



# 2003/37 Thema

<https://ads.jungle.world/artikel/2003/37/kulturindustrie-und-amerikakritik>

# Kulturindustrie und Amerikakritik

Von **Diedrich Diederichsen**

**Ist Adornos These, in der Kulturindustrie sei Kunst zur Massenkultur geworden, antiamerikanisch? Nein, aber die Frage ist trotzdem gut. von diedrich diderichsen**

Das Kulturindustrie-Kapitel aus der »Dialektik der Aufklärung« (1947) enthält in dichter, oft tiradenhaft einschmelzender Form viele Themen, über die sich kritische Kulturtheorie noch heute den Kopf zerbricht: Wie aus der bürgerlich autonomen Kunst, deren Gebrauchswert in ihrer Nutzlosigkeit lag, eine Massenkultur geworden ist, die unterm Tauschwert nur noch nützlich ist; wie kultureller Konsum nur den Status- und Konkurrenzkämpfen dient; wie die Verwertungslogik die komplette Kultur total dominiert.

Dem Vielen, was daran als grobe Jahrhundertdiagnose im Großen und Ganzen wahr ist – und durch häufige, oft vulgarisierte Wiederholung auch banal –, stehen die eher umstrittenen Unterthesen gegenüber: Film und Radio kommen nur kulturindustriell vor, älteren, vor allem ohne technische Medien auskommenden Disziplinen wird Kunst unter bestimmten Bedingungen noch zugetraut.

Harmoniert der Affekt gegen die Massenkultur – und das bei aller Kritik auch früherer bürgerlicher Formen doch spürbare Bedauern über deren Untergang – nicht doch sehr mit einem Kulturpessimismus, der zwar unter Adornos Niveau bleibt und über den er sich gelegentlich auch mokiert, der im Ergebnis aber ähnlich ausfällt? Fallen die oft auch praktisch umgesetzten Sympathien für Jazz, Chancen neuer Medien und kultureller Produktionsformen, die man bei so unterschiedlichen anderen Jahrhundertlinken wie Benjamin, Marcuse oder Eisenstein findet, auch alle unters Verdikt? Was ist mit der Evidenz, dass große Kunst, falls das überhaupt irgendwas heißt, von Howard Hawks bis Charlie Parker, unter genau jenen kulturindustriellen Bedingungen entstanden ist, die Adorno / Horkheimer in den vierziger Jahren im Auge hatten?

Ob Adornos Kulturindustrie-These anti-amerikanisch sei, latent oder explizit, lautet nun eine weitere Frage, die mir von der Redaktion der Jungle World gestellt wurde. Der Gedanke dahinter ist reizvoll, könnte er doch neues Licht auf festgefahrene Debatten zwischen Pro- und Anti-Amerikanern werfen. Schließlich ist der ideologiekritische Werkzeugkasten der Anti-Anti-Amerikaner ja oft gut mit Adorno-Argumenten und -Zitaten gefüllt. Da wird es interessant, wenn eine der meistkolportierten und -imaginierten anti-amerikanischen Szenarien von Adorno selber stammt oder argumentativ alimentiert wurde: dass nämlich von den USA aus die Welt verderbender kultureller Schund von einer rein am Gelde interessierten Zentrale Hollywood aus verbreitet werde, der die Menschen »manipuliert« (linke Variante) und die autochthonen

Kulturen »mcdonaldisiert« (rechte Variante).

Doch auf den ersten Blick lässt sich die Frage klar verneinen. Die Kulturindustrie ist keine amerikanische Verschwörung gegen europäische Kultur, sie ist eine klar als universal kapitalistisch gekennzeichnete Veranstaltung. Im »Resümee über Kulturindustrie«, das den Lesern des Jahres 1962 die Thesen des Kulturindustrie-Kapitels aus der lange Zeit nicht verfügbaren »Dialektik der Aufklärung« zusammenfassend erläutert und sie teilweise einschränkt, ist von den »entwickeltesten Ländern« als Ausgangspunkt die Rede. Wo andere Ressourcen keine besondere Profitrate mehr bringen, müssen die subtileren abgebaut werden.

