozialen' vorgeworfen (A. Honneth, *Kritik der Macht. Reflexionsstufen einer kritischen Gesellschaftstheorie*, Frankfurt 1986).
- 88 R. M. Lepsius, *Aufklärung, Massenkultur und die Selbstdomestizierung des Menschen*, in: J. Rüsen/E. Lämmert/P. Glotz (Hg.), *Die Zukunft der Aufklärung*, Frankfurt 1988, 233-239.
- 89 Ebd., 233; dies betont u. a. immer wieder U. Eco, der die 'kulturpessimistischen' kritischen Theoretiker (von Th. W. Adorno bis G. Anders) als „Apokalyptiker“ bezeichnet und ihnen einen elitären Kunst- und Kulturbegriff vorwirft, der in einer massiven Ablehnung des 'Massengeschmacks' und der 'Massenunterhaltung' gipfelt (vgl. dazu vor allem U. Eco, *Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur*, Frankfurt 1984, 15-25).  
Mir scheint aber, daß Adorno – wenn auch mit Vorbehalten – diese Position sehr wohl teilen könnte; denn er hat die Berechtigung der leichten Kunst nie grundsätzlich in Frage gestellt.
- 90 R. M. Lepsius, a. a. O., 235.
- 91 P. Glotz, *Über die Vertreibung der Langeweile oder Aufklärung und Massenkultur*, in: J. Rüsen/u. a. (Hg.), a. a. O., 215-220, 215.
- 92 R. Erd, *Kulturgesellschaft oder Kulturindustrie? Anmerkungen zu einer falsch formulierten Alternative*, in: R. Erd/D. Hoß/O. Jacobi/ P. Noller (Hg.), *Kritische Theorie und Kultur*, Frankfurt 1989, 216-235, 227.
- 93 Ebd.
- 94 Das in Millionenauflagen produzierte Genre der Groschenhefte (Liebes-, Arzt-, Detektivromane etc.) ist sicherlich eine der extremsten Formen 'kulturindustrieller' Massenproduktion, in denen allwöchentliche Erscheinungsweise, vorweg festgelegter Umfang, Autorenentlohnung nach Seiten und Zeilen, unverrückbar vorgegebene Handlungsplots und Aufbauschemata etc. ein starres industrielles Produktionsschema vorgeben, das der Kreativität und Ausdrucksfähigkeit der Autoren jede Entfaltungsmöglichkeit raubt.
- 95 U. Eco, *Apokalyptiker und Integrierte*, 23; Hier wäre auf Konzepte zu einer Dreiteilung des Kulturbereichs zurückzugreifen, z. B. auf die bekannte Dreiteilung in high-, middle- und low-brow, die der Amerikaner Dwight MacDonald (*Against the American Fraim*, New York 1962) vorgelegt hat, die aber von falschen klassenspezifischen Konnotationen befreit werden müssen (vgl. dazu U. Eco, ebd., 40ff., bes. 52f.).  
In der Literaturwissenschaft wird eine solche Dreiteilung der Literatur nach Qualitätschichten u. a. von H. F. Foltin und H. D. Zimmermann vorgeschlagen (vgl. dazu die kommentierte Auswahlbibliographie von C. Bender und H. Schwarz-Flettner, in: C. Bürger/P. Bürger/J. Schulte-Sasse (Hg.), *Zur Dichotomisierung von hoher und niederer Literatur*, Frankfurt 1982, 266-283).
- 96 C. Bürger, Einleitung: Die Dichotomie von hoher und niederer Literatur. Eine Problematisierung, in: C. Bürger/P. Bürger/J. Schulte-Sasse (Hg.), *Dichotomisierung*, 9-39, 15.
- 97 Ebd.

