

Theodor W. Adorno

Résumé über Kulturindustrie

Das Wort Kulturindustrie dürfte zum ersten Mal in dem Buch ›Dialektik der Aufklärung‹ verwendet worden sein, das Horkheimer und ich 1947 in Amsterdam veröffentlichten. In unseren Entwürfen war von Massenkultur die Rede. Wir ersetzten den Ausdruck durch »Kulturindustrie«, um von vornherein die Deutung auszuschalten, die den Anwälten der Sache genehm ist: daß es sich um etwas wie spontan aus den Massen selbst aufsteigende Kultur handele, um die gegenwärtige Gestalt von Volkskunst. Von einer solchen unterscheidet Kulturindustrie sich aufs äußerste. Sie fügt Altgewohntes zu einer neuen Qualität zusammen. In all ihren Sparten werden Produkte mehr oder minder planvoll hergestellt, die auf den Konsum durch Massen zugeschnitten sind und in weitem Maß diesen Konsum von sich aus bestimmen. Die einzelnen Sparten gleichen der Struktur nach einander oder passen wenigstens ineinander. Sie ordnen sich fast lückenlos zum System. Das gestatten ihnen ebenso die heutigen Mittel der Technik wie die Konzentration von Wirtschaft und Verwaltung. Kulturindustrie ist willentliche Integration ihrer Abnehmer von oben. Sie zwingt auch die jahrtausendlang getrennten Bereiche hoher und niederer Kunst zusammen. Zu ihrer beider Schaden. Die hohe wird durch die Spekulation auf den Effekt um ihren Ernst gebracht; die niedrige durch ihre zivilisatorische Bändigung um das ungebärdig Widerstehende, das ihr innewohnte, solange die gesellschaftliche Kontrolle nicht total war. Während die Kulturindustrie dabei unleugbar auf den Bewußtseins- und Unbewußtseinsstand der Millionen spekuliert, denen sie sich zuwendet, sind die Massen nicht das Primäre sondern ein Sekundäres, Einkalkuliertes; Anhängsel der Maschinerie. Der Kunde ist nicht, wie die Kulturindustrie glauben machen möchte, König, nicht ihr Subjekt, sondern ihr Objekt. Das Wort Massenmedien, das für die Kulturindustrie sich eingeschliffen hat, verschiebt bereits den Akzent ins Harmlose. Weder geht es um die Massen an erster Stelle, noch um die Techniken der Kommunikation als solche, sondern um den Geist, der ihnen eingeblasen wird, die Stimme ihres Herrn. Kulturindustrie mißbraucht die Rücksicht auf die Massen dazu, ihre als gegeben und unabänderlich vorausgesetzte Mentalität zu verdoppeln, zu befestigen, zu verstärken. Durchweg ist ausgeschlossen, wodurch diese Mentalität verändert werden könnte. Die Massen sind nicht das Maß sondern die Ideologie der Kulturindustrie, so wenig diese auch existieren könnte, wofern sie nicht den Massen sich anpaßte.

Die Kulturwaren der Industrie richten sich, wie Brecht und Suhrkamp schon vor dreißig Jahren aussprachen, nach dem Prinzip ihrer Verwertung, nicht nach dem eigenen Gehalt und seiner stimmigen Gestaltung. Die gesamte Praxis der Kulturindustrie überträgt das Profitmotiv blank auf die geistigen Gebilde. Seitdem diese als Waren auf dem Markt ihren Urhebern das Leben erwerben, hatten sie schon etwas davon. Aber sie erstrebten den Profit nur mittelbar, durch ihr autonomes Wesen hindurch. Neu an der Kulturindustrie ist der unmittelbare und unverhüllte Primat der ihrerseits in ihren typischsten Produkten genau durchgerechneten Wirkung. Die Autonomie der Kunstwerke, die freilich kaum je ganz rein herrschte und stets von Wirkungszusammenhängen durchsetzt war, wird von der Kulturindustrie tendenziell beseitigt, mit oder ohne den bewußten Willen der Verfügenden. Diese sind sowohl Vollzugsorgane wie Machthaber. Ökonomisch sind oder waren sie auf der Suche nach neuen Verwertungsmöglichkeiten des Kapitals in den wirtschaftlich entwickeltsten Ländern. Die alten werden immer prekärer durch den gleichen Konzentrationsprozeß, der seinerseits die Kulturindustrie als allgegenwärtige Einrichtung allein ermöglicht. Kultur, die dem eigenen Sinn nach nicht bloß den Menschen zu Willen war, sondern immer auch Einspruch erhob gegen die verhärteten Verhältnisse, unter denen sie leben, und die Menschen dadurch ehrte, wird, indem sie ihnen gänzlich sich angleicht,

