

8. STRUKTUREN DER NACHFRAGE UND REFLEXIVE KULTURINDUSTRIEKRITIK

8.1 Die gesellschaftlichen Bedingungen der Nachfrage

Geographische und soziale Mobilität

Bei der Analyse der Hitparaden aus acht (industrialisierten) Ländern in Kapitel 6 konnten Besonderheiten identifiziert werden, die den spezifischen gesellschaftlichen Veränderungen in diesen Ländern geschuldet sind. Obwohl die Charts in erster Linie von internationalem Repertoire und daneben von Repertoire aus dem Land oder der jeweiligen Region dominiert sind, fand sich allenthalben auch Popmusik, die mit den Einwanderern in die industrialisierte Welt gelangte. So reüssierten etwa die algerischen Superstars Khaled und Cheb Mami in Frankreich und der Türke Tarkan im deutschsprachigen Raum. Über den Vertrieb von Musik der Migranten weiß man leider sehr wenig. Anzunehmen ist, dass sie im Wesentlichen an den Strukturen der Majorindustrie vorbei, sei es durch private Kopien, spezifische ethnische Industrien oder gewerbliche Piraterie, in die Einwanderercommunities gelangen, weshalb sie auch in den Charts deutlich unterrepräsentiert sind. Die drei genannten Stars wurden aber von Majors bzw. einem ihrer Sublabels vertrieben. Chab Mami von EMI Music, Khaled und Tarkan von Universal. Jedenfalls ist unübersehbar, dass sich mit den *globalen Migrationsströmen* die Nachfrage nach Nischenprodukten und somit auch die lokale Vielfalt verändert haben.

Globale und regionale Migration ist gewiss einer der sichtbarsten und deutlichsten gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Jahrzehnte, wenngleich auch sie in einer längeren historischen Perspektive betrachtet keinesfalls neu und infolge rigider Einwanderungsgesetze in manchen Bereichen und Ländern wieder rückläufig ist (Castles und Miller 1993; Beisheim et al. 1999, 106ff.; Held et al. 1999, 283ff.). Struktur, Entwicklung und Ursachen der Migrationsströme können hier nicht einer eingehenderen Betrachtung unterzogen werden. In unserem Zusammenhang von Interesse ist allein die Tatsache, dass Migranten ihre spezifischen kulturellen Bedürfnisse mitnehmen

und es lokale wie auch transnationale Industrien gibt, die diese Bedürfnisse befriedigen. In der Literatur zur Kultur der Einwanderer finden sich hin und wieder Hinweise auf jene Medien, die von den ethnischen Minderheiten in den Gastländern genutzt werden. So verweist etwa Marie Gillespie, deren Studie über die indischen Einwanderer Londons schon mehrmals zitiert wurde, auf die Wichtigkeit von Videos mit Filmen aus dem Herkunftsland, die häufig von Lebensmittelhändlern in den Einwandererquartieren vertrieben werden (Gillespie 1995, 76ff.). Daneben spielt heute das Satellitenfernsehen eine zentrale Rolle, über das die Familien mit der Kultur ihres Herkunftslandes verbunden bleiben. Dies gilt auch für Einwanderergruppen in anderen Ländern (vgl. Hepp 2004, 387ff.). Erwähnt wurden auch schon die kulturindustriellen Veränderungen, die mit der Zuwanderung von Latinos in den USA einhergingen (vgl. Negus 1999, 131ff.; Hernandez 2001, und die Ausführungen in Kapitel 4.6). Lange Zeit blieb die Versorgung mit Musik aus den Herkunftsländern kleinen Unternehmen und informellen Vertriebskanälen überlassen. In den 1990er-Jahren erkannte aber auch die Majorindustrie das Potenzial am Latin Music Markt und begann eigene Abteilungen einzurichten, die diese Marktnische bedienten. Dazu kam eine Reihe anderer Medien, die sich speziell an die erstarkende Minderheit richtete. Mittlerweile liegt der Anteil der Latin Music am amerikanischen Schallplattenmarkt bei über sieben Prozent. Der Dachverband der phonographischen Industrie Amerikas (RIAA) meldete Anfang dieses Jahres enorme Wachstumsraten in diesem Segment, während der Gesamtmarkt stagniert (<http://www.riaa.com/news/newsletter/042006.asp>, 20.4.2006).

Das Angebot der im Zuge der globalen Migration entstandenen „ethnischen Kulturindustrien“, seien sie nun Teil der transnationalen Konzerne oder unabhängige Unternehmer, steht auch der einheimischen Bevölkerung zur Verfügung und wird zuweilen auch genutzt. In der Musikindustrieforschung spricht man in diesem Zusammenhang, wie schon erwähnt, von Crossover-Erfolgen. So verdankt Latin Music ihre Popularität nicht nur den Einwanderern aus Lateinamerika, sondern zu einem gewissen Teil auch der Nachfrage unter der weißen Bevölkerung der USA und anderer Länder. Das jüngste Album der kolumbianischen Sängerin Shakira „Oral Fixation“ stürmte nicht nur die Latin Pop Charts, sondern auch die Billboard 200 sowie Hitparaden zahlreicher anderer Länder. Die Musik der pakistanischen und indischen Diaspora erfreut sich neuerdings ebenso großer Beliebtheit jenseits der Einwanderergemeinschaften. Die Musik aus Bollywood-Filmen avancierte in europäischen Clubs zu einem veritablen Dancefloorhype.

Die Nachfrage nach Musik ändert sich aber nicht nur mit der Migration, sondern auch mit der geographischen und sozialen Mobilität der Bevölkerung in Industriegesellschaften (vgl. Gebesmair 2001b). Bildungsexpansion, die steigenden Anforderungen des Arbeitsmarktes an die Flexibilität der Arbeitskräfte sowie soziale Mobilität lösten die Menschen aus ihren traditionellen Bindungen und ermöglichten ihnen kulturelle Erfahrungen jenseits des Herkunftsmilieus. Diese in der

Soziologie als Individualisierung bezeichneten gesellschaftlichen Veränderungen trugen sicherlich auch zur Differenzierung von Geschmackskulturen bei. Die Grenzen zwischen den Geschmackskulturen wurden durchlässiger und eröffneten Spielräume für neue Präferenzstrukturen. Lokale Vielfalt ist insofern nicht nur eine Folge der ethnischen Diversifizierung von Gesellschaften, sondern auch der sozialen Fragmentierung in unterschiedliche Milieus und Subkulturen. Dabei gilt es zwei Effekte auseinander zu halten: Aus der Vielfalt der Geschmackskulturen auf der Aggregatebene folgt nicht automatisch, dass die Präferenzen der Konsumenten auch vielfältiger wurden (zur Unterscheidung von Vielfalt auf Aggregatebene und auf Personenebene siehe den instruktiven Artikel von van Eijck 2001). So kann die Vielfalt des musikalischen Angebots Folge fragmentierter Märkte sein, die in sich homogen sind, aber im Aggregat ein breites Spektrum an musikalischen Vorlieben darstellen. Andererseits gibt es auch Hinweise dafür, dass der Geschmack von Individuen zumindest in manchen Gesellschaftsschichten breiter wurde. Vieles deutet auf die Gleichzeitigkeit eines Rückzugs auf ausdifferenzierte, scharf gegeneinander abgegrenzte kulturelle Praktiken einerseits und kulturelle Offenheit andererseits hin.

Richard A. Peterson konnte zeigen, dass im Zuge der gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Jahrzehnte in den USA die musikalischen Präferenzen einiger Bevölkerungsgruppen breiter wurden, während sich andere auf ein Genre oder eine Subkultur zurückziehen. In einer Reihe von Publikationen machte er darauf aufmerksam, dass Gebildete und Personen mit höherem beruflichen Status zunehmend populäre Genres in ihren „bürgerlichen“ Lebensstil integrieren (z.B. Peterson 1992; Peterson und Kern 1996; Peterson 2005). Sie überschreiten nicht nur die traditionelle Grenze zwischen Kunstmusik und Popmusik, sondern verfügen auch über einen breiteren Geschmack als Personen aus den unteren gesellschaftlichen Schichten. An die Stelle der klassischen Hochkulturorientierung tritt das, was Peterson als „Allesfresserei“ („Omnivorousness“) bezeichnet, wenngleich die Toleranz gegenüber den populären Genres nicht grenzenlos ist (vgl. Bryson 1996). Diesen „Allesfressern“ stehen so genannte „Monofresser“ („Univores“) gegenüber, deren kulturelle Praktiken auf eine sehr einheitliche, wenig ausdifferenzierte Kultur beschränkt sind. Soziale Differenzen werden also immer weniger durch den Unterschied zwischen Hochkultur und Populärkultur indiziert als durch die Breite des kulturellen Interesses.