- 98 B. Lindner, Die Opfer der Poesie. Zur Konstellation von Aufklärungsroman und Kunstauteonomie am Ende des 18. Jahrhunderts, in: C. Bürger/P. Bürger/J. Schulte-Sasse (Hg.), *Aufklärung und literarische Öffentlichkeit*, Frankfurt 1980, 265-301, 298.
- 99 Das oben zitierte 'Heft für kritische Literaturwissenschaft', das von C. Bürger, P. Bürger und J. Schulte-Sasse herausgegeben worden ist und sich mit der Dichotomie von hoher und niederer Literatur befaßt, bemüht sich um eine historisch-kritische Aufarbeitung dieses Dichotomisierungsprozesses. Die aufklärerische Tradition des Bildungsromans (für den etwa die räsonierenden Romane Voltaires stehen) bot „Anlaß zum kritischen Räsonnement der Öffentlichkeit“ (C. Bürger, Einleitung, 19), z. B. in Salons, Debattierclubs und Lesegesellschaften, und verstand Literatur als aktives Element gesellschaftsverändernder und bewußtseinsbildender Praxis, die auf aufgeklärte Leser zielte, die „zur Kritik geltender Normensysteme und rationaler Lösung gesellschaftlicher Probleme fähig“ (dies., *Das menschliche Elend oder Der Himmel auf Erden? Der Roman zwischen Aufklärung und Kunstauteonomie*, in: dies./P. Bürger/J. Schulte-Sasse [Hg.], *Dichotomisierung*, 172-207, 196) sind.  
Diese literarische Tradition ging im Ausgang des 18. Jahrhunderts ihrem Ende entgegen, weil „die Eigendynamik des Marktes das Projekt der Aufklärung unterläuft, indem er mittels einer massenhaft produzierten Literatur die kommerzielle Auswertung und Stabilisierung von Publikumsbedürfnissen betreibt, die nicht zuvor durch die kritische Öffentlichkeit als sinnvoll ermittelt und anerkannt worden sind“ (dies., Einleitung, 19f.).  
Auf das verstärkte Auftreten einer – zunächst in der Presseentwicklung manifest gewordenen – 'literature industrielle' (vgl. dazu P. Bürger, *Literarischer Markt und autonomer Kunstbegriff*. Zur Dichotomisierung der Literatur im 19. Jahrhundert, in: C. Bürger/ders./ J. Schulte-Sasse (Hg.), *Dichotomisierung*, 241-265, bes. 244ff.), die den Schriftsteller zu einem nach Seitenzahl entlohnnten Gehaltsempfänger degradiert, antworteten aristokratisch orientierte Literaten mit einer „ästhetischen Radikalisierung des autonomen Kunstbegriffs“ (ebd., 255) und der „Institutionalisierung der Literatur als eines idealen Reiches höherer Werte“ (ebd., 254); eine Entwicklung, die mit konservativen und demokratiefindlichen Implikationen verbunden ist und die wachsende Bedeutung von freier Presse und allgemeiner Schulbildung zu unterlaufen versucht.  
Dies ist die Geburtsstunde eines 'autonomieästhetischen' Kunstverständnisses, dem auch Adorno zeitlebens anhängt, wodurch er sich gegen die eigenen Intentionen auch in die elitär-aristokratischen Konsequenzen dieses Konzeptes verstrickt sieht.
- 100 „Nicht eine aufklärerische Massenliteratur, sondern eine Literatur für Eliten ist der Fluchtpunkt der Kritik an der Vermarktung“ (P. Bürger, *Literarischer Markt*, 260).
- 101 Vgl. DA, 180.
- 102 P. Glotz, a. a. O., 216.
- 103 Th. W. Adorno, Prolog, 69.
- 104 „Das Fernsehen deutet den Weg einer Entwicklung an, die leicht genug die Gebrüder Warner in die ihnen gewiß unwillkommene Position von Kammerpielern und Kulturkonservativen drängen könnte“ (DA, 189).
- 105 Ebd., 111.
- 106 Th. W. Adorno, Prolog, 69.
- 107 A. Honneth, a. a. O., 95.
- 108 Ebd., 92; in seiner ausgezeichneten Studie zur kritischen Theorie der Massenmedien weist M. Kausch aber darauf hin, daß Adorno „keinen monokausalen Vergewaltigungszusammenhang konstruiert“ (ebd., 92), da die Individuen durch den bereits erwähnten 'Zirkel von Manipulation und rückwirkendem Bewußtsein' genau das erhalten, was sie 'verdienen'. Auch an eine direkte Manipulation durch Personen ist bei Adorno nicht gedacht (vgl. ebd., 24).  
Es geht ihm vielmehr um den 'objektiven Ungeist' der Kulturindustrie: „Der objektive Geist der Manipulation setzt sich in Erfahrungsregeln, Einschätzungen der Situation, technischen Kriterien, wirtschaftlich unvermeidlichen Kalkulationen, dem ganzen Eigengewicht der industriellen Apparatur durch, ohne daß erst eigens zensiert wird,