in die verhärteten Verhältnisse eingliedert und entwürdigt die Menschen noch einmal. Geistige Gebilde kulturindustriellen Stils sind nicht länger auch Waren, sondern sind es durch und durch. Diese quantitative Verschiebung ist so groß, daß sie ganz neue Phänomene zeitigt. Schließlich braucht die Kulturindustrie gar nicht mehr überall die Profitinteressen direkt zu verfolgen, von denen sie ausging. Sie haben in ihrer Ideologie sich vergegenständlicht, zuweilen sich unabhängig gemacht vom Zwang, die Kulturwaren zu verkaufen, die ohnehin geschluckt werden müssen. Kulturindustrie geht über in public relations, die Herstellung eines good will schlechthin, ohne Rücksicht auf besondere Firmen oder Verkaufsobjekte. An den Mann gebracht wird allgemeines unkritisches Einverständnis, Reklame gemacht für die Welt, so wie ein jedes kulturindustrielles Produkt seine eigene Reklame ist.

Dabei jedoch werden die Züge festgehalten, die der Verwandlung von Literatur in Ware ursprünglich einmal zukamen. Wenn irgend etwas in der Welt, dann hat die Kulturindustrie ihre Ontologie, ein Gerüst starr konservierter Grundkategorien, die etwa am kommerziellen Roman des England vom Ende des siebzehnten und Anfang des achtzehnten Jahrhunderts sich ablesen lassen. Was an der Kulturindustrie als Fortschritt auftritt, das unablässig Neue, das sie offeriert, bleibt die Umkleidung eines Immergleichen; überall verhüllt die Abwechslung ein Skelett, an dem so wenig sich änderte wie am Profitmotiv selber, seit es über Kultur die Vorherrschaft gewann.

Der Ausdruck Industrie ist dabei nicht wörtlich zu nehmen. Er bezieht sich auf die Standardisierung der Sache selbst – etwa die jedem Kinobesucher geläufige der Western – und auf die Rationalisierung der Verbreitungstechniken, nicht aber streng auf den Produktionsvorgang. Während dieser in dem zentralen Sektor der Kulturindustrie, dem Film, technischen Verfahrensweisen durch weitgetriebene Arbeitsteilung, Einbeziehung von Maschinen, Trennung der Arbeitenden von den Produktionsmitteln sich anähneln – diese Trennung spricht im ewigen Konflikt zwischen den in der Kulturindustrie tätigen Künstlern und den Verfügungsgewaltigen sich aus –, werden individuelle Produktionsformen gleichwohl beibehalten. Jedes Produkt gibt sich als individuell; die Individualität selber taugt zur Verstärkung der Ideologie, indem der Anschein erweckt wird, das ganz Verdinglichte und Vermittelte sei eine Zufluchtsstätte von Unmittelbarkeit und Leben. Kulturindustrie besteht nach wie vor in den »Diensten« der dritten Personen, und behält ihre Affinität zu dem veraltenden Zirkulationsprozeß des Kapitals, zum Handel, von dem sie herkam. Ihre Ideologie bedient sich vor allem des von der individualistischen Kunst und ihrer kommerziellen Exploitation erborgten Starsystems. Je entmenschlicher ihr Betrieb und ihr Gehalt, um so emsiger und erfolgreicher propagiert sie angeblich große Persönlichkeiten und operiert mit Herztönen. Industriell ist sie mehr im Sinn der soziologisch vielfach beobachteten Angleichung an industrielle Organisationsformen auch dort, wo nicht fabriziert wird – zu erinnern ist an die Rationalisierung des Bürobetriebs –, als daß wirklich und eigentlich technologisch-rational produziert würde. Demgemäß sind auch die Fehlinvestitionen der Kulturindustrie erheblich und stürzen ihre jeweils durch neuere Techniken überholten Branchen in Krisen, die selten zum Besseren führen.

