

Markus Brunner:

Kulturindustrie und Propaganda

(Gastvortrag im Rahmen des Seminars „Propagandaforschung“ von Prof. Dr. H. Korte, Zentrum für interdisziplinäre Medienwissenschaft der Georg-August-Universität Göttingen, 9. Nov. 2006)

1. Kritische Theorie – Geschichte und Kontext

1930 übernahm der marxistische Philosoph Max Horkheimer die Leitung des in den 20er Jahren an der Universität Frankfurt gegründeten Frankfurter Institut für Sozialforschung und setzte neue Ansprüche an diese Institution, die sich bisher v.a. mit der Geschichte des Sozialismus und der Arbeiterbewegung auseinandergesetzt hatte.

Horkheimer entwarf das Konzept eines interdisziplinären Forschungszusammenhangs – beteiligt waren Philosophen, Ökonomen, Psychologen, Literaturwissenschaftler und Kunstkritiker –, eines Forschungszusammenhangs also, der eine umfassende und grundlegende Analyse und Kritik gesellschaftlicher Gesamtverhältnisse hervorbringen sollte. Dieses dem Marxschen Denken verpflichtete Forschungskollektiv, zu dem neben Horkheimer noch – um nur die Bekanntesten zu nennen – Theodor W. Adorno, Leo Löwenthal, Erich Fromm und Herbert Marcuse gehörten, brachten das Denken hervor, das unter dem Namen „Kritische Theorie“ bekannt wurde.

Zwei Erfahrungen standen im Hintergrund dieses Denkens:

Einerseits der alles erschütternde 1. Weltkrieg, in dem Millionen von Menschen in sinnlosen Materialschlachten verschleift worden waren, und andererseits das Ausbleiben einer sozialistischen Revolution in Deutschland wie in anderen europäischen Ländern. Wie – so die entscheidenden Fragen – hatte es zu diesem alles Bisherige an Grausamkeit in den Schatten stellenden Krieg kommen können, gerade in den zivilisiertesten und aufgeklärtesten Nationen? Und zweitens: wieso beehrten die Menschen nicht gegen die bestehenden Herrschaftsverhältnisse auf, die sie im Krieg als Soldaten wie im Frieden als Arbeiter so knechteten?

Kritische Theorie sollte – so Horkheimer, der sich dabei auf Marx' Forderung nach der „rücksichtslosen Kritik alles Bestehenden“¹ bezog – nicht werturteilsfrei, vermeintlich „objektiv“ gesellschaftliche Phänomene einfach registrieren und katalogisieren, sondern sie sollte sich als Teil gesellschaftlicher Kämpfe verstehen. Spätestens die geschilderten Erfahrungen des Anfangs des 20. Jahrhunderts hatten deutlich gemacht, dass die Versprechen der Französischen Revolution von „Freiheit, Gleichheit und Brüderlichkeit“ von der bürgerlich-kapitalistischen Gesellschaft nicht eingelöst worden waren. Trotzdem die Arbeiterbewegung in ihrer Funktion als revolutionäres Subjekt versagt und sich integriert hatte, musste an der Marxschen Kritik der bürgerlichen Gesellschaft festgehalten werden. Die bestehende Gesellschaft sollte mit dem konfrontiert werden, was eigentlich – nach dem Stand der technischen und wissenschaftlichen Entwicklung – an Freiheit möglich wäre. Kritische Theorie machte sich genau dies zur Aufgabe: Das was *ist* an dem zu messen, was *sein könnte*. Diese kritische Auseinandersetzung mit der Welt lief – gemäss dem interdisziplinären Projekt – auf verschiedensten Ebenen ab: die Neuerungen in der Wirtschaft wurden ebenso untersucht wie die zeitgenössische Philosophie und Sozialwissenschaft, aber auch die Entwicklung der Kunst und – sehr wichtig – Veränderungen der Sozialisationsbedingungen und der Mentalität der Menschen.

¹ Brief an Ruge. In: Marx Engels Werke 1, S. 344.