Das ist die immer wieder zentrale Behauptung: Kulturindustrie wird um des Profites willen veranstaltet. Scheußlicher aber als zur Schau gestellte Warenhaftigkeit ist künstlerische und moralische Präntention, der »prächtige Kerl« und das »tüchtige Mädel«: »Nicht also dass die Kulturindustrie Amusement aufwartet, macht den Betrug aus, sondern dass sie durch geschäftstüchtige Befangenheit in den ideologischen Clichés der sich selbst liquidierenden Kultur den Spaß verdirbt. Ethik und Geschmack schneiden das ungehemmte Amusement als naiv ab.«

In diesem Sinne hätte die Kulturindustrie in der Zwischenzeit dazugelernt. Abgeschnitten wird wegen Ethik und Geschmack nichts mehr. Was aber hat es mit der »geschäftstüchtigen Befangenheit« auf sich? Meiner Ansicht nach eine entscheidende Wunschvorstellung des Autors, der sich zugleich als Antikapitalist und Ästhet versteht und beides miteinander zu harmonisieren versucht. Daher müssen dann die Geschäftstüchtigkeit und das Spießertum, schlechte Kunst und kapitalistisches Kalkül immer an einem Strang ziehen.

Sicher bietet Geschäftstüchtigkeit keine Garantie für so etwas wie guten Geschmack, lässt aber auch nicht zwingend das Gegenteil erwarten: Politische wie avantgardistische Kunst war während der ganzen Moderne darauf angewiesen, die staatlichen gegen die privaten Geldgeber und Institutionen auszuspielen, zuweilen auch mit Erfolg. Und gerade die kleinen Klitschen mitten im Konkurrenzkampf hatten in manchen seltenen glücklichen Sekunden keine andere Wahl, als irgendwelchen beseelten Irren ihre Türen offen zu halten. Die Allianz der Reichen und der Spießer ist natürlich ein antiamerikanisches Bild, vor allem wenn man aus den Spießern ignorante und ungebildete Barbaren macht – aber natürlich ein anderes als das (antiamerikanische und antisemitische) Klischee von der die gewachsene Kultur usurpierenden Macht des kosmopolitischen Geldes.

Unterschiedlich verläuft dann auch die Begründung für die selten befriedigend geklärte Frage, warum denn eine bestimmte kapitalistische Rationalität bei der Produktion der Kulturwaren neben leichter einsichtigen Mängeln wie Fertigungsschäden, mangelnde Haltbarkeit, Sorgfalt etc. auch unbedingt bestimmte Ideologien automatisch befördern soll bzw. ein bestimmtes Ideologischsein aller kulturindustriellen Produkte – unabhängig von den konkreten Absichten der Produzenten? Liegt das, wie es manchmal heißt, nur an der Warenform, gibt es gar keine (lokalen, funktionalen etc.) Unterschiede zwischen Waren und sind am Ende kulturell-politische Ordnungen vorzuziehen, in denen die vermeintlich freie Wahl zwischen unterschiedlichen Produkten gar nicht stattfand?

Die Form der Ideologie, die die Kulturindustrie verbreitet – Einverständnis mit Scheinfreiheiten –, betrogen zu werden, genormte Pseudoindividualität etc. klingt so raffiniert, dass man schon sehr innig an die blinde, dennoch die unter ihrem Joch stehenden Subjekte knallhart determinierende

Logik der Verwertung glauben muss.