Das Konzept, das ursprünglich aus Daten für die US-amerikanische Gesellschaft der 1990er-Jahre entwickelt wurde, fand in vielen anderen (industrialisierten) Ländern eine Bestätigung (einen Überblick bietet Peterson 2005, 261). Insofern kann von einer globalen „Allesfresser-Kultur“ gesprochen werden, die in gewisser Weise auch zur globalen Vielfalt musikalischer Angebote beiträgt. Von diesem breiteren Interesse an Kultur und Musik unterschiedlichster Herkunft profitierten zahlreiche minoritäre Genres, wie eben auch die vor allem im bürgerlichen Kontext rezipierte World Music, die sich zwar nicht unbedingt in den Hitparaden findet, gleichwohl aber zur Diversifizierung der kulturindu-

striellen Produktion führte. Neben den ausdifferenzierten Milieus und Einwanderergemeinschaften, die zu einer Fragmentierung der Geschmackskulturen und so zu einer größeren Vielfalt beitrugen, etablierte sich eine Oberschichtkultur, für die der Zugriff auf vielfältiges Angebot von großer Wichtigkeit ist.¹ Peterson führt diesen Trend zur Breite der Nachfrage auf eine Reihe von gesellschaftlichen Veränderungen zurück. Neben der bereits genannten geographischen und sozialen Mobilität nennt er die Komplexität der Netzwerke, den Wertewandel und die Inflationierung ästhetischer Maßstäbe als Ursachen. Was immer genau die Gründe für die Veränderung sind und wie immer sie genau zu fassen sind – der interregionale oder intertemporale Vergleich erweist sich aufgrund der unterschiedlichen Genreklassifikationen als schwierig –, bedeutend ist die Tatsache, dass der Unterschied zwischen Hoch- und Popularkultur einem zwischen kulturellen Vorlieben unterschiedlicher Breite gewichen ist. Damit veränderten sich aber nicht nur die Nachfrage nach Nischenprodukten am Musikmarkt, sondern auch die Formen der sozialen Reproduktion, zu der kulturelle Praktiken einen nicht unbedeutenden Beitrag leisten.

Kulturelles Kapital und Allesfresserei²

Fragen der sozialen Reproduktion im Kontext einer Studie zur transnationalen Musikindustrie erscheinen wohl den meisten Lesern und Leserinnen irrelevant. So wird man zwar die Beschäftigung mit der Veränderung der Nachfrage noch akzeptieren, da erst vor ihrem Hintergrund die Strategien der Konzerne verständlich werden, der Beitrag kultureller Vorlieben zur Reproduktion und Legitimation sozialer Ungleichheiten führt aber zugegebenermaßen von un-

- 1 Diese Gegenüberstellung von „Omnivores“ und „Univores“ darf nicht zur Ansicht verleiten, dass in den unteren Schichten Interessen für kulturelle Angebote jenseits der unmittelbaren Lebenswelt fehlen und Mitglieder der Oberschicht sich gegenüber allen kulturellen Ausdrucksformen ausnahmslos offen zeigen. So weiß man etwa aus den Studien über kulturelle Praktiken der Migranten und Migrantinnen, die zum überwiegenden Teil aus einfachen Verhältnissen stammen, dass diese sehr wohl auch Angebote aus dem Gastland nutzen und mit ihrer Herkunftskultur verbinden (siehe z.B. Hepp 2004, 387ff.). Auch die kulturelle Praxis der heimischen Unterschichten erweist sich bei näherer Betrachtung zuweilen komplexer und differenzierter als Daten aus Umfragen es vermuten lassen (siehe z.B. Horak et al. 2004). Unter den Gebildeten und Wohlhabenden finden sich nach wie vor jene klassischen Snobs, die nur wenig über den Tellerrand ihrer bürgerlichen Kultur hinausschauen (Peterson und Kern 1996). Doch gilt es, die in zahlreichen Studien nachgewiesene Tatsache im Auge zu behalten, dass sich die Breite des Geschmacks mit der sozialen Stellung in der Gesellschaft erhöht. Damit ist in keiner Weise etwas über irgendeine moralische Überlegenheit gesagt. Im Gegenteil: Im nächsten Abschnitt werden wir die Breite des Geschmacks als soziales Privileg und als Technik der Verschleierung sozialer Ungleichheiten betrachten.
- 2 Begriffe wie Klasse, Schicht, Elite, Herrschende, Beherrschte, Volk etc. dienen in diesem wie auch in anderen Kapiteln der Arbeit lediglich als vage Bezeichnungen eines gesellschaftlichen „Oben“ und „Unten“. In der soziologischen Ungleichheitsforschung sind mit ihnen recht unterschiedliche theoretische Annahmen verknüpft, die hier aber außer Acht bleiben.

serer Ausgangsfrage weit weg. Eine kritische Analyse der Musikindustrie darf aber bei der Identifikation des Versagens der Märkte und Industriebetriebe, die spezifische Nachfrage am Markt zu befriedigen, und bei der Beschreibung der Veränderungen von Präferenzen der Konsumenten nicht stehen bleiben. Wir müssen uns die lange Zeit bagatellierte Tatsache in Erinnerung rufen, dass Kulturindustrien natürlich die Präferenzen auch formen, und zwar weniger in einer Weise, die Medienkritiker zuweilen als Manipulation zu fassen versuchten als vielmehr in der Gestalt einer bestehende Praktiken verstärkenden Habitualisierung. Damit trägt die Kulturindustrie aber auch zur Stabilisierung sozialer Ungleichheiten bei. Um diese auf den ersten Blick nicht unbedingt einleuchtende Behauptung verständlich zu machen, bedarf es eines kurzen Ausflugs in die jüngere Ungleichheitsforschung.

Dass Kultur und eben auch die Vorlieben für Musik bestimmter Art in gewisser Weise die Teilung der Gesellschaft in Klassen oder Schichten repräsentieren, wird wohl kaum jemand bestreiten, auch wenn die Präferenzen zunehmend quer zur traditionellen Klassenteilung liegen. Mit unterschiedlichen sozialen Lagen sind spezifische Erfahrungsmöglichkeiten verbunden und damit unterschiedliche Chancen, Fähigkeiten im Umgang mit kulturellen Angeboten zu erwerben. Doch was berechtigt zu der Annahme, dass kulturelle Vorlieben nicht nur soziale Ungleichheiten widerspiegeln, sondern auch einen Beitrag zu deren Produktion und Reproduktion leisten?

