

Wer küsst den Froschkönig heute?

Die Medienkulturindustriekritik von Theodor W. Adorno

MARCUS S. KLEINER

»Für jeden Menschen gibt es ein Urbild im Märchen, man muss nur lange genug suchen. [...] Mit sehnsüchtigen Augen blickt der Froschkönig, ein unverbesserlicher Snob, zur Prinzessin auf und kann von der Hoffnung nicht ablassen, dass sie ihn erlöse.« (Adorno 1997a: 98f.)

Diese Bemerkung aus den *Minima Moralia* kann, wie Stefan Müller-Doohm einmal vermutet haben soll, als Selbstcharakterisierung Adornos aufgefasst werden (vgl. Behrens 2003: 96). Märchen sind Imaginationsarsenale zur Erzeugung von Interpretationen, utopische Gegenwelten zur herrschenden Ordnung der Dinge bzw. zur Alltagswelt. Insofern können sie als bewusste *Positionierung der Welt* oder als Erzählung von phantastisch-wunderbaren Begebenheiten und Zuständen, aus der eine Durchbrechung der (Alltags)Wirklichkeit, Erfahrung und Kausalität sowie Loslösung von Zeit und Raum resultiert, beschrieben werden. Märchen liegt zumeist eine einfache *schwarz-weiße Weltordnung* zu Grunde, die sie als idealistisches, weltfremdes Wunschbild ausgleichender Gerechtigkeit erscheinen lässt. Die Gesellschafts-, Kultur- und Medienkritik von Adorno wird von seinen Kritikern interessanterweise häufig in vergleichbarer Weise beschrieben.

Adorno als *Froschkönig* wird aber nicht, wie der *Froschkönig* im Märchen, von der Prinzessin *erlöst*, weil dieser seine *Erlösung* aktiv handelnd einfordert, d.h. von der Prinzessin wiederholt verlangt, ihr Versprechen, ihn als Freund und Gleichwertigen zu behandeln und in ihr Leben zu integrieren, als Dank dafür, dass er ihr ihr liebstes Spielzeug, eine goldene Kugel, aus dem Brunnen, in den es gefallen ist, wiederbeschafft. Aus dem *Froschkönig* im Märchen wird letztlich ein *erlöster* und glücklicher Königs-

sohn, mit schönen und freundlichen Augen, der nur durch die Prinzessin vom Fluch der bösen Hexe befreit werden konnte und sie nach seiner *Verwandlung* in sein Reich führt.

Im Gegensatz zum Märchen, ist der *Froschkönig* Adorno ein *Snob*, der auf *Erlösung* hofft, ohne sich für diese handelnd einzusetzen, weil er von der Prinzessin und damit der Welt, durch das *Pathos der Distanz* getrennt bleibt, sich, wie es für einen *Snob* typisch ist, durch zur Schau getragene Extravaganz den Schein geistiger und kultureller Überlegenheit zu geben sucht und nach gesellschaftlicher Exklusivität strebt. Gleichwohl hofft er auf *Erlösung* durch ein *Außen*, d.h. die Prinzessin als Sinnbild für die Welt bzw. Gesellschaft – bezogen auf den Autor Adorno könnte man konkreter von seinen Lesern sprechen. Diese nicht selbst überwindbare Distanz zur Prinzessin, also das nicht *Zur-Welt-, Zu-den-Dingen- und -Lesern-Kommen-können*, ist kein Glückszustand, sondern Ausdruck von *Mangel* und *Begehren*.