- und selbst wer die Massen befragte, dem würden sie die Ubiquität des Systems zurückspiegeln“ (Th. W. Adorno, *Mimima Moralia*, 273).
- Honneth müßte also näher erläutern, was er genau unter einem ‘Kurzschluß’ in der Manipulationstheorie versteht.
- 109 H. Dubiel, *Kulturtheorie*, 271.
- 110 Eine gehaltvolle empirische Sozialforschung zum Rezeptionsverhalten von Fernsehzuschauern, die zu aussagekräftigen und verallgemeinerbaren Ergebnissen führen könnte, hielt Adorno für kaum realisierbar. Da für ihn die ideologischen Auswirkungen der Kulturindustrie vor allem in den vor- und unbewußten Ebenen der menschlichen Psyche zum tragen kommen, sind sie mit dem gängigen Methodenarsenal der empirischen Sozialforschung, die ja für gewöhnlich nur das manifeste Bewußtsein der Rezipienten abfragen kann, seiner Meinung nach nicht zu erfassen (vgl. u. a. Th. W. Adorno, *Prolog*, 75f.).
- 111 Vgl. dazu den repräsentativen Forschungsüberblick, den M. Schenk, *Medienwirkungsforschung*, Tübingen 1987, vorgelegt hat; er wird ergänzt durch eine kommentierte Auswahlbibliographie desselben Autors: *Medienwirkungen*, Tübingen 1987.
- 112 Vgl. dazu z. B. die längst ‘klassisch’ gewordenen Ergebnisse der Diffusionsforschung, das Meinungsführerkonzept und die Two-step-flow of communication Hypothese, die Verstärkertheorien etc. und deren theoretische Weiterentwicklungen.
- 113 Im Hinblick auf die Familienserien des brasilianischen Fernsehens (*Telenovelas*) und ihre Rezeption durch brasilianische Fernsehzuschauer habe ich einige diesbezügliche Forschungsergebnisse zusammengetragen in ‘Kulturindustrie, kulturelle Dependenz und die Erfolgsgeschichte eines brasilianischen Fernsehkonzerns. Überlegungen zur brasilianischen TV Globo’ (unv. Magisterarbeit), Gesamthochschule Kassel 1990, 165ff.
- 114 M. Kausch, 6; die latente Spannung innerhalb der kritischen Theorie bildet eines der Hauptstränge in Kauschs Monographie.
- 115 F. Jameson, *Verdinglichung und Utopie in der Massenkultur*, in: C. Bürger/P. Bürger/J. Schulte-Sasse (Hg.), *Dichotomisierung*, 108-141, 135.
- 116 Ebd.
- 117 Auf diesem Hintergrund kann F. Jameson der ‘autonomieästhetischen’ Position Adornos sogar eine a-historische Betrachtungsweise vorwerfen, für die „die großen Werke der modernen Hochkultur – ob es sich nun um Schönberg, Beckett oder selbst Brecht handelt – als ein fester Bezugspunkt oder als zeitlose Norm zur Erfassung des ‘degradierten’ Ranges der Massenkultur dienen“ (ebd., 115).
- 118 Ebd., 136.
- 119 Es darf freilich nicht übersehen werden, daß sich Ansätze zu einer solchen Perspektive auch bei den kritischen Theoretikern und beim ‘späten’ Adorno finden, wie M. Kausch sehr schön herausgearbeitet hat. Besonders L. Löwenthal hat immer wieder auf diesem Zusammenhang zwischen den populären Kulturprodukten und den Bedürfnissen ihrer Rezipienten hingewiesen. „Da die Massenmedien auch auf die Bedürfnisse der Rezipienten eingehen müssen, finden sich in ihnen, wenn auch in mystifizierter Form, die Träume der Menschen und die nicht eingelösten Ideale der bürgerlichen Gesellschaft wieder“ (M. Kausch, 68).
- Auch der ‘späte’ Adorno (Soziologie und empirische Forschung, in: ders., *Soziologische Schriften* 1, Frankfurt 1979, 202) betont in einem Aufsatz von 1957 die Rolle der (Massen-)kultur als Statthalterin der Utopie: „Denn dadurch, daß man gezwungen ist, den Massen etwas wie Kultur zu geben, meldet sich an, daß in den Herzen der Massen die Utopie lebt. Kultur ist eine Verbeugung vor dem Guten im Menschen“ (zit. nach M. Kausch, 147).
- 120 Th. W. Adorno, *Prolog*, 70.
- 121 Th. W. Adorno, *Freizeit*, in: ders., *Stichworte. Kritische Modelle* 2, Frankfurt 1980, 57-67, 65. 122 Vgl. dazu M. Kausch, 62f.; einige Ergebnisse dieser Studie hat Adorno in seinem Aufsatz ‘Fernsehen als Ideologie’ vorgelegt.
- 122 Vgl. dazu M. Kausch, 62f.; einige Ergebnisse dieser Studie hat Adorno in seinem Aufsatz ‘Fernsehen als Ideologie’ vorgelegt.