Der französische Kulturosoziologe Pierre Bourdieu hat mit seinen Untersuchungen zur französischen Gesellschaft und vor allem zu den französischen Bildungseinrichtungen auf die subtilen und zumeist unbemerkten Formen der sozialen Selektion aufmerksam gemacht, die nicht bloß eine Konsequenz der Leistung sind, sondern der Bewertung der gesamten Erscheinung (Bourdieu 1987a; Bourdieu und Passeron 1990 [1970]). Kulturelle Vorlieben, Wahrnehmungsweisen und überhaupt die Art zu sprechen und sich zu verhalten, werden in den alltäglichen Prüfungssituationen und insbesondere in jenen, in denen über das Fortkommen in Schule und Beruf entschieden wird, zu nicht unbedeutenden Zulassungskriterien. Sie sind ebenso wie die Investitionen in berufsspezifische Kompetenzen kulturelles Kapital, das den Zugang zu gesellschaftlichen Privilegien regelt. So weiß man etwa aus der Bildungsforschung, dass Kinder bürgerlicher Herkunft mit entsprechendem Auftreten in der Schule eher informelle Unterstützung erfahren als Arbeiterkinder. Und Managementpositionen erfordern nicht nur betriebswirtschaftliche Kenntnisse, sondern auch Gewandtheit im Umgang mit traditionellen Kulturgütern. Zentral ist dabei die Annahme, dass wir aufgrund unserer Herkunft klassenspezifischen Formen der Konditionierung und Anpassung an die jeweiligen Bedingungen unterworfen sind, die selbst wiederum zu typischen Handlungsmustern führen. Hervorgebracht werden diese Handlungsmuster von typischen Dispositionen, die Bourdieu Klassenhabitus nennt, von jenen Gewohnheiten und Routinen also, die der unmittelbaren Steuerung entzogen sind und uns in unserer Wahlfreiheit

beschränken. Bourdieu geht von einer hohen biographischen Konstanz dieser habitualisierten Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Handlungsweisen aus, da sie zu einer fortwährenden selektiven Anpassung an die objektiven Chancen und damit zu einer Verstärkung der frühkindlich erworbenen Dispositionen führen. Jene, die nicht von frühester Kindheit an Sicherheit und Vertrautheit im Umgang mit den auf den schulischen und beruflichen Märkten geforderten Fähigkeiten und Verhaltensweisen gewonnen haben, sind in zweifacher Hinsicht benachteiligt. Zum einen mangelt es ihnen an den Mitteln zur weiteren Akkumulation von kulturellem Kapital, zum anderen bleibt ihnen aufgrund dieses Mangels der Zugang zu ökonomischem Wohlstand und politischer Macht verwehrt. Schulen tragen, so die Überzeugung Bourdieus, zur Verwandlung von Unterschieden der sozialen Herkunft in Unterschiede der Begabung bei, über die soziale Privilegien legitimiert sind.

Wie immer man zu dieser hier äußerst knapp dargestellten Theorie sozialer Reproduktion steht – Bildungsinstitutionen sind in vielen industrialisierten Gesellschaften keinesfalls so undurchlässig, wie Bourdieu unterstellt, und der Mangel an Erfolg wird wohl auch in einem gewissen Ausmaß dem Mangel an angeborenem Talent zu verdanken sein und nicht bloß der klassenspezifischen Sozialisation und Selektion –, dass kulturelle Vorlieben bei der Bewertung von Interaktionspartnern eine Rolle spielen steht außer Zweifel. Bourdieu irrt aber, wenn er die Trennlinien entlang der traditionellen Teilung von Hochkultur und Popularkultur zieht (Gebesmair 2004). Wie wir im ersten Abschnitt gesehen haben, zeichnet sich die herrschende Klasse zunehmend durch die Grenzen zwischen Kunst- und Popmusik überschreitende Präferenzen aus, in denen eine Vielzahl von unterschiedlichen Genres Platz findet. Wenn also der Begriff des kulturellen Kapitals heute überhaupt noch sinnvoll ist, dann allenfalls in der Gestalt eines die unterschiedlichsten Genres, ja selbst noch die vulgärsten Formen der Popkultur in die Hochkultur integrierenden Lebensstils. Wenn auch nicht alles zum fixen Bestandteil der Alltagspraxis wird, ist das Wissen um sie zuweilen von beträchtlichem Nutzen. Als Führer einer politischen Partei, als Manager eines Konzerns, als Banker oder Rechtsanwalt gewinnt man Legitimität weniger aus der Distanz zum Vergnügen des einfachen Volkes als aus der demonstrativen Toleranz ihnen gegenüber.

Damit ist noch ein zweiter Aspekt der Reproduktion sozialer Ungleichheiten angesprochen. Kulturelles Kapital trägt nicht nur zur Legitimation nach innen, also zur Integration in eine Statusgruppe bei, sondern auch zur Legitimation nach außen. Bourdieu ist der Meinung, dass die gesellschaftlichen Eliten mit ihrer Verpflichtung auf die bürgerliche Ästhetik, die dem Sinnen-Geschmack des einfachen Volkes die verfeinerte Reflexion bürgerlichen Kunstgenusses gegenüberstellt, sich nicht nur gegenüber ihresgleichen ausweisen, sondern insgesamt einen Anspruch auf moralische Überlegenheit erheben (vgl. vor allem Bourdieu 1987a, 756ff.). Doch scheint dies weder theoretisch plausibel, da Legitimitätsansprüche der Zustimmung bedürfen und mit dieser Zustimmung

aufgrund der offensichtlichen Ablehnung der Praktiken des Volkes nicht zu rechnen ist (siehe dazu Gebesmair 2001b, 153ff.), noch finden sich empirische Hinweise, dass den Herrschenden an einer Legitimation in dieser Form gelegen ist. Alle Beobachtungen deuten darauf hin, dass Herrschaftsansprüche gegenwärtig vielmehr über die bewusste Hereinnahme populärer Elemente und demonstrative Toleranz gegenüber den Vergnügungen der breiten Masse legitimiert werden. Insofern erweist sich die Allesfresserei der oberen Schichten noch in einer anderen Form als Beitrag zur Reproduktion sozialer Ungleichheiten: Sie verschleiert die Tatsache, dass der Zugang zu sozialen Privilegien sehr wohl noch mit dem Besitz von kulturellem Kapital verknüpft ist, wenngleich sich dieses vor allem durch Breite und Vielfalt auszeichnet und in manchen Teilen von den kulturellen Praktiken der einfachen Leute nicht zu unterscheiden ist.

Zu dieser Verschleierung trägt im Übrigen auch jener kulturalistische Relativismus bei, der sich weigert, Unterschiede in der Komplexität und Qualität der kulturellen Praktiken wahrzunehmen (siehe die Ausführungen in der Einleitung und Eco 1984, 52f.). Auch wenn Personen aus den oberen Schichten der Gesellschaft zuweilen kulturelle Formen präferieren, die durchaus als trivial zu bezeichnen sind, und populäre Praktiken der unteren Schichten sich aus einer wissenschaftlichen Perspektive als differenziert und mehrdimensional darstellen, am Umstand, dass für erstere das Populäre lediglich ein Aspekt in einem breiten Bündel von kulturellen Vorlieben ist, letztere aber ihre Interessen auf das eine beschränken, lässt sich nach wie vor die Teilung in soziale Klassen ablesen. Wer die Tatsache leugnet, dass die kulturellen Vorlieben von unterschiedlicher Komplexität sind und mit dem Grad ihrer Komplexität die Chancen des Zugangs zur herrschenden Klasse nach wie vor variieren, verhilft den Beherrschten nicht zu ihrem Recht, sondern tröstet sie (und sich selbst) lediglich über die realen Verhältnisse hinweg. In dieser Hinsicht befinden sich marktliberale und kulturalistische Kulturindustriepologeten in seltener und seltsamer Eintracht: Sie alle verteidigen die Popularkultur gegen den vermeintlichen Hochmut des Bürgertums und machen sich damit zum Sprachrohr einer Elite, die immer schon wusste, dass sie sich vor Zweifeln an ihrer Legitimität am besten schützt, in dem sie die Vergnügungen des Volkes zu ihrem eigenen Anliegen macht. Vor diesem Hintergrund gilt es die Rolle der Kulturindustrie bei der Stabilisierung sozialer Ungleichheiten neu zu bewerten.

8.2 Reflexive Kulturindustriekritik

Kulturindustriekritik und Kritische Theorie

Der Verdacht, dass die Kulturindustrie einen Beitrag zur Legitimierung und Stabilisierung von Herrschaftsverhältnissen leistet, wurde in ihrer mehr als hundert-

jährigen Geschichte des öfteren gehegt, obgleich er in den letzten beiden Jahrzehnten nur mehr selten geäußert wurde. Besonderer Popularität erfreute er sich in den 1960er- und 1970er-Jahren im Kontext der so genannten Kulturimperialismusthese. Wie in Kapitel 3.3 ausführlich dargestellt, wurden die transnationalen Konzerne verdächtigt, im Zuge ihres globalen Siegeszuges nicht nur zur Ausbreitung amerikanischen Repertoires, sondern auch der Ideologie des Konsumismus beizutragen, mit dem der Kapitalismus und das mit ihm verbundene Ungleichheitsregime eine Rechtfertigung erführen. Bei der Analyse der Musikindustrie konnte gezeigt werden, dass die Interessen der Industrie durchaus an die Grenzen nationaler Politik stoßen und Märkte mit regionaler Produktion sich gegenüber den internationalen Superstars und Formaten behaupten können. Doch ist damit das Argument der Beeinflussung noch nicht entkräftet. Sind nicht die regionalen Kulturindustrien in gleicher Weise an der Legitimierung der Marktordnung beteiligt, tragen sie nicht ebenso zu dem bei, was vormals Entfremdung hieß? Legitimierung und Entfremdung wurden als die zwei Kernkritikpunkte in der Diskussion um den Kulturimperialismus identifiziert. Legitimierung ließe sich als Suspendierung kritischen Bewusstseins verstehen, Entfremdung als Vereinzelung, als Auflösung traditioneller Bindungen. Beides wäre aber den globalen und den lokalen Kulturindustrien gleichermaßen anzukreiden.