Nur dem Namen nach ist der Begriff der Technik in der Kulturindustrie derselbe wie in den Kunstwerken. Der bezieht sich auf die Organisation der Sache in sich, ihre innere Logik. Die kulturindustrielle Technik dagegen, vorweg eine der Verbreitung und mechanischen Reproduktion, bleibt ihrer Sache darum immer zugleich äußerlich. Ideologischen Rückhalt hat die Kulturindustrie gerade daran, daß sie vor der vollen Konsequenz ihrer Techniken in den Produkten sorgsam sich hütet. Sie lebt gleichsam parasitär von der außerkünstlerischen Technik materieller Güterherstellung, ohne die Verpflichtung zu achten, die deren Sachlichkeit für die innerkünstlerische Gestalt bedeutet, aber auch ohne Rücksicht aufs Formgesetz ästhetischer Autonomie. Daraus resultiert das für die Physiognomie der Kulturindustrie wesentliche Gemisch aus streamlining, photographischer Härte und Präzision einerseits und individualistischen Restbeständen, Stimmung, zugerüsteter, ihrerseits bereits rational disponierter

Romantik. Nimmt man Benjamins Bestimmung des traditionellen Kunstwerks durch die Aura, die Gegenwart eines nicht Gegenwärtigen auf, dann ist die Kulturindustrie dadurch definiert, daß sie dem auratischen Prinzip nicht ein Anderes strikt entgegengesetzt, sondern die verwesende Aura konserviert, als vernebelnden Dunstkreis. Dadurch überführt sie sich selbst unmittelbar ihres ideologischen Unwesens.

Mittlerweile ist es unter Kulturpolitikern, auch Soziologen üblich geworden, unter Hinweis auf die große Wichtigkeit der Kulturindustrie für die Bildung des Bewußtseins ihrer Konsumenten davor zu warnen, sie zu unterschätzen. Man sollte sie frei von Bildungshochmut ernst nehmen. Tatsächlich ist die Kulturindustrie wichtig als Moment des heute herrschenden Geistes. Wer, aus Skepsis gegen das, was sie in die Menschen stopft, ihren Einfluß ignorieren wollte, wäre naiv. Aber die Ermahnung, sie ernst zu nehmen, schillert. Um ihrer sozialen Rolle willen werden lästige Fragen nach ihrer Qualität, nach Wahrheit oder Unwahrheit, nach dem ästhetischen Rang des Übermittelten unterdrückt oder wenigstens aus der sogenannten Kommunikationssoziologie ausgeschieden. Dem Kritiker wird vorgeworfen, er verschanze sich in arroganter Esoterik. Der unvermerkt sich einschleichende Doppelsinn von Bedeutsamkeit wäre zunächst zu bezeichnen. Die Funktion einer Sache, beträfe sie auch das Leben ungezählter Menschen, ist keine Bürgschaft ihres eigenen Ranges. Die Vermengung des Ästhetischen und seines kommunikativen Abhubs führt nicht die Kunst, als ein Gesellschaftliches, auf ihr rechtes Maß gegenüber vorgeblichem Artistenhochmut zurück, sondern dient vielfach der Verteidigung eines in seiner gesellschaftlichen Wirkung Funesten. Die Wichtigkeit der Kulturindustrie im seelischen Haushalt der Massen dispensiert nicht, und am letzten eine pragmatistisch sich dünkende Wissenschaft davon, über ihre objektive Legitimation, ihr An sich nachzudenken; vielmehr nötigt sie eben dazu. So ernst sie nehmen, wie es ihrer fraglosen Rolle entspricht, heißt, sie kritisch ernst nehmen, nicht vor ihrem Monopol sich ducken.

Unter den Intellektuellen, die mit dem Phänomen sich abfinden wollen, und die versuchen, ihre Vorbehalte gegen die Sache mit dem Respekt vor ihrer Macht auf die gemeinsame Formel zu bringen, ist, wofern sie nicht schon aus der angedrehten Regression einen neuen Mythos des zwanzigsten Jahrhunderts machen, ein Ton ironischer Duldsamkeit gängig. Man wisse ja, was es mit all dem, mit Illustriertenromanen und Filmen von der Stange, mit zu Serien ausgewalzten Familien-Fernsehspielen und Schlagerparaden, mit Seelenberatungs- und Horoskopspalten auf sich habe. All das jedoch sei harmlos und überdies demokratisch, weil es der freilich erst angekurbelten Nachfrage gehorche. Auch stifte es allen möglichen Segen, etwa durch Verbreitung von Informationen, Ratschlägen und entlastenden Verhaltensmustern. Allerdings sind die Informationen, wie jede soziologische Studie über ein so Elementares wie den Stand politischer Informiertheit dartut, ärmlich oder gleichgültig, die Ratschläge, die man aus den kulturindustriellen Manifestationen herausliest, nichtssagend banal oder schlimmer; die Verhaltensmuster schamlos konformistisch.