- 123 Th. W. Adorno, Filmtransparente, in: ders., Ohne Leitbild, Parva Aesthetica, Frankfurt '1987, 79-88, 82f. Adorno zieht an dieser Stelle folgendes Fazit über die Ideologie der Kulturindustrie: „Will sie die Massen ergreifen, so gerät die Ideologie der Kulturindustrie in sich so antagonistisch wie die Gesellschaft, auf die sie es abgesehen hat. Sie enthält das Gegengift ihrer eigenen Lüge. Auf nichts anderes wäre zu ihrer Rettung zu verweisen“ (ebd., 83).
- 124 Ebd., 82.
- 125 Th. W. Adorno, Freizeit, 66.
- 126 Ebd.
- 127 Ebd.
- 128 Ebd., 66f.
- 129 Ebd., 67.
- 130 Th. W. Adorno, Fernsehen und Bildung, 56.
- 131 Vgl. u.a. ebd., 54 f. und Fernsehen als Ideologie, 96.
- 132 R. Erd, a. a. O., 231.
- 133 Ebd.
- 134 Ebd.
- 135 Hier ist allerdings festzuhalten, daß die von U. Beck u. a. diagnostizierten Individualisierungstendenzen solche Milieus und Lebenswelten zunehmend aufzehren und damit substantiell entwerten. Es stellt sich mithin die Frage, ob Habermas' Projekt einer lebensweltlich gestützten 'Rettung' der modernen Gesellschaften und ihres vernünftigen Potentials nicht auf gesellschaftliche Dimensionen rekurriert, die tendenziell obsolet werden.
- 136 In diesem Zusammenhang ist auf den neuerdings aufkommenden Begriff der „Produktivkraft Kommunikation“ zu verweisen, der auf die Relevanz derjenigen gesellschaftlichen Kommunikations- und Diskussionsprozesse zielt, die die Lebendigkeit und Eigenständigkeit der politischen Kultur einer Gesellschaft ausmachen (vgl. dazu J. Habermas, Die nachholende Revolution, 82ff.; ders., Strukturwandel der Öffentlichkeit. Mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990, Frankfurt 1990, 33ff.; H. Brunkhorst, Sozialismus, Komplexität und Moral, in: Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte 12/1990, 1130-1136). Sie werden in enger Verbindung mit den bereits in den 30er Jahren von A. Gramsci angeregten Überlegungen zur „civil society“ (vgl. u. a. U. Rödel/G. Frankenberg/H. Dubiel, Die demokratische Frage, Frankfurt 1989) diskutiert.
- 137 Ebd., 234.
- 138 H. M. Enzensberger, Lob des Analphabetentums. Rede, gehalten am 28.10.1985 in Köln aus Anlaß der Verleihung des Heinrich-Böll-Preises, in: „Die Zeit“ vom 29.11.1985 (auch in: ders., Mittelmaß und Wahn. Gesammelte Zerstreuungen, Frankfurt 1988, 67f.).