Dem hielten Rezeptionsforscher entgegen, dass diese Annahmen einer empirischen Überprüfung nicht standhalten würden. Nicht nur ließen sich immer wieder oppositionelle Lesarten der kulturindustriell verbreiteten Inhalte ausmachen, sie trügen auch zur Ausbildung kollektiver Identitäten und zur Integration in lokale Lebenswelten bei. In einer Vielzahl von vornehmlich qualitativen Studien wurde versucht nachzuweisen, dass die transnationalen wie auch die regionalen Kulturindustrien in keiner Weise kritisches Denken aushöhlen noch lokale soziale Bindungen auflösen. Sieht man einmal von dem Defizit ab, dass sich die Forscher in dieser Tradition nie um die Überprüfung der Gegenhypothese bemühten, d.h. alleine das Forschungsdesign das Ergebnis der „aktiven“ und „widerständigen“ Medienrezeption präjudizierte, bleibt zu fragen, ob in diesen Untersuchungen jene Effekte der Kulturindustrie, wie sie die Kulturindustriekritik behauptet hatte, denn überhaupt in geeigneter Weise untersucht wurden. Ich werde im Folgenden zu zeigen versuchen, dass die kulturalistische Rezeptionsforschung, da sie die Medienaneignung auf der Ebene des Bewusstseins ansiedelt, nicht in der Lage ist, einen Nachweis für die Wirkungslosigkeit der Medien zu erbringen und im Übrigen den Zusammenhang ebenso verkürzt wie die traditionelle, behavioristische Wirkungsforschung, die Effekte der Medien im Experiment zu isolieren trachtete. Bevor ich diesen Gedanken weiter ausführe, werde ich die klassische Kulturindustriekritik der Frankfurter Schule skizzieren, um deutlich zu machen, wie diese die Wirkung der Medien konzeptualisierte.

Die Thesen zur Kulturindustrie, die *Max Horkheimer* und *Theodor W. Adorno* in ihrer „Dialektik der Aufklärung“ am Ende des Zweiten Weltkriegs entwik-

kelten und die in der Folge die Diskussion wohl am nachhaltigsten beeinflussen, werden meist zur Annahme verkürzt, dass die Ideologien, die von dieser Industrie verbreitet werden, den Menschen die Sicht auf die wahren Verhältnisse verstellen. Der Betrug, von dem im Untertitel ihres Aufsatzes „Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug“ die Rede ist (Horkheimer und Adorno 1988 [1944], 128ff.), wird wörtlich genommen, so als wanderten die falschen Bilder der Welt direkt in die Köpfe der Rezipientinnen und Rezipienten. Doch haben Adorno und Horkheimer nie geleugnet, dass die Menschen in der Lage sind, die Konstruiertheit der Medienbilder und die Falschheit ihrer Versprechungen zu durchschauen. „Im Zeitalter der Statistik sind die Menschen zu gewitzigt, um sich mit dem Millionär auf der Leinwand zu identifizieren [...]“ (Horkheimer und Adorno 1988 [1944], 153). Die Menschen täuschen sich nicht über ihre objektive Lage und können zwischen der Welt, die ihnen über Fernsehen und Radio dargeboten wird, und ihrer eigenen unterscheiden. Sie scheinen dennoch den Betrug hartnäckig zu suchen. In seinem „Résumé über Kulturindustrie“ von 1963 bekräftigt Adorno noch einmal diese Paradoxie: „Der Satz, die Welt wolle betrogen sein, ist wahrer geworden, als wohl je damit gemeint war. Nicht nur fallen die Menschen, wie man so sagt, auf Schwindel herein, wenn er ihnen sei's noch so flüchtige Gratifikationen gewährt; sie wollen bereits einen Betrug, den sie selbst durchschauen; sperren krampfhaft die Augen zu und bejahen in einer Art der Selbstverachtung, was ihnen widerfährt, und wovon sie wissen, warum es fabriziert wird.“ (Adorno 1967, 66) Adorno und Horkheimer setzen also die Wirkung der Kulturindustrie nicht auf der Ebene des Bewusstseins an, sondern auf der Ebene der affektiven Bindung ans Medium. Um verständlich zu machen, warum damit Herrschaft stabilisiert wird, muss die Kulturindustrieanalyse aber in jenen geschichtsphilosophischen Kontext gestellt werden, den Horkheimer und Adorno in der „Dialektik der Aufklärung“ entwickeln (vgl. dazu die scharfsinnige Interpretation von Habermas 1988, 130ff.).

Herrschaft ist in der an Hegel anknüpfenden Sichtweise untrennbar mit der Konstitution vernunftbegabter Subjekte verbunden. Indem Menschen sich ihre Welt in Begriffen aneignen, emanzipieren sie sich nicht nur von den Zwängen und Restriktionen einer undurchschauten und ungezügelter Natur, sie machen sich zugleich auch zu Herrschern über sie. Herrschaft über die innere wie äußere Natur ist in den Augen Horkheimers und Adornos zwangsläufig mit der Menschwerdung verknüpft. Sie identifizieren schon in den frühesten Zeugnissen menschlicher Kultur jene das Besondere unter das Allgemeine subsumierende Vernunft, die uns zwar aus den Zwängen des Mythos befreit, gleichzeitig aber zum Instrument der Weltbeherrschung wird. Diese Tendenz zur Unterdrückung illustrieren sie an der Gestalt des Odysseus, der nicht nur den äußeren Gefahren trotzt, sondern auch (indem er dem Lockruf der Sirenen widersteht) die inneren Regungen bezwingt und sich so zum Herrscher über andere aufschwingt. Schon in den frühen Mythen lässt sich erkennen, was zum unumkehrbaren Programm der Menschheitsgeschichte wird: In dem Augenblick, wo denkende Subjekte

beseelten Objekten gegenüber treten und diese in Begriffe zu fassen beginnen, wird Unterdrückung zum zentralen Motiv des menschlichen Handelns. In ihrer zutiefst pessimistischen Interpretation der geschichtlichen Entwicklung findet die Dialektik von Herrschaft und Befreiung im Gegensatz zu Hegel und Marx kein glückliches Ende. Der Mensch bleibt auf ewig mit der inneren und äußeren Natur unversöhnt. Insofern halten sie (Nietzsche folgend) die moralischen Beteuerungen über die Güte des Menschen, die modernen Hoffnungen auf eine höhere Vernunft und auf Befreiung von inneren und äußeren Zwängen für einen Mythos: „Schon der Mythos ist“, wie Horkheimer und Adorno im Vorwort schreiben, um ihre zentrale These auf den Punkt zu bringen, „Aufklärung, und: Aufklärung schlägt in Mythologie zurück.“ (Horkheimer und Adorno 1988 [1944], 6)

Nur vor diesem Hintergrund ist die Kritik an der Kulturindustrie verständlich. Auch wenn die Konsumenten und Konsumentinnen den offensichtlichen Täuschungen widerstehen, so sitzen sie, da sie sich in den alltäglichen Vergnügungen mit den Mühen des Alltags versöhnt wähnen, den falschen Versprechungen der Kulturindustrie auf. „Fun ist ein Stahlbad. Die Vergnügungsindustrie verordnet es unablässig. Lachen in ihr wird zum Instrument des Betrugs am Glück.“ (Horkheimer und Adorno 1988 [1944], 148) Nicht mit falschen Bildern der Welt, denen wir ausgesetzt sind, nicht mit Ideologien, die darin zum Ausdruck kommen, werden wir betrogen, allein die Tatsache, dass wir das spärliche Glück, das uns die Kulturindustrie bietet, schon für Versöhnung halten, macht den Massenbetrug aus. Wir meinen, mit der Welt und unseren Bedürfnissen in eins zu sein, ohne der Unerfüllbarkeit dieses Wunsches gewahr zu werden. Denn Glück lässt sich in letzter Konsequenz nur in der Negation erfahren. Allein in der Versagung des Vergnügens bleibt die Utopie eines versöhnten Lebens wach.