Diese Situation kann als Allegorie einer für das Denken von Adorno grundsätzlichen *Spannung* bezeichnet werden, die, bezogen auf seine Diskurswelten, die konstitutive Differenz zwischen Theorie und Praxis kennzeichnet und in Adornos Weigerung, mit seinen Diskursen Handlungsanweisungen, Rezeptwissen oder eine direkt implementierbare Sozialtechnologie anzubieten, zum Ausdruck kommt (vgl. u.a. Adorno 1997 v/w). (*Selbst*)*Erlösung*, im Sinne von *Wirklich-Werden* seiner Diskurse oder deren Verständnis als *praktische Erkenntnis*, liegt außerhalb des Interesses und der Wirkmächtigkeit von Adorno. Hierzu bedarf es deren Aneignung und Nutzung durch seine Leser. Als *Snob* geht Adorno aber prinzipiell davon aus, dass diese die Auseinandersetzung mit seinen Diskursen als erstrebenswert betrachten, als *Froschkönig* kann er nur darauf hoffen.¹

Das Erkenntnisinteresse meines Beitrags besteht nicht in einer idealtypischen Rekonstruktion des Denkens von Adorno in seiner *Totalität* sowie der Ausarbeitung von Strategien der Möglichkeitendarstellung der *Grundstühlen* seiner Medienkulturindusriefikritik, die diesseits jeder theoriepolitischen Vereinnahmung und durch eine explizite *Arbeit am Text* erfolgt, um

1 | Als *Froschkönig* gehört Adorno einer idealistischen bzw. phantastischen Gegenwart an, als *Snob* spielt er eine soziale Rolle, die aber auf Distanz zur (alltäglichen) Welt setzt. Insofern bietet die Märchenwelt Schutz und bedeutet zugleich Isolation, das *Snob-sein* deutet hingegen auf kein *Aufgehen-Wollen* oder *Verschmelzen* mit der Welt an, sondern auf eine reflexiv-ästhetische Gestaltung dieser sowie der eigenen Persönlichkeit. *Erlösung* wird insofern auch gar nicht möglich sein, weil der *Froschkönig* als *Snob* beide Persönlichkeitsfacetten zu brauchen scheint. Darin kommt vielleicht gerade seine leid- und lustvolle Existenz als *Glückserfahrung* zum Ausdruck.

seine Ansätze in ihrer Heterogenität und Kontinuität bzw. Transformationsambivalenz, Prozessualität und Extension – mit und durch Adorno – möglichst umfassend darzustellen, ohne hierbei auf eine Diskussion der Literatur zu Adorno zurückzugreifen bzw. sich von dieser leiten zu lassen.) Denken Adornos wird dadurch *Raum* gegeben und versucht, eine richtig differenzierte Sicht auf seine Medienkulturindusriefikritik zu errichten, den Boden für Anwendungen und Kritiken *neu* zu ebenen.) durch soll aller erst eine Grundlage geschaffen werden, von der ausgeht die Frage, warum man auch heute noch mit Adornos *Rüstzeug* kulturelle und mediale Universen kartographieren, verstehen und kritisieren kann diskutiert werden.²

KULTURINDUSTRIE

Die Formung des Menschen zu einem uniformierten Massenmenschen entspricht der von Adorno konstatierten zunehmenden *In-Formierung* Bewusstseins mittels »fortschreitender kommunikativer Erfassung Bevölkerung [...]», dass es kaum mehr eine Lücke lässt, die es erlaube, ein weiteres jener Präformation innewerden« (Adorno 1997f: 204). Funktionsweisen der »Massenkultur unterm Monopol« zu durchschauen Medienprodukte als Massenbetrug aufzudecken, um den »Zirkel Manipulation³ und rückwirkendem Bedürfnis« entgegenzuwirken, ist zentrale Anliegen von Adorno und Horkheimer (vgl. Adorno/Horkheimer 1997) in ihrer *Dialektik der Aufklärung* sowie in Adornos Schriften Kultur- und Medienkritik.

Die *Theorie der Kulturindustrie*, die v.a. aus der Erfahrung mit der Neosenkulturentwicklung in den 1930er und 1940er Jahren in Deutschland besonders aber mit dem kapitalistischen Mediensystem in Amerika rezipierte, steht im Zentrum der Kultur- und Medienanalysen von Adorno (

2 | Diese Diskussion wird in meinem Beitrag nur an wenigen Beispielen der deutschen Medienlandschaft der Gegenwart diskutiert, weil der Akzent hier auf einer grundlagentheoretischen Diskussion der Medienkulturindusriefikritik Adornos liegt. Insofern können auch nicht alle seinen medientheoretischen Überlegungen, etwa zur Musik, zur Literatur, zum Radio und zum Film, berücksichtigt werden.