Ein wichtiges Standbein der Forschung des Instituts – und das war damals einmalig – bildeten nämlich psychoanalytisch fundierte sozialpsychologische Studien. Dabei stand v.a. die Frage im Vordergrund, wie sich gesellschaftlicher Wandel auf die Familien und damit auch auf die Charakterstrukturen der Menschen auswirkten, die diesem Wandel unterworfen waren. So hatte Erich Fromm schon 1930 in Umfragen mithilfe ausgeklügelte verschlüsselter Fragebögen erkennen können, dass die Weimarer Linke, trotz aller Wahlerfolge, schon aufgrund der autoritätshörigen Charakterstruktur ihrer Mitglieder kaum in der Lage sein werde, den Sieg des Nationalsozialismus zu verhindern, eine Erkenntnis, die das Institut veranlasste, seine Gelder zur Rettung in die Schweiz zu transferieren, und seine fast ausschließlich jüdischen Mitglieder allmählich ins Exil in die USA trieb.

Die Erfahrungen im Exil prägten das Denken der Kritischen Theorie: Aus der vermeintlichen „Kulturnation“ Deutschland geflohen, die doch den Nationalsozialismus hervorgebracht hatte, mussten sich die Emigranten in der „neuen Welt“ völlig veränderten Lebens- und Arbeitsbedingungen stellen. Die Entfaltung des Kapitalismus und die Industrialisierung waren in den USA weit fortgeschrittener als in den europäischen Ländern. In Europa hatten einerseits vorbürgerliche Herrschaftsstrukturen und Mentalitäten diese Entwicklung verzögert und andererseits hatte der 1. Weltkrieg massive Kosten und – v.a. in Deutschland – eine Nachkriegsinflation mit sich gebracht, von der sich die Industrie nicht so schnell erholen konnte. Im Einwanderungsland USA hingegen waren der Entfaltung des Kapitalismus und der industriellen Entwicklung kaum Grenzen gesetzt.

So fanden die Kritischen Theoretiker einerseits gesellschaftliche und kulturelle Verhältnisse vor, die sie erst in Ansätzen aus Europa kannten, und andererseits einen Wissenschaftsbetrieb, der sich diesen Verhältnissen angepasst hatte. Die Soziologie war hier v.a. eine quantitativ-empirische ohne sozialphilosophischen oder gesellschaftstheoretischen Anspruch. In Deutschland hatte sich das Institut für Sozialforschung gerade durch den Einbezug quantitativ-empirischen Materials in ihre gesellschaftstheoretischen Überlegungen hervorgehoben: an den Studien über „Autorität und Familie“, einer weiteren empirischen Untersuchung über die Charakterstrukturen deutscher Angestellten und Arbeiter Anfang der 30er, die erst im Zwischen-Exil in Paris fertig gestellt werden konnte, waren zahlreiche Institutsmitglieder beteiligt gewesen. In den USA war demgegenüber dafür gerade der sozialphilosophische und gesellschaftstheoretische Impuls im wissenschaftlichen Betrieb überhaupt nicht mehr gefragt.

Im Spagat zwischen eigenen Vorstellungen sozialwissenschaftlicher Forschung und Theoriebildung und dem Zwang, in den USA Geld zu verdienen und damit den Anforderungen der jeweiligen Arbeitgeber zu genügen, entstanden ungemein fruchtbare Arbeiten und Projekte, die genau diese Diskrepanz mitreflektierten. Überhaupt war auch das Verhältnis von altem Europa, das Faschismus, Krieg und schließlich Auschwitz hervorgebracht hatte, zum neuen Amerika, in dem jeder Funken einer kritischen Wissenschaft und Kultur erloschen schien, ein ständiges implizites Thema.

So wurde an die Charakterstruktur-Forschungen angeknüpft und weitläufige empirische Studien über Vorurteil und Autoritarismus in der amerikanischen Bevölkerung durchgeführt, die zeigen sollten, inwieweit auch in den USA die Menschen auf faschistische Agitation ansprechen würden, andererseits wurde auch genau diese faschistische Agitation genauer unter die Lupe genommen. In der vom Institut herausgegebenen „Zeitschrift für Sozialforschung“ erschienen daneben auch vermehrt Auseinandersetzungen mit amerikanischer Kunst, Kultur und Öffentlichkeit.

Von zwei Seiten näherte man sich also den gesellschaftlichen Verhältnissen: einerseits von den gesellschaftlichen Strukturen her und der Kultur, die sie hervorgebracht hatten, und andererseits von den Subjekten her, die sich in diesen Verhältnissen gebildet hatten.

Dies ist der Erfahrungshintergrund, vor dem Adorno und Horkheimer Anfang der 40er Jahre das philosophische Werk „Dialektik der Aufklärung“ und das darin enthaltene berühmte „Kulturindustrie“-Kapitel verfassten und vor dem es wohl auch nur verstanden werden kann.