Wie sonst soll die Automatik funktionieren, mit der in der realen kapitalistischen Produktionsanarchie sich selbst überlassene und nur durch Profitinteresse bestimmte Prozesse immer dieselben und auch noch so komplex gebaute Bewusstseins-Substrate hinterlassen? Aber gerade das ist der Nachteil dieser Ideologiekritik: Dass und wie sie die ideologische Form (z.B. ein Vorurteil, ein Klischee) und dessen Inhalt gleichsetzt (wie gehen welche Rezipienten damit um, gegen wen richtet sich das Vorurteil). Dass die abgeleitete Bestimmung der ideologischen Form als wesentlicher gegenüber den für die Betroffenen aber oft existenziellen inhaltlichen Unterschieden innerhalb eines Klischees gewertet wird. Natürlich ist das als ideologisch Erkannte immer als unwahr erkannt. Es macht aber einen Unterschied, je welche Konsequenzen welche Lüge hat.

Man müsse den Ausdruck »Industrie« nicht ganz wörtlich nehmen, schränkt Adorno 1962 ein. Auf der Ebene der Produktion gäbe es die individuelle Produktion nebenher durchaus auch noch, ja es gäbe ein gewisses Künstlertum, damit sich die Kulturindustrie kaschieren könne. Industriell sei eher die Distribution. Und mit ihr die immer wieder beschworene Unausweichlichkeit des Massenbetrugs – egal wer, beim Verbrechen des Betruges eine nicht unwichtige Frage, wen mit welchem Motiv (jenseits des immer wieder hervorgehobenen Profits) betrügt. Diese Konstruktion hält aber eben nur, wenn sie sich auf Adornos Begriff des Ästhetischen bezieht.

Die Zwangsläufigkeit der kulturindustriellen Logik funktioniert nur dann, wenn man als ihren Gegenstand Kunst annimmt bzw. das, was einst Kunst war und von rechts wegen Kunst sein sollte. Kunst darf nämlich per definitionem nicht von anderen als ihren eigenen Gründen geleitet werden und am allerwenigsten von kommerziellen. Wird sie dies doch, selbst, wenn es ihr aufgrund kulturindustrieller Tricks nicht anzumerken sein sollte, hat sie schon Schaden genommen.

Ein bisschen zirkelschlüssig ist das Ganze zwar: Kunst ist das, was nicht kulturindustriell verhunzt wurde, Kulturindustrie ist schlimm, weil sie Kunst verhunzt. Aber, wenn man Adorno anderswo entwickelte und feiner ausgeführte Bestimmungen von Kunst zugute hält, eben doch stimmig.

Wenn die Kulturindustrie aber nur die Kunst (dieser billigt er von Haus aus die Qualität des Widerständigen zu, jener Vorschein der Utopie zu sein) verhunzte und verhökerte, die hohe wie die niedrige, wie Adorno betont, ließe sich aus dem Begriff der Kulturindustrie ein sehr schlichter und dem kulturpessimistischen Kleinbürgertum nicht ganz unbekannter und schon gar nicht unverträglicher Gedanke zimmern, der sich auch dem Antiamerikanismus gerne hinzugesellen würde. Geld verdirbt die Kunst.

So einfach und reaktionär unbrisant war das aber nicht gedacht: Vielmehr wird ja die Kulturindustrie gefasst als eine Sphäre, die Öffentlichkeit, Diskussionen, Debatten und Kunst umschließt, alles also, was einmal – dem Vernehmen oder dem Gedanken nach – bürgerliche Öffentlichkeit gewesen sein soll. Tatsächlich geht es über weite Strecken des Kulturindustriekapitels und späterer thematisch verwandter Essays um das Radio und später das Fernsehen. Gerade über dessen Funktion als Stimme der Propaganda und der Reklame entsteht derjenige Charakter der Kulturindustrie, der deutschen Faschismus und amerikanischen Kulturkapitalismus einander annähert: die Sprache der Reklame und der Propaganda nähern sich einander an und beherrschen den öffentlichen Raum. Dies ist nun eigentlich erst genuine

Kulturindustrie, nicht mehr von dem aus denkbar und ableitbar, was verhunzt wurde.