Die Wirkung der Kulturindustrie realisiert sich also nicht sosehr in der Form der Manipulation, sondern der affektiven Bindung ans Gegebene, der emotionalen Konfirmation des Bestehenden. Schon in seinem Aufsatz von 1938 über den Fetischcharakter in der Musik bedient sich Adorno des psychoanalytischen Begriffs der Regression, um dieses Festhalten in einem Zustand infantiler Sexualität durch die Kulturindustrie zu beschreiben (Adorno 1982 [1938]). Am deutlichsten wird dies dort, wo das Sexuelle von der Kulturindustrie explizit vorgestellt wird: „Indem sie das Begehrte immer wieder exponiert, den Busen im Sweater und den nackten Oberkörper des sportlichen Helden, stachelt sie bloß die unsublimierte Vorlust auf, die durch die Gewohnheit der Versagung längst zur masochistischen verstümmelt ist.“ (Horkheimer und Adorno 1988 [1944], 148) Auch wenn man mit den geschichtsphilosophischen Prämissen Adornos und Horkheimers nicht konform geht, dass in dieser Reduktion auf das Affektive und Sexuelle die wesentliche Funktion der Kulturindustrie besteht, lässt sich nicht bestreiten. Die Formen der Entsublimierung haben aber nichts Befreiendes oder Transzendierendes, sondern führen uns permanent auf das zurück, was wir mit unseren Bedürfnissen und Beschränkungen sind.

Dieser Gedanke findet sich auch bei *Herbert Marcuse*, einem weiteren Vertreter der Frankfurter Schule, der in seiner Kritik der Kulturindustrie allerdings einen anderen Weg beschreitet. Er knüpft unmittelbarer als Adorno und Horkheimer an die Triebtheorie Sigmund Freuds an, die er allerdings in einem wesentlichen Punkt modifiziert. Während Freud die Unterdrückung der ursprünglichen Libido als unerlässliche Leistung des Kulturmenschen und als Notwendigkeit der Zivilisation betrachtet, führt Marcuse die Unterscheidung von biologisch, d.h. für das Fortbestehen der menschlichen Rasse notwendiger Unterdrückung einerseits und historischen Formen der Herrschaft geschuldetem Triebverzicht andererseits ein (Marcuse 1987 [1955], 40). Damit gewinnt er ein Instrumentarium der Kritik von Herrschaft. Denn beim gegenwärtigen Stand der Entwicklung der Produktivkräfte – Marcuse formulierte seine Thesen zu einem Zeitpunkt, als sich in Amerika eine Entwicklung zu anhaltendem Wohlstand auf breiter Basis abzeichnete –, erscheint die Unterdrückung unsublimierter Triebenergien nicht in dem Ausmaß gerechtfertigt, wie er in Gesellschaften größerer Knappheit zur Reproduktion der Menschheit notwendig ist. Ebenso wie Horkheimer und Adorno stellt aber Marcuse eine Tendenz zur Entsublimierung fest, die nicht als Instrument einer lustbetonten Neugestaltung der Gesellschaft genutzt wird, sondern als Werkzeug der Unterdrückung (Marcuse 1987 [1964], 76ff.). Sie beraubt die Menschen der Möglichkeit einer Erfahrung jenseits des eindimensionalen, auf Durchrationalisierung aller Lebensbereiche abzielenden Denkens. Während in den Kunstwerken der Vergangenheit diese Erfahrung zumindest in der Negation des Bestehenden noch erhalten war, führt die Industrialisierung aller gesellschaftlichen Erfahrungsbereiche zu ihrer Unterordnung unter die Imperative einer eindimensionalen Rationalität. An die Stelle der künstlerischen Sublimierung tritt die Verwaltung unsublimierter Libido als Mittel der Unterdrückung. Obgleich in den Ausführungen Marcuses die explizite Bezugnahme auf die Kulturindustrie fehlt, wird deutlich, dass diese an der repressiven Entsublimierung einen wesentlichen Anteil hat. Er meint, dass die „technologische Wirklichkeit die Reichweite der Sublimierung (beschränkt). Sie verringert ebenso das Bedürfnis nach Sublimierung. Im seelischen Apparat scheint die Spannung zwischen dem Ersehnten und dem Erlaubten beträchtlich herabgesetzt, und das Realitätsprinzip scheint keine durchgreifende und schmerzhaft Umgestaltung der Triebbedürfnisse mehr zu erfordern. Das Individuum muß sich einer Welt anpassen, die die Verleugnung seiner innersten Bedürfnisse nicht zu verlangen scheint – eine Welt, die nicht wesentlich feindlich ist.“ (Marcuse 1987 [1964], 93) Aus diesem Grund wird die Reduktion der Bedürfnisse aufs Triebhafte aber zum Instrument der Herrschaft, da Alternativen zum Gegebenen nicht erdacht werden. Die Nähe zur Dialektik der Aufklärung ist unverkennbar. Wie Adorno und Horkheimer ist auch Marcuse der Meinung, dass die unmittelbaren Gratifikationen, die uns die Kulturindustrie bietet, den Blick auf eine tiefere Wahrheit verstellen. Während erstere aber lediglich im Wissen um die Unerfüllbarkeit der Versprechungen, in der Negation falscher

Glücksversprechungen Momente des Entrinnens erkennen, verweist Marcuse auf das Potenzial unentwickelter nicht-repressiver Lust, die beim Stand der gesellschaftlichen Entwicklung realisiert werden kann.

Gegenüber dem Pathos der großen Theorien ist freilich Skepsis angebracht. Sowohl bei Marcuse als auch bei Adorno und Horkheimer bleibt der Standpunkt, von dem aus die Kritik formuliert wird, auf wundersame Weise von der geschichtlichen Tendenz unberührt (vgl. Habermas 1988, 144). Die Vernunft, mit der sich die Kritik formulieren lässt, ist offensichtlich nicht jene instrumentelle, die zur fortschreitenden Unterdrückung beiträgt. Wenn aber die Kritische Theorie für sich beansprucht, sich gegenüber der Welt reflexiv zu verhalten, muss sie dies grundsätzlich allen zugestehen. Insofern kann eine kritische Theorie der Kulturindustrie das Reflexionspotenzial der Vernunft nutzen. Zudem bleibt die Bestimmung des Gegenstands der Kritik recht vage. Die Unterscheidung zwischen repressiver Entsublimierung und sublimiertem Eros wie auch die zwischen dem wahren Ausdruck des Leidens im Kunstwerk und seiner Verkehrung in falsches Vergnügen ist schwer zu treffen. Sie verbleibt im Rhetorischen und entzieht sich der Überprüfbarkeit. Nun ficht dieser Vorwurf eine Theorie, die das Bemühen um Operationalisierung von philosophischen Aussagen als Ausdruck eindimensionalen Denkens verwirft, nicht an. Für eine soziologische Analyse der Reproduktion sozialer Ungleichheiten ist die begriffliche Präzisierung zu Zwecken der empirischen Überprüfbarkeit aber unerlässlich. So sehr zwar die Weigerung, immer gleich an empirischen Tatsachen gemessen zu werden, das kritische Denken am Leben hält und uns vor der Langeweile eines allzu beflissenen Empirismus bewahrt, mit dem Rückzug in die Beliebigkeit metaphysischer Spekulationen kapituliert die Kritische Theorie ebenso vor der Realität, wie jener von ihr kritisierte Szientismus, der das unmittelbar Wahrnehmbare schon für die Wirklichkeit hält.