2. Dialektik der Aufklärung

Angesichts des Zweiten Weltkriegs und der Judenvernichtung heißt es am Anfang der „Dialektik der Aufklärung“: „Die vollends aufgeklärte Erde strahlt im Zeichen triumphalen Unheils“². War das Ziel des aufklärerischen Denkens seit je die Entzauberung der Welt und damit die Befreiung des Menschen von Mythos und Naturzwängen, hatte sich dieser Prozess scheinbar gegen den Menschen und sein Denken selber gerichtet.

Wie es dazu kommen konnte, oder – wie die beiden Autoren das selber formulieren – „warum die Menschheit, anstatt in einen wahrhaft menschlichen Zustand einzutreten, in eine neue Art von Barbarei versinkt“³, dies war die Frage, die mit dem Werk angegangen werden sollte. Da sie in Auschwitz nicht etwa einfach einen barbarischen Rückfall hinter den erreichten Grad an Zivilisation sahen, sondern erkannten, dass die aufgeklärte Welt Auschwitz erst hervorgebracht hatte, ja der Zivilisationsprozess sozusagen in Auschwitz mündete, musste der Prozess der Zivilisation und der Aufklärung genauer analysiert werden.

Ich kann an dieser Stelle nicht wirklich ausführlich auf die geschichtsphilosophische Erzählung von der Dialektik des Aufklärungsprozesses eingehen, denke aber, dass die Darstellung ihrer Grundzüge für das Verständnis der Kulturindustrie-These hilfreich ist. Was jetzt sicher vorerst einmal ziemlich abstrakt wirkt, werde ich in meinen weiteren Ausführungen zum Kulturindustrie-Kapitel noch konkretisieren.

Mit Aufklärung bezeichnen Adorno und Horkheimer nicht einfach eine spezifische historische Epoche oder Geistesströmung, sondern den Prozess des Erwachens und der Entwicklung des Geistes und damit der Menschheit selbst. Das Entstehen des Subjekts, d.h. des vernunftgeleiteten Menschen, das sich in der Trennung von menschlichem Geist und Natur vollzieht, bezahlt dieses Subjekt mit der Entfremdung von dem, worüber es Macht ausübt: Aus Angst vor der Übermacht der Natur drängen die Menschen zur praktischen und begrifflichen Unterwerfung der Natur, zur Herrschaft über diese. Die Welt darf nur da wahrgenommen werden, wo sie vom menschlichen Geist manipulierbar ist, wo sie durch Vernunft beherrscht werden kann, weil die bloße Vorstellung eines Unbekannten, nicht Begreifbaren, die eigentliche Quelle der Angst darstellt. Natur wird zum bloßen unstrukturierten chaotischen Stoff degradiert, zu etwas Qualitäts- und Sinnlosem, in das der Mensch Ordnung und Sinn legen kann.

Dieser Prozess, der die technische und wissenschaftliche Entwicklung der Menschen vorwärts trieb und durch den die Menschen sich aus den Naturzwängen emanzipierten, hat aber zugleich fatale Folgen: Weil der Mensch immer auch Naturwesen ist, schlägt die Naturbeherrschung um in die Herrschaft über andere Menschen und sich selbst. Den Herren sind die Sklaven, durch die sie überhaupt die Distanz zum Objekt wahren können, bloße Tiere, die es genauso zu beherrschen gilt wie die eigenen Triebbedürfnisse auch. Herrschaft wird so zum Prinzip aller Beziehungen.

Zweitens richtet sich dieser Prozess der Naturbeherrschung und zunehmenden Entmythologisierung, dieser unaufhaltsame Fortschritt im Denken, auch gegen das Denken und die Aufklärung selbst: Das Denken wird von allem gesäubert, was als mythisch gilt, weil es auf Qualitäten zielt, die nicht einfach instrumentell handhabbar sind: Diese Säuberung trifft erst den Glauben an die Beseeltheit der Welt, dann die religiöse Sinnsuche und schließlich die philosophischen Begriffe selbst. Zum Schluss unterwirft sich das Denken vollends der bloßen

² Horkheimer/Adorno: Dialektik der Aufklärung [DdA], Frankfurt a.M. 1969, S. 9.

³ DdA, S. 1.