## SUMMARY

In the current academic literature there is hardly any recourse to the cultural industry thesis which M. Horkheimer and Th. W. Adorno developed in the forties. This essay inquires about the justification for the apparent irreversible decline of the cultural industry theory. First of all the idea of the cultural industry is comprehensively presented and classified in the context of the „critical theory of the Frankfurt School“. At the same time this idea is among other things also about the mercantile character of culture, the identical stereotypes and forms of production, and about the manipulative function of the cultural industry's mass-produced culture in society after the Second World War. For Horkheimer and Adorno the products of the cultural industry change the formation of autonomous and independent individuals and thus support the existing state of affairs. The cultural industry theory has not been able to take into account sufficiently more recent developments. Today the cultural industry has become more ambivalent and produces besides an 'affirmative' mass culture also an 'enlightening' mass culture.

Furthermore the work of Horkheimer and Adorno was stimulus-orientated. They largely neglected the active participation of recipients. Nevertheless it does not follow from this that the cultural industry theory has become superfluous. On the contrary the cultural industry has spread over the whole world. Horkheimer's und Adorno's analyses have to be modified, of course, but for an understanding of mass culture in consumer society they are still fundamental.

## RÉSUMÉ

La littérature courante de la théorie de la communication ne se sert que rarement de la thèse de «l'industrie culturelle», thèse développée dans les années 40 par M. Horkheimer et Th. W. Adorno. L'article de Große-Kracht pose la question si le déclin soi-disant irrésistible de la thèse de l'industrie culturelle est justifié. D'abord on expose en détail la conception de cette industrie culturelle et on la range dans le cadre de la «théorie critique de l'école de Francfort». Il s'agit, entre autres, du phénomène de la culture considérée comme une marchandise, des stéréotypes et formes de production invariables („die immergleichen“), et de la fonction manipulatrice de la culture de masse dans les sociétés de l'après-guerre, culture produite par cette industrie culturelle. Pour Horkheimer et Adorno, les produits de cette industrie changent la formation d'individus autonomes et indépendants, et confirment ainsi les conditions existantes. La théorie de l'industrie culturelle ne pouvait pas tenir compte des évolutions plus récentes. L'industrie culturelle est devenue ambiguë, aujourd'hui, et produit, en plus d'une culture affirmative de masse, une culture rationaliste. En outre, les travaux de Horkheimer et Adorno s'orientaient sur la stimulation. Ils ont trop négligé la participation active des destinataires. Mais cela ne veut pas dire que la théorie de l'industrie culturelle soit devenue superflue. Au contraire, l'industrie culturelle s'est répandue dans le monde entier. Il faut, certes, modifier les analyses de Horkheimer et Adorno, mais elles restent fondamentales pour la compréhension de la culture de masse dans la société de consommation.

## RESUMEN

En la literatura científica sobre comunicación hoy raramente se habla de la tesis de M. Horkheimer y Th. W. Adorno sobre la industria cultural, desarrollado por ellos en los años 40. El artículo se pregunta por la justicia de aparente decadencia de la teoría de la industria cultural. Primeramente, el concepto de industria cultural es presentado extensamente y ordenado dentro del marco de la 'teoría crítica de la Escuela de Frankfurt'. Se trata, entre otras cosas, el carácter de mercancía de la cultura, los estereotipos de 'siempre igual' y las formas de producción, así la función manipuladora de la cultura de masas producida por 'la industria cultural' en las sociedades de después de la guerra. Para Horkheimer y Adorno los productos de la industria cultural alteran la formación de individuos autónomos e independientes y apoya, de esta forma, las relaciones existentes. La teoría de la industria cultural no podía considerar suficientemente los nuevos desarrollos. La industria de la cultura se ha hecho más ambivalente y produce además de la cultura de masas 'afirmativa', también una cultura de masas 'esclarecedora'. Además los trabajos de Horkheimer y Adorno estaban orientados por determinados estímulos. Ellos descuidaron la participación activa de los receptores. De ahí no se infiere, sin embargo, que la teoría de la industria cultural no tiene objeto. Por el contrario la industria cultural se encuentra hoy extendida por todo el mundo. Los análisis de Horkheimer y Adorno deben ser de hecho modificados, pero son básicos para la comprensión de la cultura de masas y de la sociedad de consumo.