Dennoch gilt es an einigen zentralen Punkten der traditionellen Kulturindustriekritik festzuhalten. So lässt sich etwa das Moment der Entsublimierung nicht leugnen. Die Produkte der Kulturindustrie dienen ohne Zweifel häufig der Befriedigung unentwickelter, infantiler Bedürfnisse. Diese unmittelbare Triebabfuhr verhindert nicht nur ein reflexives Verhältnis zur Kulturindustrie, sie bindet uns affektiv an sie. In der Rezeption vollzieht sich unbemerkt die Angleichung an ihre Produkte, oder wie Adorno und Horkheimer sagen, die „zwangshafte Mimesis der Konsumenten an die zugleich durchschauten Kulturwaren“ (Horkheimer und Adorno 1988 [1944], 176). In der Teilnahme an den Vergnügungen der Kulturindustrie bilden wir Gewohnheiten aus, die sich der unmittelbaren Steuerung entziehen. Ihre Wirkung zielt nicht auf die Verbreitung von Ideologien, sondern auf die Inkorporation von Verhaltensmustern, die zwar Gegenstand der Reflexion und Kritik sein können, in den unzähligen Wiederholungen des täglichen Konsums aber dennoch zur zweiten Natur werden. Günther Anders setzt die kulturindustriellen Rezeptionsweisen insofern auch dem Essen gleich. „Wir sind in eine industrielle Oralphase hineinlaviert,

in der der Kulturbrei glatt hinuntergeht. In dieser Phase soll das Gelieferte gar nicht mehr wahrgenommen, sondern eben nur noch aufgenommen werden.“ (Anders 2002 [1980], 254)

Diese Interpretation des Medienkonsums als vorreflexive Imitation, als unmerkliche Inkorporation eröffnet neue Wege der kritischen Auseinandersetzung mit der Kulturindustrie. Denn vor dem Hintergrund der Bourdieu'schen Klassentheorie erweist sich Medienkonsum als Beitrag zur Ausbildung und Verstärkung des Klassenhabitus. Medienwirkung wird dann nicht als ideologische Verblendung, noch als unmittelbar wahrnehmbare Reaktion auf einen Stimulus und schon gar nicht als subliminale Manipulation (vgl. Barnet und Burris 2001, 90) konzeptualisiert, sondern als fortwährende Bestätigung jener Dispositionen, die über den Zugang zur Statuspositionen entscheiden. Insofern trägt die Kulturindustrie auch zur Stabilisierung von sozialen Ungleichheiten bei. Repressive Entsublimierung heißt dann nichts anderes als Regression auf den Klassenhabitus. An die Stelle der spekulativen Kritik der Kulturindustrie tritt eine soziologische Theorie sozialer Reproduktion, in der die Rolle der Kulturindustrie als Katalysator der kulturellen Klassendifferenzen nicht unberücksichtigt bleibt.

Diese Theorie erweist sich als immun gegenüber den Einwänden, die von der kulturalistischen Rezeptionsforschung vorgebracht werden. Denn der Verweis auf so genannte oppositionelle Lektüre bleibt den Nachweis schuldig, ob diese nicht bloß über Formen der Unterwerfung hinwegtäuscht. In der Tat können Jugendliche in der Aneignung kulturindustrieller Inhalte ein Bewusstsein für ihre soziale Lage entwickeln, eine rebellische Gesinnung zum Ausdruck bringen und sich dennoch aufgrund ihrer habituellen Disposition den gesellschaftlichen Zwängen beugen.³ Auch die ethnographischen Aneignungsstudien, die den Prozess der kollektiven Identitätsbildung ins Zentrum des Interesses stellen, wären kein Beleg für die Unhaltbarkeit der „Entfremdungsthese“, sondern ein zusätzliches Indiz für die Tatsache, dass Medieninhalte zur Verfestigung von klassenspezifischen Gewohnheiten beitragen. Indem die Jugendlichen die medialen Schablonen wieder und wieder in ihren Lebenswelten zum Gegenstand der Selbstvergewisserung machen, werden sie erst zu einer Eigenschaft des Leibes.⁴

3 Paul Willis hat diese Dialektik in seiner frühen Arbeit über Arbeiterkinder in einer englischen Industrieregion scharfsinnig herausgearbeitet (Willis 1977). Leider rückte er in der Folge von seinen frühen Ansichten zugunsten eines einfacheren Kulturalismus ab.

4 Das methodische Problem der Operationalisierung und Messung von Effekten der Kulturindustrie bleibt bestehen. Jedenfalls stoßen Befragungen, seien sie nun quantitativer oder qualitativer Art an Grenzen. Die in Befragungen erhobenen Aussagen über Einstellungen und Verhalten sind immer Reflexionen und Rationalisierungen konkreten Verhaltens, die ihre Bedeutung im Kontext der Befragung erhalten. Das führt nicht nur zur alten Frage der sozialen Erwünschtheit, sondern auch zur Unterscheidung von reflexivem und praktischem Verhältnis zur Welt. In Befragungen nehmen wir immer schon ein reflexives Verhältnis zu unserem Tun ein. Auf den Unterschied zwischen Ex-Post-Rationalisierungen und konkretem Verhalten im Alltag wird zwar vor allem in der qualitativen Methodologie häufig hingewiesen. Eine befriedigende Operationalisierung von habitualisierten Praktiken bietet aber auch sie

Bausteine zu einer reflexiven Kulturindustriekritik

Diese Art der Kritik unterscheidet sich deutlich von der Kritik der Ökonomen und Organisationssoziologen an der Kulturindustrie, die im Zentrum der Analyse in Kapitel 7 stand. Grundsätzlich bewerten diese die Leistungen des Marktes vor dem Hintergrund gegebener Präferenzen. Märkte versagen, wenn sie nicht in der Lage sind, das, was am Markt nachgefragt wird, in ausreichender Menge und zu optimalen Preisen anzubieten. Organisationen versagen, wenn sie eine bestehende Nachfrage unbefriedigt lassen, obwohl sie dadurch Profite erzielen könnten. Im ersten Fall ist das Versagen Folge rationalen Handelns auf imperfekten Märkten, im zweiten eine ökonomisch irrationale Konsequenz mangelnder Anpassung an die Marktbedingungen. Die Präferenzen der Konsumenten sind aber in keinem der beiden Ansätze Gegenstand der Bewertung. Die Souveränität der Konsumenten und Konsumentinnen ist in der Ökonomie wie in der Organisationssoziologie sakrosankt.

Da aber Ökonomen nicht nur Wissenschaftler sind, sondern auch Konsumenten und nicht selten aktive Teilnehmer am gesellschaftlichen und politischen Leben, nehmen sie allenthalben auch einen Mangel an Vielfalt und Qualität wahr, der sich nicht aus dem Versagen von Märkten und Organisationen erklären lässt. Spätestens wenn die Rede auf das Programm der privaten wie öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter, seiner zuweilen beträchtlichen Infantilität, Vulgarität, Misogynie, Gewaltverherrlichung etc. kommt, lässt sich das Unbehagen am freien Medienmarkt nicht mehr leugnen. Dann ist es nur noch ein kleiner Schritt zur Forderung nach staatlichem Eingriff. Der Medienökonom Jürgen Heinrich etwa bricht schweren Herzens eine Lanze für die in Europa zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eingehobenen „Zwangsentgelte“ (man beachte die tendenziöse Terminologie), obwohl diese einen Eingriff in die selbstregulierenden Kräfte des freien Marktes darstellten. Als Ökonom kritisiert er zwar die „Missachtung von Konsumentenpräferenzen durch politikbestimmte Rundfunkveranstaltung“, doch angesichts der stetigen Verflachung des Programms der Fernsehanbieter in einem kommerziellen Medioumfeld kann er als Rezipient diese „Missachtung als eine Begründung für kollektiv finanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ akzeptieren (Heinrich 2002, 275).⁵

nicht an. Naheliegend sind in diesem Zusammenhang nicht-reaktive Verfahren, die aber im Gegensatz zum sozialwissenschaftlichen Königsweg der Befragung wenig entwickelt sind.