Erfassungslogik. Damit schafft sich das Subjekt jedoch selber ab: Vernunft, das Mittel seiner Emanzipation von der Natur, beseitigt sich selbst, regrediert zur blossen inhaltsleeren, formellen Technik, zum System. Gefangen im, wie der Soziologe Max Weber das nannte, „stahlharten Gehäuse“ der Rationalität, gleicht sich der Mensch wieder dem Naturzustand an, hilflos beherrscht von zweiter Natur, d.h. den historisch entstandenen durchrationalisierten gesellschaftlichen Verhältnissen, die er nur noch registrieren, aber nicht mehr begreifen, geschweige denn überwinden kann.

In der bürgerlich-liberalen Gesellschaft des 19. Jahrhunderts durfte zumindest noch in der Kunst, auch in der Volkskultur, und in der Philosophie, die vom Lebens- und Produktionsprozess der Menschen abgeschnitten waren und keinen Einfluss auf diesen hatten, noch ein gewisses Maß an Freiheit von Zweckrationalität und damit die Idee einer menschlicheren Gesellschaft aufrechterhalten werden. Dieses Freiheitsversprechen war immer auch ihr kritisches Moment gegenüber den zunehmend durchrationalisierten gesellschaftlichen Verhältnissen. In der vollends durchrationalisierten, spätkapitalistischen Welt, die Adorno und Horkheimer vor Augen hatten, wurde der Kultur, d.h. der Kunst und der Philosophie, auch noch dieses letzte transzendierende, d.h. über das Bestehende hinausweisende Moment gekappt.

Diesem Schritt in die „verwaltete Welt“ will ich mich nun im Weiteren zuwenden, und dabei auch auf das Thema dieses Seminars, die Propaganda, zu sprechen kommen. Propaganda, so die provokative These schon mal vorweg, ist nicht einfach als ein Zweckentfremden oder Instrumentalisieren der Massenmedien durch undemokratische politische Gruppen oder Machthaber zum Zweck der Manipulation zu verstehen, sondern Propaganda ist das, worauf die gesamten Kommunikationsstrukturen des kulturindustriell organisierten Spätkapitalismus immanent hinauslaufen.

3. Kulturindustrie

Die Entfaltung der kapitalistischen Produktionsweise hatte die Menschen vollends aus ihren traditionellen Familien- und Gemeinschafts-Beziehungen herausgelöst und sie einer neuen Logik unterworfen: der des Marktes und des Tausches. Als Waren müssen sich die Menschen auf einem Markt anpreisen und verkaufen, was bedeutet, dass sie da nicht mehr in ihrer besonderen Qualität als Menschen, sondern nur noch als Arbeitskraft wahrgenommen werden. In der arbeitsteilig zerstückelten Produktion werden die Menschen austauschbar, ist jeder und jede nur noch ein Rädchen im Getriebe, ohnmächtig gegenüber der Produktionsmaschinerie und lethargisch gemacht durch stumpfe, sich stets wiederholende Arbeitsschritte. Hatte die bürgerliche Philosophie noch das Erwachen der Menschen aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit gefordert, förderte die entfaltete kapitalistische Gesellschaft im Namen der Verwertungslogik bloß Verdummung und Entmündigung.

Der von der Entfaltung des Kapitalismus vorangetriebene Rationalisierungsschub weitete sich nicht nur auf die Sphären des Rechts und des Staates aus, wo die formale Logik des Verwaltungsdenkens überhand nimmt und sich im bürokratischen Apparat verdinglicht. Sondern, so Adorno und Horkheimer, auch die Sphäre der Kultur, die doch noch der letzte Hort des Widerstands gegen die Tauschlogik darstellte, wird der Tausch-, Verwertungs- und Verwaltungslogik unterworfen. Ihrer je spezifischen Qualitäten beraubt und damit auf *einen* Nenner gebracht, verknüpfen sich die einzelnen Produktionsstätten von Kunst und Kultur zu einem großen Ganzen, zu dem, was die beiden Autoren „Kulturindustrie“ nennen. So heißt es zu Beginn des Kulturindustrie-Kapitels: „Kultur heute schlägt alles mit Ähnlichkeit. Film, Radio, Magazine machen ein System aus. Jede Sparte ist einstimmig in sich und alle

zusammen.“⁴ Die Reproduktionstechniken, also die Möglichkeit der technischen Vervielfältigung von Schrift, Bild und Ton, streben von selbst schon zu einer Standardisierung: Überall wo ein Radioempfänger steht, wird dieselbe Musik gehört, und zur gleichen Zeit können Tausende von Menschen in verschiedenen Städten denselben Film im Kino sehen.