Die verlogene Ironie im Verhältnis lammfrommer Intellektueller zur Kulturindustrie ist keineswegs auf jene beschränkt. Man darf annehmen, daß das Bewußtsein der Konsumenten selbst gespalten ist zwischen dem vorschriftsmäßigen Spaß, den ihnen die Kulturindustrie verabreicht, und einem nicht einmal sehr verborgenen Zweifel an ihren Segnungen. 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 Selbstverachtung, was ihnen widerfährt, und wovon sie wissen, warum es fabriziert wird. Uneingestanden ahnen sie, ihr Leben werde ihnen vollends unerträglich, sobald sie sich nicht länger an Befriedigungen klammern, die gar keine sind.

Die anspruchsvollste Verteidigung von Kulturindustrie heute feiert ihren Geist, den man getrost Ideologie nennen darf, als Ordnungsfaktor. Sie gebe den Menschen in einer angeblich chaotischen Welt etwas wie Maßstäbe zur Orientierung, und das allein schon sei billigenwert. Was sie jedoch von der Kulturindustrie bewahrt wännen, wird von ihr desto gründlicher zerstört. Das gemütliche alte Wirtshaus demoliert der Farbfilm mehr, als Bomben es vermochten: er rottet noch seine imago aus. Keine Heimat überlebt ihre Aufbereitung in den Filmen, die sie feiern, und alles Unverwechselbare, wovon sie zehren, zum Verwechseln gleichmachen.

Was überhaupt ohne Phrase Kultur konnte genannt werden, wollte als Ausdruck von Leiden und Widerspruch die Idee eines richtigen Lebens festhalten, nicht aber das bloße Dasein, und die konventionellen und unverbindlich gewordenen Ordnungskategorien, mit denen die Kulturindustrie es drapiert, darstellen, als wäre es richtiges Leben und jene Kategorien sein Maß. Entgegen dem die Anwälte der Kulturindustrie, sie liefere ja gar keine Kunst, so ist selbst das Ideologie, die der Verantwortung für das ausweichen möchte, wovon das Geschäft lebt. Keine Schandtät wird dadurch besser, daß sie sich als solche erklärt.

Die Berufung auf Ordnung schlechthin, ohne deren konkrete Bestimmung; auf die Verbreitung von Normen, ohne daß diese in der Sache oder vorm Bewußtsein sich auszuweisen brauchten, ist nichtig. Eine objektiv verbindliche Ordnung, wie man sie den Menschen aufschwätzt, weil es ihnen an einer fehlte, hat keinerlei Recht, wenn sie es nicht in sich und den Menschen gegenüber bewährt, und eben darauf läßt kein kulturindustrielles Produkt sich ein. Die Ordnungsbegriffe, die sie einhämmert, sind allemal solche des status quo. Sie werden unbefragt, unanalysiert, undialektisch unterstellt, auch wenn sie keinem derjenigen mehr substantiell sind, die sie sich gefallen lassen. Der kategorische Imperativ der Kulturindustrie hat, zum Unterschied vom Kantischen, mit der Freiheit nichts mehr gemein. Er lautet: du sollst dich fügen, ohne Angabe worein; fügen in das, was ohnehin ist, und in das, was, als Reflex auf dessen Macht und Allgegenwart, alle ohnehin denken. Anpassung tritt kraft der Ideologie der Kulturindustrie anstelle von Bewußtsein: nie wird die Ordnung, die aus ihr herausspringt, dem konfrontiert, was sie zu sein beansprucht, oder den realen Interessen der Menschen. Ordnung aber ist nicht an sich ein Gutes. Sie wäre es einzig als richtige. Daß die Kulturindustrie darum nicht sich kümmert; daß sie Ordnung in abstracto anpreist, bezeugt nur die Ohnmacht und Unwahrheit der Botschaften, die sie übermittelt. Während sie beansprucht, Führer der Ratlosen zu sein, und ihnen Konflikte vorgaukelt, die sie mit ihren eigenen verwechseln sollen, löst sie die Konflikte nur zum Schein, so wie sie in ihrem eigenen Leben kaum gelöst werden könnten. In den kulturindustriellen Produkten kommen die Menschen in Schwierigkeiten bloß, damit sie, meist durch Vertreter eines allgütigen Kollektivs, unbehelligt wieder herausgelangen, um in eitel Harmonie jenem Allgemeinen zuzustimmen, dessen Forderungen sie zunächst als unvereinbar mit ihren Interessen erfahren mußten. Dafür hat die Kulturindustrie Schemata ausgebildet, die noch bis in so begriffsferne Gebiete wie die Unterhaltungsmusik hineinreichen, in der man ja auch in »jam« gerät, in rhythmische Probleme, die sogleich mit dem Triumph des guten Takteils sich entwirren.