Doch sind nun gerade die Radioindustrie – wie er sie nennt – und die Filmindustrie nicht nur in der drögen Empirie ökonomischer Organisation, noch bevor der öffentlich-rechtliche Rundfunk erfunden bzw. als weises Nebenprodukt amerikanischer Reeducation netterweise verhängt wurde, relativ getrennte Sphären.

Die in den Kulturindustriertexten beobachtete Konvergenz von Schlager, Film und Propaganda in Ton, Stil und Funktion der Reklame als eine Art absoluter Ideologie ebnet zwei große Unterschiede ein: zum einen den zwischen Kunst und politischer Öffentlichkeit, wobei die Einebnung dann auch die beiden Pole zum Verschwinden bringt.

Dieser Unterschied mag nun tatsächlich faschistisch oder kapitalistisch bedroht und zuweilen totalitär eingeebnet gewesen sein oder in der so genannten Reklameideologie tendenziell verschwinden, aber abgesehen von den restbeständigen und immer mal wieder rekonstruierten realen Unterschieden ist für den systematischen Charakter von Adornos Überlegungen entscheidend, dass die beiden Bereiche und ihre Rolle in der bürgerlichen Gesellschaft unterschiedliche Genealogien haben, die auch im Moment ihres vermeintlich totalen Verschwindens noch als kategoriale Unterschiede, sei es im Alltagsbewusstsein, sei es in künstlerischen Praktiken, eine Rolle spielen.

Vor allem aber gibt es bestimmte politische Institutionen liberaler Öffentlichkeit, deren Vorhandensein bei aller Konvergenz zwischen Reklame und Propaganda dann doch einen Unterschied ums Ganze macht.

Der andere unzulässig verwischte Unterschied ist der zwischen omnipräsenter Ideologizität im Modus von Reklame und Massenkultur einerseits und den je spezifischen Ideologien und auch deren Grenzen in unterschiedlichen Zeiten und an unterschiedlichen Orten.

Das Kulturindustriekapitel in der »Dialektik der Aufklärung« hatte, wie gesehen, das rhetorisch argumentative Ziel, diagnostisch auf eine Konvergenz von deutschem Faschismus und US-Gesellschaft hinauszulaufen. Das war aber nicht nur auf der Ebene der politischen Institutionen und ihrer wie auch immer noch bestehenden Macht nicht zu halten: Im Gegensatz zur faschistischen Öffentlichkeit, im Gegensatz auch zu einer Öffentlichkeit, die von einer in der Einzahl gehaltenen Kulturindustrie zentral beherrscht wird, stand die US-amerikanische bei aller Monopolisierungstendenz im Kerngeschäft nicht nur in Adornos Erhebungszeitraum im Zeichen einer Dialektik der Zentren und der Gegenzentren.

Der geographisch, aber auch subkulturell uneinheitlich aufgeteilte Raum basierte ja eben nicht zuletzt auf einem Prinzip, das in Adornos Darstellung nicht nur der Kulturindustrie, sondern generell der kulturellen Verhältnisse in den USA nicht einmal in seinen Jazz-Aufsätzen vorkommt: Segregation und Rassismus.

Rassismus produziert nicht nur unterschiedliche kulturelle Sphären und konnte und musste daher auch immer kulturell bekämpft werden, in einem weiteren Sinne strukturierte er auch die Stimulanzproduktion und -Ausbeutung einiger kulturindustrieller Zentralen. Ein Film wie »Roger Rabbit« weiß indes mehr von den Ursprüngen der US-Filmindustrie in der Minstrel-Show und den dazugehörigen Ausbeutungsverhältnissen als die Kulturindustriethese.