Hatte die Kultur immer *auch* ein kommerzielles Moment, waren die Kulturprodukte immer *auch* Waren, so werden sie es nun durch und durch. Dergestalt verlieren sie ihr anderes Moment, nämlich, dass sie auch einer anderen, z.B. einer ästhetischen Logik gehorchen und damit dem gesellschaftlich vorherrschenden Tauschprinzip etwas kritisch entgegensetzen. Die Herstellung und Verbreitung, ebenso wie die Kategorisierung der Kulturwaren, folgen nicht mehr aus der Sache selbst, sondern in erster Linie Verwertungskriterien. Es wird produziert, was sich verkaufen lässt, gegenüber den Inhalten herrscht Gleichgültigkeit. Die angepriesenen Differenzen zwischen den Produkten gehen nicht aus diesen selber hervor, sondern zielen darauf, das *Publikum* zu kategorisieren. Ob schlagerliebende Hausfrau oder intellektueller Jazzliebhaber, ob Westernfan oder Musicalbegeisterter, alle werden als Konsumentinnen erfasst und nach vorgegebenen Schablonen geordnet und bestimmt. Das Publikum wird so – wie im Arbeitsprozess als reine Arbeitskraft – auch in seiner Freizeit nur noch als Objekt, nämlich als passiv konsumierendes, wahrgenommen, das als bloße Zahl in den Konsumenten-Statistiken verarbeitet werden kann.

Die Produkte selber passen sich diesen Schablonen an und werden genau auf das Zielpublikum abgestimmt: Die Strophe-Refrain-Strophe-Struktur der Popsongs ist ebenso festgelegt wie die Grenzen der Filmgenres oder der Charakter des jugendlichen Helden im Film, der sich kraft Fleiß und Innovationsgeist in die höhere Gesellschaftsschicht hinaufarbeitet, um da seine schöne Angebetete in die Arme nehmen zu können. Was anders ist, was gegenüber den Schablonen eine Eigenständigkeit besitzt, wird entweder vom Kulturbetrieb erfasst und als Ausnahme für ein spezielles Publikum angepriesen, damit aber auch wieder zum Konsumprodukt degradiert, oder aber es erleidet den ökonomischen Tod. Alle, die Kunst betreiben, müssen sich dieser Logik unterwerfen, wollen sie nicht untergehen. Wahrhaft Neues kann so nicht wahrgenommen werden: An ihm wird nur das entdeckt, was schon bekannt ist, was schon katalogisiert ist. Die genaue Reproduktion des schon Bestehenden wird zum Maß der Wahrhaftigkeit der Produkte, die modernen Techniken sollen immer genauer erfassen, was ist: Sind die Kulissen nicht getreu der Realität nachgebildet, sieht man den Filmdarstellerinnen an, dass sie schauspielern, oder handeln die Protagonisten entgegen den standardisierten Erwartungen, wird dies als Mangel dem Produkt vorgeworfen. Kulturindustrie soll bloß immer wieder die durch den Arbeitsprozess standardisierte und erfasste Welt reproduzieren und bestätigt so diese Welt als einzig mögliche. Dies ist die Ideologie der verwalteten Welt: Ideologie ist hier nicht mehr der Versuch der Rechtfertigung von Herrschaftsverhältnissen, sondern die bestehenden Herrschaftsverhältnisse selbst sind kraft ihres unumstößlichen Daseins selber Rechtfertigung genug. Jeglicher Gedanke wird nicht mehr nach seiner Wahrheit befragt, sondern nur noch danach, ob er auch realistisch sei. Alle, auch die gesellschaftlich Mächtigen sind dem unterworfen: Abstrakt und unkontrolliert geht die Tauschlogik ihren Weg, unterwirft alles ihrem Sachzwang. „Indem Kulturindustrie nichts tut, als die Welt so zu bestätigen, wie sie ist, verändert sie sie. Reine Immanenz ist das Wesen der autoritären Gesellschaft.“⁵

Da die kulturindustrielle Verdoppelung so total wird, alle umzingelt, es aus ihr kein entinnen gibt, nehmen die Menschen auch die Welt nur noch durch den Filter der Kulturindustrie wahr: Die jungen Männer wollen werden wie James Dean, der Rebell, der schließlich doch zur Vernunft kommt, und begehren dabei eine der schönen Filmdiven oder Sängerinnen, die sich

⁴ DdA, S. 128.