Auch die Verteidiger aber werden kaum dem Platon darin offen widersprechen, daß, was objektiv, an sich unwahr ist, auch nicht subjektiv, für die Menschen gut und wahr sein kann. Was die Kulturindustrie ausheckt, sind keine Anweisungen zum seligen Leben und auch keine neue Kunst moralischer Verantwortung, sondern Ermahnungen, dem zu parieren, wohinter die mächtigsten Interessen stehen. Das Einverständnis, das sie propagiert, verstärkt blinde, unerhellte Autorität. Maße man die Kulturindustrie, wie es ihrer Stellung in der Realität entspricht und wie sie es zu verlangen vorgibt, nicht an ihrer eigenen Substantialität und Logik sondern an ihrer Wirkung; kümmerte man sich im Ernst um das, worauf sie sich immerzu beruft, so wäre das Potential solcher Wirkung doppelt schwer

zu nehmen. Das ist aber die Beförderung und Ausbeutung der Ich-Schwäche, zu der die gegenwärtige Gesellschaft, mit ihrer Zusammenballung von Macht, ihre ohnmächtigen Angehörigen ohnehin verurteilt. Ihr Bewußtsein wird weiter zurückgebildet. Nicht umsonst kann man in Amerika von zynischen Filmproduzierenden hören, ihre Streifen hätten auf das Niveau Elfjähriger Rücksicht zu nehmen. Indem sie das tun, möchten sie am liebsten die Erwachsenen zu Elfjährigen machen.

Wohl hat man einstweilen nicht, durch exakte Forschung, die regressive Wirkung an einzelnen kulturindustriellen Produkten hieb- und stichfest bewiesen; phantasievolle Versuchsanordnungen könnten das gewiß besser leisten, als den finanzkräftigen Interessenten angenehm wäre. Ohne Bedenken jedenfalls darf man annehmen, daß steter Tropfen den Stein höhlt, vollends, da das System der Kulturindustrie die Massen umstellt, kaum ein Ausweichen duldet und unablässig die gleichen Verhaltensschemata einübt. Nur ihr tief unbewußtes Mißtrauen, das letzte Residuum des Unterschieds von Kunst und empirischer Wirklichkeit in ihrem Geist, erklärt, daß sie nicht längst allesamt die Welt durchaus so sehen und akzeptieren, wie sie ihnen von der Kulturindustrie hergerichtet ist. Auch wenn deren Botschaften so harmlos wären, wie man sie macht – ungezählte Male sind sie es so wenig wie etwa die Filmstreifen, die rein durch typische Charakteristik in die heute beliebte Hetze gegen die Intellektuellen einstimmen –: die Haltung, welche die Kulturindustrie zeitigt, ist alles andere als harmlos. Ermahnt ein Astrologe seine Leser, sie sollten an einem bestimmten Tag vorsichtig Auto fahren, so wird das gewiß niemandem schaden; wohl aber die Verdummung, die in dem Anspruch liegt, der jeden Tag gültige und daher blödsinnige Rat hätte des Winks der Sterne bedurft.

Abhängigkeit und Hörigkeit der Menschen, Fluchtpunkt der Kulturindustrie, könnten kaum treuer bezeichnet werden als von jener amerikanischen Versuchsperson, die da meinte, die Nöte des gegenwärtigen Zeitalters hätten ein Ende, wenn die Leute einfach prominenten Persönlichkeiten folgen wollten. 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. Der Gesamteffekt der Kulturindustrie ist der einer Anti-Aufklärung; in ihr wird, wie Horkheimer und ich es nannten, Aufklärung, nämlich die fortschreitende technische Naturbeherrschung, zum Massenbetrug, zum Mittel der Fesselung des Bewußtseins. Sie verhindert die Bildung autonomer, selbständiger, bewußt urteilender und sich entscheidender Individuen. Die aber wären die Voraussetzung einer demokratischen Gesellschaft, die nur in Mündigen sich erhalten und entfalten kann. Werden die Massen, zu Unrecht, von oben her als Massen geschmäht, so ist es nicht zum letzten die Kulturindustrie, die sie zu den Massen macht, die sie dann verachtet, und sie an der Emanzipation verhindert, zu der die Menschen selbst so reif wären, wie die produktiven Kräfte des Zeitalters sie erlaubten.

[Band 10: Kulturkritik und Gesellschaft I/II: Résumé über Kulturindustrie. Theodor W. Adorno: Gesammelte Schriften, S. 7948

(vgl. GS 10.1, S. 337 ff.)

<http://www.digitale-bibliothek.de/band97.htm>]