3 | Im *Prolog zum Fernsehen* definiert Adorno mediale Manipulation als nicht selbstbestimmte Anpassung des Medienrezipienten an das Bestehende: »[A] jene Manipulationen, welche das Publikum nach den Forderungen eines die Bestehenden angepassten Verhaltens zurechtstutzen, [können] sich immer Momente im Bewusstseins- und Unbewusstseinsleben der Konsumenten betreffen.« (Adorno 1997f: 514)

Horkheimer, in ihnen sind Gesellschafts- und Medienkritik konstitutiv miteinander verbunden. Der Begriff *Kulturindustrie* soll verdeutlichen, dass die massenmediale verbreitete Kultur eine industriell erzeugte Ware ist: »Der Ausdruck Industrie ist dabei nicht wörtlich zu nehmen. Er bezieht sich auf die Sache selbst – etwa die jedem Kinobesucher geläufige der Western – und auf die Rationalisierung der Verbreitungstechniken, nicht aber streng auf den Produktionsvorgang.« (Adorno 1997i: 339)⁴ Auf Grund des Profitinteresses entsprechen die Kulturwaren nicht den spontanen Wünschen und Bedürfnissen der Menschen, wie es für eine Volkswirtschaft und Massenkultur charakteristisch sein müsste: »Die Massen sind nicht das Maß, sondern die Ideologie der Kulturindustrie.« (Ebd.: 338)⁵ Für Adorno und Horkheimer ist Medienkultur in einer kapitalistisch strukturierten Gesellschaft entfremdet, weil sie durch und durch als Ware fungiert und auf der Basis eines monopolistischen Wirtschaftssystems organisiert wird:

»Die Kulturindustrie ging aus der Verwertungstendenz des Kapitals hervor. Sie hat sich unter dem Marktgesetz entwickelt, dem Zwang, ihren Konsumenten sich anzupassen, ist dann aber umgeschlagen zu der Instanz, welche Bewusstsein in seinen je bestehenden Formen, dem geistigen status quo, fixiert und verstärkt.« (Adorno 1997d: 17f.)

Die *Theorie der Kulturindustrie* kann aus dieser Perspektive als eine Weiterentwicklung der Marx'schen Warenanalyse, der Unterscheidung von Gebrauchs- und Tauschwert sowie der Analyse des Fetischcharakters der Ware verstanden werden.

Dementsprechend versteht Adorno unter (autonomer bzw. authentischer) Kultur das, was sich ökonomischer Zweckrationalität entzieht, Einspruch gegen die Auflösung der notwendigen Spannung zwischen Allgemeinern und Besonderem erhebt, sich als grundsätzliche Widerständigkeit und Inkommensurabilität auszeichnet sowie gesellschaftliche Widersprüche

4 | In seinem *Résumé* fasst Adorno (vgl. Adorno 1997i) seine *Kulturindustrie*-Kritik prägnant in 26 Thesen zusammen.

5 | Diese Einschätzung entspricht der These von Herbert Marshall McLuhan, die er im *Vorwort* seines ersten Buches, *Die mechanische Braut. Volkskultur der industriellen Menschen*, aus dem Jahre 1951 formulierte, ohne sich hierbei aber auf Adorno und Horkheimer zu beziehen: »[D]as Volk [hat] mit der Herstellung von Volkskultur nicht das Geringste zu tun [...]. Das gilt auch für die Volkskultur des industriellen Menschen, die zu einem großen Teil aus Laboratorien, Studios und Werbeagenturen stammt. Inmitten der Vielfalt unserer Erfindungen und abstrakten Techniken der Produktion und Distribution, lässt sich jedoch ein hoher Grad an Zusammenhalt und Uniformität finden.« (McLuhan 1996: 8)

che und Ungerechtigkeiten dissonant zum Ausdruck bringt. Zudem muss sie als *kulturelles Gedächtnis* des *Randständigen* fungieren und zugleich *Artikulationsinstanz* für gesellschaftlich marginalisierte Gruppen sowie kulturelle Manifestationen sein:

»Was mit Grund kulturell heißt, muss erinnert aufnehmen, was am Wege liegt bleibt bei jenem Prozess fortschreitender Naturbeherrschung, der in anwachsender Rationalität und immer rationaleren Herrschaftsformen sich spiegelt. Kultur ist die perennierende Einspruch des Besonderen gegen die Allgemeinheit, solange die unversöhnt ist mit dem Besonderen.« (Adorno 1997e: 128)

Adorno und Horkheimer geht es in der Auseinandersetzung mit der *Kulturindustrie* um die Beschreibung der »Pathologien des Sozialen«, ihre Diagnosen thematisieren

»jene Beeinträchtigung der menschlichen Selbstverwirklichung, die mit dem Prozess der kapitalistischen Modernisierung zusammenhängen soll: ob Verdinglichung oder Gemeinschaftsverlust, ob kulturelle Verarmung oder Aggressionszunahme den sozialen Bezugspunkt der Analyse bildet stets der einseitige Rationalisierungsdruck der kapitalistischen Wirtschaftsweise« (Honneth 1994: 41f.).

Diese hat primär die Akkumulation von Kapital sowie die Verfestigung der »Macht der ökonomisch Stärksten« (Adorno/Horkheimer 1997: 142), die durch technologische Rationalität, ökonomische und politische Macht über die Gesellschaft erlangen wollen, zum Ziel. Die Konstitution und die Strukturen der Kulturwaren werden insgesamt von diesen Zwecken bestimmt, in der Technik spiegelt sich die »Rationalität der Herrschaft (ebd.) wider. Kultur, als idealtypischer Raum zur Ausbildung autonomer Denkens und Fühlens, kreativen Handelns und künstlerischen Schaffens sowie des Widerstandes gegen gesellschaftliche Hegemonie und positive tische Ideale der Naturbeherrschung, wurde, wie Adorno und Horkheimer betonen, zu einer Angelegenheit von Großkonzernen und Bürokratien. Diese *Pathologien* sind nicht erst mit der zunehmenden sozialen Bedrohung der Medien entstanden, sondern Ausdruck der gesamtgesellschaftlichen Situation, die allerdings einerseits durch die Medien radikal potenziert und andererseits maßgeblich kommuniziert sowie inszeniert wird.

Kulturindustrie bedeutet zudem »Anti-Aufklärung [...] Sie verhindert die Bildung autonomer, selbstständiger, bewusst urteilender und sich entscheidender Individuen. Die aber wären die Voraussetzung einer demokratischen Gesellschaft, die nur in Mündigen sich erhalten und entfalten kann.« (Adorno 1997i: 345)⁶ Der Begriff *Kulturindustrie* bezieht sich nicht

6 | Als *Leitbild* von Adornos Aufklärungsverständnis könnte Kants berühmte

nur auf die massenmedial vermittelte Massenkultur (etwa durch Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Musik, Fernsehen, Film), sondern umfasst alle Institutionen und Netzwerke der Kulturvermittlung (z.B. Theater, Museen, Freizeit- und Unterhaltungsindustrie, Populärkultur, Sportveranstaltungen) in einer Gesellschaft.⁷ Die Kulturwaren sind von zentraler Bedeutung für den Prozess der sozialen Wirklichkeitskonstruktion und Sinnvermittlung sowie für die Bewusstseinsbildung der Menschen. Die Institutionen der *Kulturindustrie* sollen das Bewusstsein der Rezipienten abschließlich auf das Bestehende fokussieren, deren Bedürfnisse nach politischer Partizipation und Autonomie, nach Bildung und Aufklärung unterdrücken sowie ihre Unterwerfung unter die systembeherrschende Macht und die Anpassung an die von ihr definierte Ordnung fördern – dies alles durch informatorische Eindeutigkeit:

»Die Ordnungsbegriffe, die sie [die *Kulturindustrie*, Anm. d. Verf.] einhämmert, sind allemal solche des status quo. [...] Der kategorische Imperativ der *Kulturindustrie* [...] lautet: du sollst dich fügen, ohne Angabe wozu; 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.« (Ebd.: 343)

MUSIK ALS LEITBILD DER MEDIENKULTURINDUSTRIEKRIK

In seinem Aufsatz »On popular music«, der im Rahmen von Adornos (vgl. Adorno 1941) Tätigkeit beim *Princeton Radio Research Project* entstanden ist, hebt er entsprechend die Interdependenz zwischen den Konsumenten und den *kulturindustriellen* Produkten hervor, denn beide sind für Adorno *Produkte* des gleichen Produktionszusammenhangs:

Definition aus dem Jahre 1784 betrachtet werden: »Aufklärung ist Ausgang des Menschen aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit. Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Selbstverschuldet ist diese Unmündigkeit, wenn die Ursache derselben nicht im Mangel des Verstandes, sondern der Entschlüsselung und des Mutes liegt, sich seiner ohne Leitung eines anderen zu bedienen.« (Kant 1999: 20)

7 | Ich werde im Folgenden nicht nur von *Kulturindustrie* sprechen, sondern auch von *Medienkulturindustrie* und zwar dann, wenn es darum geht, den Standort der Medienkritik von Adorno sowie Adorno und Horkheimer hervorzuheben. Wie die obigen Ausführungen verdeutlicht haben, umfasst der Begriff *Kulturindustrie* mehr als die Medienlandschaft, wenngleich alle kulturellen Manifestationen und Institutionen medienbedingt sind.

»They want standardized goods and pseudo-individualization, because their leisure is an escape from work and at the same time is molded after those psychological attitudes to which their workaday world exclusively habituates them. Popular music is for the masses a perpetual busman's holiday.« (Ebd.: 38)⁸

Adorno hebt an anderer Stelle hervor, dass der Musikkritiker und (Gegenstand seiner Kritik, also das Medium der Musik, in Interdependenz miteinander stehen müssen. Nur so kann Musikkritik sich in die Eigen- und Setzlichkeiten der Musik vertiefen:

»Indem der Hass gegen den Kritiker Musik vom Bewusstsein schirmt und in halbe Wahrheit ihrer Irrationalität sich verschanzt, lädiert er die Musik, die selbste Geistes- wie der, welcher in sie eindringt. [...] Der Musik selbst ist Kritik immanent das Verfahren, das objektiv jede gelungene Komposition als Kraftfeld zu ihrer Resonanz bringt. Kritik an Musik wird von deren eigenem Formgesetz gefordert: geschichtliche Entfaltung der Werke und ihres Wahrheitsgehalts ereignet sich im kritischen Medium.« (Adorno 1997s: 342f.)

Ein weiteres zentrales Moment der Musikkritik ist die Notwendigkeit (Einbringens der Subjektivität des Kritikers:

»Kritiker sind schlecht nicht dann, wenn sie subjektive Reaktionen haben, sondern wenn sie keine haben oder wenn sie undialektisch dabei verharren und kraft ihres Amtes den kritischen Prozess sistieren, zu dem ihr Amt verpflichtet. [...] Der Verfasser von Kritik als eines Agens der musikalischen öffentlichen Meinung, offenbart sich nicht durch Subjektivismus, sondern durch Schrumpfung von Subjektivität, die sie als Objektivität verkennt [...]« (Ebd.: 343)

Subjektivismus bedeutet hier die intime Kennerschaft und Vertrautheit mit dem Gegenstand der Kritik und nicht subjektivistische Meinung, sondern ein begründetes, sachkundiges und streng gegenstandsorientiertes Urteilen.