Adornos Auslassung des Rassismus der Kulturindustrie kann auf den ersten Blick nicht als ideologischer Antiamerikanismus gewertet werden, denn schließlich handelt es sich ja um einen Vorwurf, den er der Kulturindustrie erspart. Aber er übergeht so auch, wie sehr die unterschiedlichen lokalen und nationalen kulturellen Produktionen in den USA ein Schauplatz von Kämpfen um politische Anerkennung waren: exakt das, was von den Nazis der US-Kulturindustrie vorgehalten wurde, dass sie nämlich von Schwarzen und Juden unterwandert sei, dass in ihr also kulturelle und politische Kämpfe stattfanden und sich – wie vermittelt auch immer – in ihren Produkten abbildeten. Der Kulturwissenschaftler Michael Rogin, der sich ausführlich mit der Rolle von Schwarzen und Juden im Tonfilm vor dem Zweiten Weltkrieg beschäftigt hat, konnte zeigen, wie sehr die Nazi-Propaganda, etwa die Ausstellung »Entartete Musik«, sich direkt auf die zeitgenössische Kultur der USA bezog.

Ein auf einer tendenziellen strukturellen Identität zwischen US-Gesellschaft und Faschismus beharrender allgemeiner Begriff von »Kulturindustrie« wäre also in der Tat antiamerikanisch in einem schlechten Sinne, aber Adorno beharrt in der Nachkriegszeit nicht auf dieser Position. In den diversen Texten, in denen er noch mit dem Begriff arbeitet, wehen ihn nicht nur grundsätzliche Relativierungen, sondern durchaus auch die Plausibilität ganz anderer, fast schon poptheoretischer Modelle an, mit deren Hilfe man die Kulturindustrie beschreiben und seine Theorie am Ende revidieren könnte: Mehrfach probiert er den nachgerade trashtheoretischen und später durch andere Autoren von Filmkritik bis Spex weiterentwickelten Gedanken aus, dass die »Class-B- und Class-C-pictures«, die Billigproduktionen Hollywoods also, so etwas wie eine Kritik der Kulturindustrie enthalten. Leider gefallen sie ihm dann doch nicht. Seine Lieblingsgeste: Man könnte ja mal das Gegenteil ausprobieren, aber, nein, das ist es dann auch nicht.

Dass es mit den B-Pictures nicht geklappt hat, mag auch daran liegen, dass er deutsche Heimatfilme dazugezählt hat, in seiner Kulturindustrieanalyse gerade dann wieder global wurde, wenn eine Beschränkung auf die US-Produktion wichtige Unterschiede hervorgebracht hätte. Nur einmal formuliert er den entscheidenden Einwand gegen die Totalisierungen seines Kulturindustriebegriffs selber. Dass sie nämlich »das Gegengift zu ihrer eigenen Lüge« mitenthalte und dessen Verfügbarkeit eben immer auch von der Gesellschaft abhängen, auf die diese Lüge trifft, notiert er anlässlich der sich überall »eng umschlungen« sexuell emanzipierenden jungen Leute 1966 für die Zeit. Die hätten, so vermutet er, »das, und wahrscheinlich mehr« aus den Filmen gelernt, die die »Pariser Libertinage als Folklore verhökern«.

Gerade weil Adorno die gemeinten amerikanischen Verhältnisse nicht immer erkennen lässt und mit den ganz anderen des deutschen Faschismus in einen Topf wirft, könnte man ihm punktuell einen ideologischen Antiamerikanismus vorhalten: die Kulturindustriethese stünde dann Projektionen des vulgären Antiamerikanismus gegen Hollywood und die »dort herrschenden« Juden gerade deswegen zur Verfügung, weil er die amerikanische Realität zu wenig berücksichtigt hat.

Besonders genial (und prophetisch) ist das Kulturindustriekapitel allerdings immer da, wo es noch allgemeiner wird: Die Analyse des Montagecharakters der Kulturindustrie, in der ständig alle Kultursegmente zusammenspielen und fungibel sein müssen, ist ebenso treffend wie die Klage darüber, dass alles Künstlerische Zeichen geworden sei, ständig bedeuten und verweisen müsse und in dieser ständigen inhaltlichen Deutlichkeit vollständig unverfügbar sei.