⁵ Lars Quadfasel: Fun, auf Deutsch, heißt Stahlbad. Thesen zu Kulturindustrie, Nationalsozialismus und Postfaschismus. <http://15jahre.conne-island.de/broschuere/10.html>.

alle gleichen. Der Schematismus nimmt den Konsumenten das Denken ab: Der Intellektuelle ist der weltfremde und altkluge Freak mit der Brille und der Krieg wird zum strategischen Kampf zwischen großen Persönlichkeiten.

Weil die Menschen ihre Umwelt nur noch nach den standardisierten Mustern wahrnehmen können und sich ihre eigenen Träume und Bedürfnisse den Produkten angepasst haben oder diese erst durch die Produkte erschaffen wurden, kann die Kulturindustrie sich auf sein Publikum berufen: Die Kritiker sollen schweigen, sie seien konservative Spaßverderber und überheblich. Produziert werde doch nur das, was die Menschen sehen und hören wollen. „In der Tat“, so Adorno und Horkheimer „ist es der Zirkel von Manipulation und rückwirkendem Bedürfnis, in dem die Einheit des Systems immer dichter zusammenschießt.“⁶ Die Massen wünschen, was ihnen hingeworfen wird, weil sie keine Wahl und keine eigenen Wünsche mehr haben. Wer nicht mitmacht, hat schon verloren, ist ein Outsider oder schlimmer: er muss hungern, weil er nicht so reden und sich nicht so verhalten kann, wie man es tut.

Die Kulturindustrie verdoppelt und vollendet das, was der Arbeitsprozess sowieso schon den Menschen antut: Sie sind auch hier bloßes Rädchen im Getriebe, vollkommen austauschbar, nur Ziffern in den Statistiken der Konsumentenforschung. Phantasie und Denken verkümmern, die Menschen werden in ihrer Passivität bestätigt, weil die standardisierten Kulturprodukte wirkliche Spontaneität ebenso wenig fordern wie der durchrationalisierte Arbeitsprozess. Wo noch so etwas wie Aktivität aufscheint, ist diese vom Apparat selber initiiert: Der Bastler und die Sportlerin sind ebenso Produkt der Kulturindustrie wie der junge Musiker, der mal Pop- oder Rockstar werden will. Das Individuum, das immer bloß eine Forderung und ein Produkt der bürgerlichen Gesellschaft war, wird vollends abgeschafft. An seine Stelle tritt Pseudoindividualität, von der der Betrieb lebt: Nur durch den Star, die sogenannte „große Persönlichkeit“, wird die von allem Nichtrationalen gereinigte, auf Schablonen reduzierte Kultur noch mit etwas gefüllt, was ein vermeintlich menschliches Antlitz trägt. Bei ihm ist deshalb auch besonders wichtig, dass er „authentisch“ sei. Nach ihm, und den Produkten, für die er steht, richten sich die Begierden und Sehnsüchte. Die Kulturindustrie lockt permanent mit Glücksversprechen, mit der Erfüllung von Bedürfnissen, und betrügt damit die Massen um ebendieses Glück, das doch nur in einer menschlicheren Gesellschaft zu finden wäre.

Nicht dass die Kulturindustrie verdummt oder dass sie eine Flucht vor der Realität darstelle, wird ihr von Adorno und Horkheimer daher angelastet, sondern, dass sie dem Konsumenten als Paradies wieder denselben Alltag anbietet, dem er bei der Arbeit schon ausgesetzt ist. „Es ist in der Tat Flucht,“ so die beiden Autoren, „aber nicht, wie es behauptet, Flucht vor der schlechten Realität, sondern vor dem letzten Gedanken an Widerstand, den jene noch übriggelassen hat.“ Die Befreiung, die der Betrieb verspricht, ist die vom Denken als etwas Kritischem.

Dass die Menschen den Betrug eigentlich längst durchschaut haben, gehört dazu. Kaum eine, die nicht selber Zweifel an den Segnungen der Kulturindustrie hegt. So schreibt Adorno: „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.“⁷ Die Menschen finden sich im Namen des Realismus mit dem schlechten Bestehenden ab. Und gerade weil die gegenüber dem allmächtigen Apparat ohnmächtigen Konsumenten wissen, was geschieht, müssen sie umso

⁶ DdA, S. 129.

⁷ Adorno: Résumé über Kulturindustrie. In: Gesammelte Schriften Bd. 10.1., Frankfurt a.M. 1997, S. 342.

hartnäckiger sich klammern an das, was ihnen zum Fraß vorgeworfen wird, um die Zweifel möglichst zu vergessen.

Was hat dies nun aber alles mit Propaganda zu tun, auf die doch mein Referat zielen sollte?

