

Vorwort und Danksagung

Am meisten an „den Medien“ interessiert sind Studentinnen und Studenten, die in irgendeiner Funktion dort mitarbeiten wollen, die sich als zukünftige Journalisten, Künstler- und Literatur-Agentinnen, Kuratoren, Organisatorinnen von Konzert-Reisen, PR-Arbeiter für Festivals und sonst „Kreative“ sehen, die womöglich selbst Filme machen und im Fernsehen auftreten möchten – oder wenigstens als Kritiker mit dieser Welt der Show und ihren Schönen und Prominenten zu tun haben wollen. Diesem Buch fehlt diese Faszination. Die genannten und ähnliche Berufe sind so banal wie andere auch, wenn man einmal drin ist, Dienstleistungen mit einem besonders hohen Anteil von Selbstdarstellung und den zugehörigen Kränkungen. Die Perspektive hier ist in der Hauptsache eine Rezipienten-Sicht: die Sicht eines distanzierten Amateurs (im Sinn von „Liebhaber“).

Aber nicht nur das: Kulturindustrie ist nicht einfach „die Medien“, vielmehr ein ziemlich umfassender Organisations- und damit Herrschaftszusammenhang, mit dem wir bei jeder öffentlichen Äußerung zu tun haben, selbstverständlich auch als Wissenschaftler. Kulturindustrie ist, heute, in der „Wissengesellschaft“, besonders offensichtlich, eine Grundbedingung von gesellschaftlichem Wissen und seiner Produktion und Verbreitung. Wer sie nicht reflektiert, sitzt ihr auf. Kulturindustrie ist eine Dimension von Vergesellschaftung und geht jeden Sozialwissenschaftler, tatsächlich jeden in seiner Eigenschaft als Kopfarbeiter etwas an.

Kulturindustrie ist mehr als eine bestimmte Produktions- und Vertriebsform bestimmter – eben kultureller – Waren und Dienste. Die betriebswirtschaftliche Rede von „den Kulturindustrien“ (im Plural) meint heute einfach Management und Finanzierung von Theater, Film, Museum, Werbung und Sport im TV. Darin wird von vielen das Modell einer Produktion der Zukunft gesehen. Ein Beruf „Kulturmanagement“ und die zugehörigen Studiengänge überziehen die Kultur-Landschaft. Für deren Exponenten ist Kultur selbstverständlich Ware, an der einzig die Marktgängigkeit und wie man sie herstellt interessant sein kann. Meisterschaft, die exemplarische Auseinandersetzung mit einem Material jenseits des Instrumentellen und damit jenseits der Entfremdung, die bürgerliche Kunst ursprünglich auszeichneten, wird durch Publikumserfolg ersetzt. Widerständigkeit, die auch für die Konsumenten die Erfahrung von Nicht-Warenförmigem lebendig hielt, gilt allenfalls noch als

Verkaufsargument: Sie macht das Produkt apart und für jugendliche – heute eher bejahrte – Konsumenten attraktiv. Dagegen wird hier auf die Inhalte gesehen. An Kulturindustrie ist sehr wohl interessant, wie sie die Inhalte zurichtet. Andererseits gilt die Ausrede nicht, nur Schund sei verkäuflich. Kulturindustrie macht Qualität nicht unmöglich und lässt sie zumindest gelegentlich durchgehen. Wir können verlangen, *gut* unterhalten zu werden.

Auch die Kulturarbeiterinnen, die von besagten betriebswirtschaftlichen Studiengängen massenhaft in die Prekarität entlassen werden, täten gut daran, sich nicht nur um das „magische Dreieck“ von Kuratoren, Pädagogen und Gestaltern zu kümmern, in dem der Kultur-Supermarkt zur effizienten Kundenfalle aufgestellt wird, sondern auch ein wenig um die Qualität der Waren und um ihre sachgemäße Präsentation. Dazu braucht man aber ein nicht nur instrumentelles Verhältnis zur Rezeption, sondern eine Ästhetik – wie ich vorschlage, eine Interaktions-Ästhetik, die das Werk und die Rezeption gleich ernst nimmt und von der Tatsache der Kulturindustrie ausgeht.