- 5 Während Heinrich hier sein Unbehagen nur zum Ausdruck bringen kann, indem er sein Bildungsbürger-Ich vom Ökonomen-Ich spaltet, werden staatliche Eingriffe von Ökonominen und Ökonomen zuweilen mit dem Hinweis auf die Existenz meritokratischer Güter verteidigt. Dabei handelt es sich um Güter, die allgemein als nützlich gelten, aber am Markt nicht in ausreichendem Ausmaß nachgefragt werden. Auf Bildung z.B. würden viele, wenn sie dafür zahlen müssten, verzichten. In diesen Fällen behält sich der Staat vor, die Entscheidungsfreiheit der Menschen durch rechtliche Regelungen einzuschränken und das Gut unentgeltlich zur Verfügung zu stellen. Dieser schützt dann die Menschen in gewisser Weise vor ihrer Irrationalität, weil sie die Folgen ihres Handelns bzw. Nichthandelns, nicht richtig einschätzen.

Zurecht wurde eine Kulturindustriekritik, die den eigenen ästhetischen Standpunkt zum Maßstab der Bewertung macht, als unzulässig abgelehnt. Der amerikanische Kulturoziologe Herbert J. Gans, der sich schon früh mit bürgerlichen wie marxistischen Massenkulturtheorien und Fragen der Bewertung von Popularkultur auseinandergesetzt hat, hält die Trennung von privaten Geschmacksurteilen und kulturpolitischen Anliegen für zentral. „If and when a sociologist (und das gilt natürlich auch für alle anderen Professionen; A.G.) takes on a public policy role, however, he or she cannot impose his or her private choices or evaluation on other people but must take account of their private evaluations and build them into public policy.“ (Gans 1999 [1975], 163) Kulturkritik vor dem Hintergrund einer spezifischen Geschmackskultur ist in ihrer Willkürlichkeit nicht nur beliebig und daher wirkungslos, sondern auch als Ausdruck des Eigeninteresses an der Durchsetzung allgemeiner ästhetischer Standards gegenüber konkurrierenden angreifbar. Aber Gans ist, wie viele seiner linksliberalen Kollegen und Kolleginnen, nicht in der Lage einen Ausweg aus diesem Dilemma anzuzeigen. Als guter amerikanischer Demokrat verteidigt er die Bedürfnisse der einfachen Leute gegen die Anmaßungen der bürgerlichen Kulturpessimisten und spricht sich für eine kulturelle Landschaft aus, die den unterschiedlichsten Bedürfnissen gerecht wird: „A desirable taste culture [...] must respond to and express the demands of its users, offering cultural content that provides the aesthetic satisfaction, information, entertainment, and so forth, which they want or think is good.“ (Gans 1999 [1975], 164) Als gebildeter Beobachter der Geschmackskulturen entgeht ihm aber nicht, dass es zwischen Hoch- und Popularkultur durchaus Differenzen gibt. Insofern räumt er im gleichen Atemzug ein, dass „the high cultures are better or at least more comprehensive and more informative than the lower ones.“ (Gans 1999 [1975], 167) Schließlich fordert auch er kulturpolitische Maßnahmen, die der breiten Masse den Zugang zur Hochkultur ermöglichen, ohne sich die Tatsache bewusst zu machen, dass jene von ihm gegen die Kritiker verteidigte Kulturindustrie, die auf die unmittelbare Befriedigung der Bedürfnisse ihrer Rezipientinnen und Rezipienten reagiert, auch zu den habituellen und kognitiven Beschränkungen beiträgt, die den Zugang zur Hochkultur erschweren.

Lässt sich eine solide Basis benennen, von der aus Kulturindustrien und ihre Hervorbringungen kritisiert werden können, ohne sogleich den Reflex ihrer Verteidiger auszulösen, die auf die Bedürfnisse der Konsumenten verweisen und deren berechtigten Wunsch, sie mit den Angeboten der Kulturindustrie zu befriedigen? Gibt es Standards der Bewertung jenseits ästhetischer Partikularinteressen? Adorno, dem fälschlicherweise vorgeworfen wurde, dass er seine Kritik vom

zen können. Diese Art von Gütern findet sich in den Augen von Medienökonominnen und -ökonominnen auch in der Kulturindustrie (z.B. Kiefer 2001, 82, 136ff.; Heinrich 2002, 43, 602). So gelten etwa zuverlässige politische Information und Meinungsvielfalt als meritokratische Güter, da sie für funktionierende Demokratien unverzichtbar sind. Kulturelle Vielfalt oder Qualität wird in diesem Zusammenhang allerdings nicht erwähnt.

Standpunkt eines bürgerlichen Kunstverständnisses formuliert hätte, hält die so genannte Hochkultur keinesfalls als geeigneten Maßstab der Bewertung. In ihr sieht er die gleichen Mechanismen der Fetischisierung und der Regression am Werk wie in der Popularkultur (Adorno 1982 [1938]; 1989 [1962], siehe dazu auch Kapitel 6.1). Ihm ist an einer Rettung eines Erfahrungsbereichs gelegen, der vollkommen der Kompromittierung durch die Kulturindustrie entzogen ist. Diesen Anspruch sah er allein in der avanciertesten Musik seiner Zeit, der Musik Schönbergs, Weberns und Bergs erfüllt. In ihr käme, so Adorno, die Uneinlösbarkeit der Versprechungen einer ins Mythologische umschlagenden Aufklärung zum Ausdruck. Und nur sie bewahre das Bewusstsein von Versöhnung in der Negation.

Adorno entgeht mit seiner geschichtsphilosophischen Fundierung der Kulturindustriekritik zwar dem Vorwurf des ästhetischen Partikularismus und etabliert einen Maßstab der Bewertung jenseits des eigenen kulturellen Standpunkts, doch bleibt dieser abstrakt und verliert seine Plausibilität, sobald die geschichtsphilosophischen Prämissen seiner Begründung in Frage gestellt werden. In der Tat gibt es wenig Grund, die Gleichsetzung von Vernunft mit Herrschaft wie auch die werkästhetische Annahme eines objektiven Geistes, der sich in Kunstwerken realisiere, zu akzeptieren. In den Niederungen der Kulturpolitik bleibt denn auch vom hohem Anspruch nicht viel mehr übrig als der Ruf nach einer „Philosophenrepublik“, in der die Experten das kulturelle Wohl der Menschen in Händen halten: „Nicht die plebiszitäre Mehrheit dürfte über kulturelle Phänomene, die an Massen sich richten, entscheiden, und auch nicht die abgefeimte Weisheit von Patriarchen, die tun, als ob sie gütig darüber wachen, was den Massen zuträglich ist. Befinden sollten allein Menschen, die sachlich zuständig sind; die ebensoviel von Kunst verstehen wie von den sozialen Implikationen der Massenmedien.“ (Adorno 1986 [1963], 344)

Die Verantwortung der Intellektuellen, die Adorno hier einfordert, soll nicht bestritten werden. Nicht zuletzt die breite Akzeptanz der britisch-amerikanischen Kulturstudien zeugt von der Tatsache, wie sehr sie vor der Kulturindustrie kapituliert haben und sich auf die Seite jener schlugen, die ihre demonstrative Toleranz gegenüber den kulturindustriellen Vergnügungen schon für ein Instrument der Befreiung halten, wo sie lediglich eines der Verschleierung realer Unterschiede ist. Doch scheint mir die Forderung Adornos nach einer „Diktatur der Experten“ gleichermaßen ungeeignet, dem Beitrag der Kulturindustrie auf die Reproduktion von Ungleichheiten entgegenzuwirken, da sie den Despotismus, zu dessen Beseitigung sie antritt, auf der kulturellen Ebene erneuert. Dem möchte ich das *Programm einer reflexiven Kulturindustriekritik* gegenüberstellen, das hier abschließend skizziert werden soll.