Das Lebenselixier der Kulturindustrie ist die Werbung, sie selbst ist nur noch Werbung, Werbung für sich selbst und für die bestehende Welt. Da die Menschen die Kulturprodukte, die über den Alltag nicht hinausweisen, eigentlich gar nicht bräuchten, müssen diese als die Befriedigung ihrer innersten Wünsche immer wieder angepriesen werden. Und da die Produkte nur noch der Verwertungslogik folgen, nicht mehr irgendwelchen Inhalten, werden sie selber nur noch Mittel zum Zweck, zur Darstellung und Reproduktion von gesellschaftlicher Macht. Im monopolisierten Kulturbetrieb wird Werbung zur Information, die nur noch darüber berichtet, was es alles gibt, weil sowieso keine wirkliche Auswahlmöglichkeit mehr da ist, diese nur in der Wahl zwischen verschiedenen Konfektionswaren besteht. „Technisch so gut wie ökonomisch verschmelzen Reklame und Kulturindustrie. Hier wie dort erscheint das Gleiche an zahllosen Orten, und die mechanische Repetition desselben Kulturprodukts ist schon die desselben Propaganda-Schlagworts. Hier wie dort wird unterm Gebot von Wirksamkeit Technik zur Psychotechnik, zum Verfahren der Menschenbehandlung. Hier wie dort gelten die Normen des Auffälligen und doch Vertrauten, des Leichten und doch Einprägsamen, des Versierten und doch Simplen; um die Überwältigung des als zerstreut oder widerstrebend vorgestellten Kunden ist es zu tun.“⁸ So werden die Informationen und Empfehlungen der Kulturindustrie zum Kauf-Befehl.

Während aufklärerische politische Bewegungen ebenso wie auch die Werbung im liberalen Kapitalismus noch Argumente formulieren und so die Menschen überzeugen mussten, ist die Kommunikation in der Kulturindustrie auf das Ausstoßen von Signalen geschrumpft, die umso mächtiger wirken, wenn die verkündeten Reden, Bilder und Schlagwörter keinen Gehalt mehr haben, von den Angesprochenen selbst mit allem Erdenklichen gefüllt werden können. Die öffentliche Kommunikation in der Kulturindustrie zielt nur noch auf Psychologie, nicht mehr auf Inhalte, die austauschbar sind. Dem kann sich niemand entziehen, ohne propagandistische Methoden findet niemand mehr Gehör. Propaganda ist das, was die Öffentlichkeitsstrukturen der Gesellschaft aus sich heraus hervorbringen, und Propaganda ist das, was die entmündigten und in ihren Erfahrungsmöglichkeiten systematisch eingeschränkten Massen beständig fordern.

4. Kulturindustrie und Nationalsozialismus

Dass diese provokative These nicht *nur* eine Übertreibung ist, die Tendenzen sichtbar machen soll, ist mir wichtig zu betonen, kann ich aber hier nur noch kurz und sehr oberflächlich andeuten. Gerade die Erfahrung mit dem Nationalsozialismus, mit dem sich die Kritischen Theoretiker in den USA intensiv auseinandersetzen, zeigt, wie eine kulturindustriell strukturierte Öffentlichkeit die Bedingungen für faschistische Agitation erst hervorbrachte und wie nahezu nahtlos die Nationalsozialisten an die von ihr geschaffenen Verhältnisse und Kommunikationsstrukturen anknüpfen konnten.

Die nationalsozialistische Herrschaft beruhte nicht in erster Linie auf Terror und menschenverachtender Ideologie, sondern darauf, dass die Nazis lediglich die Tendenzen der Gesellschaft auf die Spitze trieben. Goebbels, ein ausgezeichneter Kenner der marktwirtschaftlichen Werbetechniken, erklärte in gleichsam ironischer Überhöhung der kulturindustriellen Angleichung von Kunst und Werbung die Propaganda selbst zur Kunst. Keine mitreißenden, pathetischen Reden, sondern im Gegenteil Sachlichkeit fern von Pathos und Schwulst forderte er bei den Berichterstattungen in Radio und in den Wochenschauen,

⁸ DdA, S. 173.

weil er auf die Reproduktionstechniken und die bloße Autorität des Bestehenden vertrauen konnte. Die überall zu einem Spottpreis erhältlichen Volkempfänger sorgten dafür, dass die überwältigende Machtdarstellung auch überall gehört wurde. Und Goebbels, der wie Hitler Disney liebte, wusste auch, weshalb er den Anteil der Unterhaltungsfilme höher hielt als den der Propagandafilme; einfach, weil sie die besseren Propagandafilme waren.