Kulturindustrie ist auch in dem Sinn umfassend, dass sie die frühere Hochkultur genauso (und heute besonders) betrifft wie die Populärkultur. Tatsächlich ist ein neuer Kanon entstanden, nach dem gebildete Menschen heute über die populären Unterhaltungen ebenso Bescheid wissen müssen wie über die bildungs-elitären. Bei etwas älteren Gebildeten hat man oft den Eindruck, in der Auseinandersetzung mit Kulturindustrie wird tatsächlich verhandelt, ob auch Intellektuelle fernsehen (und sich dazu bekennen) dürfen. Bei den jüngeren stellt sich das Problem nicht mehr: Sie können eher Bildungslücken im Bereich der Hochkultur haben als in dem der Unterhaltungskultur. Wir wissen heute: Es gibt keine Kultur außerhalb der Kulturindustrie. Aber wir haben auch gelernt, damit reflexiv umzugehen und also jeweils mit zu überlegen, wer uns da was andrehen will – und aus der so informierten Nutzung für eigene Zwecke unser Vergnügen zu ziehen.

Dieses Buch bietet eine Einladung und Einleitung zur Beschäftigung mit der so verstandenen Kulturindustrie, in der Theorie und in der Analyse einzelner Exemplare. Es ist damit zugleich Einleitung in einen wesentlichen Aspekt der Kritischen Theorie, in der Adorno den Begriff „Kulturindustrie“ entwickelt hat.

Zehn Jahre nach seinem ersten Erscheinen hatte das Buch eine gewisse Bearbeitung nötig. (Schon die englische Ausgabe von 2003,

Culture Industry. Cambridge: Polity Press, brauchte als Übertragung in eine andere Kultur etwas an Neufassung.) Die Theorie der Kulturindustrie wird immer aktueller, aber die Beispiels-Analysen veralten in dem Sinn, dass ihre Gegenstände nicht mehr geläufig sind. Dieser Geschichtslosigkeit von Kulturindustrie habe ich zurückhaltend nachgegeben, zumal in meinen Arbeitszusammenhängen an der Universität Frankfurt wie in Wien solche Analysen laufend produziert werden (nachzulesen unter www.links-netz.de und www.folks-uni.org). Die erste Ausgabe war stark von einem Aufenthalt an der New York University und durch Studien geprägt, die sich dort in Museen, Kinos und vor dem Fernseher aufdrängten. Das „Vorbild New York“ hat sich seither einerseits verstärkt, nicht zuletzt in der Reaktion auf 9/11, die ich dort studieren konnte (und musste), andererseits hat Europa nachgezogen: Die Propaganda für Selbstinstrumentalisierung wird uns jetzt auch hier geboten. Die seither in Europa durchgezogene Universitätsreform von oben hat „Bildung“ als Pflege der Persönlichkeit jedenfalls aus der damit zugleich verkürzten Jugend-Phase abgezogen, die der Ausbildung zum Konkurrieren auf den verstopften Arbeitsmärkten vorbehalten sein soll. Im Vergleich zu diesem Übereifer an instrumenteller Unvernunft werden jedenfalls die reichen Privatuniversitäten der USA mit ihrer Pflege der Geistes- und Sozialwissenschaften und des kritischen Denkens wieder zum Vorbild.

Das Buch hat sich in zahlreichen Lehrveranstaltungen bewährt. Ich sehe es aber auch als Hilfeangebot im Selbstschutz vor der kulturindustriellen Reizüberflutung. Theoretische Verarbeitung ist der gekonnten Abwehr der unausweichlichen Enttäuschung und dem ironischen Vergnügen an den Absurditäten von Kulturindustrie sehr zuträglich.

Der seinerzeitigen Danksagung ist Renate Uhrig hinzuzufügen, die jetzt unser Sekretariat betreut.

Eingeklemmt im Flieger, kurz vor der Landung in Wien,
im Mai 2008
HSt