Im Unterschied zu den Kritikern wie auch den Verteidigern der Kulturindustrie geht es nicht um die Durchsetzung oder Verteidigung ästhetischer Standards, sondern vielmehr um die Forderung nach einem *reflexiven Verhältnis zu den eigenen kulturellen Bedürfnissen*. Während Kulturindustrien (wie überhaupt die

gesamte Konsumgüterindustrie) auf die spontane und vereinzelte Befriedigung kultureller Bedürfnisse abzielen, ermöglichen Erfahrungsräume, die der vor-reflexiven Abfuhr von Triebenergien entzogen sind, eine distanzierte Bewertung der eigenen Vorlieben. In den Blick geraten nicht nur der eigene ästhetische Standpunkt, sondern auch die Formen der Regression, die zur Reproduktion kultureller Gewohnheiten, Praktiken, Wahrnehmungs- und Bewertungsweisen beitragen. An die Stelle eines konsumistischen („oralen“) Verhältnisses zu den kulturellen Angeboten tritt Reflexion, in der die Verhärtung von Dispositionen qua Kulturindustrie sichtbar wird. Sie bedarf zweifellos einer kommunikativen Einbettung. Erst wenn wir den eigenen ästhetischen Standort an den Erfahrungen anderer messen und relativieren, gewinnen wir ein Sensorium für die Defizite der eigenen kulturellen Gewohnheiten und die Möglichkeit ihrer Veränderung.

Reflexive Kulturindustriekritik heißt in diesem Zusammenhang aber auch: *den Standpunkt des Kritikers in die Kritik einzubeziehen*. Der Vorwurf der Arroganz, den sich Kritiker zuweilen gefallen lassen mussten, rührt von der nicht unberechtigten Annahme her, dass die eigenen Praktiken nicht in gleicher Weise Gegenstand der Kritik sind wie die der anderen. Auch wenn die Effekte der Kulturindustrie in den Milieus am sichtbarsten sind, die am weitesten von den Stätten der Reflexion entfernt sind, sollten sie dennoch nicht privilegierter Gegenstand kritischer Analyse sein. Nichts ist leichter, als das Publikum des Musikantenstadels der Infantilisierung und des Selbstbetrugs zu überführen. Nicht weniger von den regressiven Elementen der Kulturindustrie infiziert sind aber die Vergnügungen der Intellektuellen, wenngleich die Chancen zu einer reflexiven Weiterfahrung mit der Distanz zu den Notwendigkeiten des Alltagslebens und dem Zugang zur Bildung steigen. Nichtsdestotrotz ist angesichts einer Kulturindustrie, die sich der fortgeschrittensten Avantgarden annimmt und sie in den Bann des Vermarktungskalküls zieht, der die innovativsten Produktionen zum wohlfeilen Event werden und in der Sperriges so appetitlich verpackt ist, dass es allzeit als gefälliges Accessoire den Alltag zu behübschen vermag, von der kritischen Reflexion kultureller Gewohnheiten im eigenen Milieu mehr über die Mechanismen der Kulturindustrie in Erfahrung zu bringen als von der Analyse ihrer vulgärsten Hervorbringungen.

Es wäre ein Missverständnis, anzunehmen, dass die reflexive Kulturindustriekritik auf eine vollständige Unterdrückung unserer Bedürfnisse nach Vergnügen und Zerstreuung abzielt. Die zwanghafte Verweigerung alles Regressiven wäre ebenso pathologisch wie die vollkommene Unterwerfung unter das Spaß- und Genussdiktat der Kulturindustrie. Der kulturalistische Konsens jedoch, der kulturelle Bedürfnisse jeglicher Art bedingungslos zu tolerieren und rechtfertigen scheint, zeugt von einem deutlichen Mangel an Reflexivität. Das Bemühen um Alternativen zur warenförmigen, vor-reflexiven, spontanen und einsamen Bedürfnisbefriedigung vor den Radio- und Fernsehgeräten, mit Walkman und iPod, beim Megaspektakel oder im Internet ist nicht vom

Wunsch ihrer Abschaffung getragen, der ohne Zweifel grotesk wäre, sondern allein durch die Einsicht motiviert, dass die Kritik der Kulturindustrie bei der Kritik am Versagen von Märkten und Organisationen nicht stehen bleiben darf. Die kulturpolitische Forderung nach kultureller Vielfalt muss über die Verteidigung unterschiedlicher kultureller Bedürfnisse hinausgehen. Sie kann sich nicht damit begnügen, den partikulären Wünschen an die Kulturindustrie nachzugeben. Vielmehr gilt es Erfahrungsräume zu schaffen, in denen die eigenen kulturellen Bedürfnisse im Lichte neuer Erfahrungen bewertet werden. Mit der Forderung nach kultureller Vielfalt muss insofern auch der Anspruch der produktiven Verunsicherung verbunden sein. Die Erweiterungen des Menüs um einige leicht verdauliche exotische Varianten mag unseren Alltag zwar bereichern, zu einem reflexiven Verhältnis gelangen wir dadurch nicht. Erst wenn sie uns dazu nötigen, unsere Gewohnheiten zu überdenken, rückt die Tatsache ins Blickfeld, dass über kulturelle Praktiken auch soziale Ungleichheiten reproduziert werden. In welchem Rahmen könnte dies erfolgen? Hier ist nicht der Ort, diese ersten Bausteine einer reflexiven Kulturindustriekritik in konkrete kulturpolitische Konzepte zu übersetzen. Dass die Bildungseinrichtungen und öffentlich-rechtliche Rundfunkstationen eine zentrale Rolle spielen, sollte klar geworden sein. An die Stelle des kumpelhaften Anbieterns an Subkulturen und Milieus müsste aber das Sichtbarmachen ästhetischer Differenzen wie auch der sozialen Unterschiede ihrer Träger treten. Dadurch sind sie keineswegs aufgehoben, sie werden aber zum Gegenstand der Reflexion und bearbeitbar.

Diese Form der Kulturindustriekritik unterscheidet sich wesentlich von den kulturpessimistischen Klagen über den Verfall der öffentlichen Kultur konservativer Bildungsbürger. Erstens hütet sie sich davor, die Defizite der Rezipienten zu einer Frage des moralischen Versagens zu machen. Der Mangel an Reflexion zeugt weder von moralischer Inferiorität, noch kann er den Personen zugerechnet werden. Er ist vielmehr Ausdruck struktureller Zwänge, Ungleichheiten des Zugangs zu Bildung, die durch die Kulturindustrie stabilisiert werden. Zweitens ist die bürgerliche Kunstkultur von der Kritik nicht ausgenommen. Obgleich die Werke in der klassischen Tradition sich in ihrer Komplexität von der Popularkultur unterscheiden und insofern auch eher zu einem reflexiven Verhältnis anregen, sind sie nicht von der Kritik suspendiert. Nur zu oft täuscht die Empörung über die Vulgarität der kulturindustriellen Angebote über die regressiven Elemente in der eigenen Kultur hinweg. Drittens maßt sich eine reflexive Kulturindustriekritik nicht an, den Konsumentinnen und Konsumenten vorzuschreiben, was und wie sie Kultur zu rezipieren hat. Die Kritik an der Industrie richtet sich nicht so sehr gegen die Inhalte, sondern gegen die Tatsache, dass individuelle und isolierte Kaufakte am Markt mittlerweile zum beinahe einzigen legitimen Modus der Artikulation von Bedürfnissen avanciert sind. Es gilt nicht nur die Defizite des Marktes, wie sie in Kapitel 7.2 identifiziert wurden, und das allenthalben zu beobachtende, in Kapitel 7.3 beschriebene Unvermögen von Unternehmen, Änderungen in der

Nachfrage wahrzunehmen, zu beseitigen und den Wettbewerb am Markt zu stärken, sondern überhaupt Alternativen zur Logik von Märkten zu etablieren. Die Akteure am Markt – und dies gilt nicht nur für die Kulturindustrie zu, sondern für alle Konsumgüterindustrien – entscheiden spontan, isoliert und vorreflexiv. Die Kritik, die hier in den Grundzügen skizziert wird, geht aber von der Annahme aus, dass wir erst Klarheit über unsere Bedürfnisse gewinnen, wenn wir sie nicht unmittelbar befriedigen, sondern im Lichte der Erfahrungen anderer, d.h. diskursiv neu bewerten. Letztlich lebt in ihr die etwas unzeitgemäß erscheinende Utopie fort, dass jenseits der instrumentellen Vernunft isolierter Nutzenmaximierer eine Vernunft existiert, die uns im Wege der kollektiven und reflexiven Verständigungen neue Perspektiven erschließt.