Für die Erzeugung der Integrationskraft des Dritten Reiches war der Führer-Mythos entscheidend. Die Plakatgestalter kamen von der ökonomischen Werbung her und vermarkteten Hitler als Markenprodukt und als Star; seine nur noch aus Schlagwörtern bestehenden Reden wurden auch noch im letzten Winkel des Reichs vernommen. „Das Radio“, so Adorno und Horkheimer, „wurde zum universalen Maul des Führers.“⁹

Dass die Gegenseite im Krieg gegen Hitler, die angloamerikanische wie die sowjetische, für die Kriegsmobilisierung dieselben Methoden anwenden musste und konnte, spricht nur für die Kulturindustrie-These.

Mir ist aber bewusst, und auch das möchte ich betonen, dass die provokativen Thesen aus dem Kulturindustrie-Kapitel *auch* Übertreibungen sind, die nur auf eine *Tendenz* bzw. auf eine *Strukturähnlichkeit* aufmerksam machen wollen. Die These von der Analogie von amerikanischer Kulturindustrie und deutschem Faschismus darf nicht die v.a. auch inhaltlichen Unterschiede vergessen machen, die trotz aller struktureller Ähnlichkeit vorherrschten. Andernfalls würde sie antiamerikanisch. Während in Deutschland auch verbal das einzelne Individuum ausgelöscht, nur noch als Teil des Volkskörpers wahrgenommen wurde, dem es sich gänzlich eingliedern und für das es sogar sterben sollte, zielte und zielt Kulturindustrie immer noch aufs Individuum, dem es als je Einzelnen Glücksversprechungen macht. Das ist ein Unterschied ums Ganze: Genau der immer wieder der amerikanischen Gesellschaft vorgeworfene Egoismus und vermeintlich mangelnde Gemeinschaftssinn ist es nämlich, der die Eingliederung in die Volksgemeinschaft mit all seinen verheerenden Folgen verhinderte.

5. Schlussbemerkungen

Kritische Theorie zielt immer aufs Ganze. Kein Phänomen lässt sich begreifen, wenn es nicht im Kontext der gesamten gesellschaftlichen Verhältnisse, ihrer Geschichte, immanenten Widersprüche und Tendenzen analysiert wird. Eine Wissenschaft, die bloß Daten erfasst und Erscheinungen ordnet, bleibt nicht nur an der Oberfläche, sondern reproduziert wie die Kulturindustrie immer nur das schon Bestehende und wird damit selbst zur Herrschaftstechnik. Nur die ideologiekritische Konfrontation des Bestehenden nicht mit irgendeinem vorher festgelegten Ideal, sondern mit dem was in der Gesellschaft selbst über sie hinausweist, gibt Raum für das Denken der Möglichkeit, dass alles auch anders sein könnte. Kritik ist dabei nichts, was diesem Denken aufgesetzt ist, sondern Kritik ist die Methode selbst. Dieses Erbe des Marxschen Denkens ist es, was m.E. die Kritische Theorie so auszeichnet.

Im Falle der Propaganda kann der gesellschaftstheoretische, auf gesellschaftliche Strukturen gerichtete Blick z.B. verhindern, dass Propaganda einfach verschwörungstheoretisch als bewusste Manipulation durch geschickte Übeltäter verstanden wird. Viel radikaler und kritischer weitet sich die Analyse und Kritik von Propaganda aus zu einer Kritik der gesamten gesellschaftlichen Verhältnisse, die die Propaganda strukturell hervorbringen.

⁹ DdA, S. 168.

Wahrheit aber hat einen Zeitkern; dies betrifft jede Theorie. Kritisches Denken darf sich deshalb nie auf einmal erreichten Erkenntnissen ausruhen, sondern muss seine Begriffsarbeit ständig in Auseinandersetzung mit dem gesellschaftlichen Wandel weitertreiben. Inwiefern heute noch der Begriff der Kulturindustrie einen Wert besitzt und worin dieser genau besteht, und ob sich die Propaganda seit den 40er Jahren des letzten Jahrhunderts nicht massiv gewandelt hat und damit in anderen Kategorien gefasst werden müsste, ist also nicht von vornherein geklärt, sondern muss Gegenstand weiterer Denkarbeit sein, die seinen Gegenstand wirklich als gesellschaftlichen und historischen zu durchdringen sucht.