8 | An anderer Stelle betont Adorno allerdings, dass es sich hierbei letztlich um ein Ungleichgewicht zwischen Konsumenten und den Produkten der *Medienkulturindustrie* handelt: »Ohnehin ist Grund zur Annahme, dass die Produktion (Konsum wie im materiellen Lebensprozess so auch im geistigen reguliert, zu dem, wo sie so sehr der materiellen sich annähert hat, wie in der *Kulturindustrie* Man sollte also meinen, die *Kulturindustrie* und ihre Konsumenten seien einander adäquat. Da aber unterdessen die *Kulturindustrie* total wurde, Phänomene des Interdependenz, von dem die Menschen temporär abzulenken sie verspricht, ist das zu zweifeln, ob die Gleichung von *Kulturindustrie* und Konsumentenbewusstsein aufgehe.« (Adorno 1997s: 653)

Diese Anforderungen, die Adorno an produktive bzw. autonome Musikkritik stellt, kann er allerdings hinsichtlich anderer Medien, wie etwa beim Radio, Film oder Fernsehen, kaum selbst einhalten, denn nur im Feld der Musik konnte Adorno eine *exklusive* Position einnehmen, weil er Musiker, Musikkritiker und Musikwissenschaftler zugleich war. Beim Radio, Film und Fernsehen hingegen nahm Adorno zumeist die Position des distanzierteren Beobachters ein, der sich nicht mit seiner Subjektivität auf die vielfältigen Erscheinungsformen und Produkte dieser Medien eingelassen hat. Diese Einschätzung lässt zumindest das Studium seiner entsprechenden Texte zu. Dass seine Ausführungen zur Musikkritik hätten stellvertretend für seine prinzipielle Beschreibung der Rolle der Medienkritik gelten müssen, ergibt sich aus der Tatsache, dass für Adorno alle Medien Teil eines umfassenden *Medienverbundes*, d.h. der *Medienkulturindustrie* sind und daher nach vergleichbaren Kategorien analysiert und kritisiert werden müssen.

Andererseits behauptet Adorno, etwa in seiner *Einleitung in die Musiksoziologie*, dass die Gestaltungsmittel der (autonomen bzw. authentischen) Musik Produktivkräfte sind, weil sie künstlerische Kreativität ermöglichen:

»Zur Produktivkraft rechnet dabei nicht nur Produktion im engeren musikalischen Sinn, also das Komponieren, sondern auch die lebendige künstlerische Arbeit der Reproduzierenden und die gesamte, in sich inhomogen zusammengesetzte Technik: die innermusikalisch-kompositorische, das Spielvermögen der Reproduzierenden und die Verfahrensweisen der mechanischen Reproduktion, denen eminente Bedeutung zukommt. [...] Als ein Geistiges ist musikalische Produktion selbst gesellschaftlich vermittelt, kein Unmittelbares. Strengen Sinnes ist Produktivkraft an ihr allein die von den Vermittlungen nicht abzulösende Spontaneität. Unter gesellschaftlichem Blickpunkt wäre es die Kraft, die über die bloße Wiederholung der von den Typen und Gattungen vertretenden Produktionsverhältnissen hinausgeht. [...] In ihr stecken stets gesellschaftliche Produktivkräfte, die von der Gesellschaft in ihren realen Formen noch nicht absorbiert worden sind.« (Ebd.: 422, 425)

Das widerständig-emanzipatorische Potential der Musik besteht für Adorno ferner in den gelingenden Versuchen, sich vom Determiniertsein durch ihre jeweilige gesellschaftliche Funktion zu lösen. Dies kann der Musik v.a. durch die Widerständigkeit des musikalischen Materials gelingen.⁹

9 | Schweppenhäuser (2003: 125ff.) deutet diese These Adornos wie folgt: »Fortschreitende Autonomie der Kompositionsverfahren ist fortschreitende Beherrschung der Natur in Gestalt des vorfindlichen Materials, das der Logik seiner stimmigen Organisation und Konstruktion unterworfen wird. Je mehr das geschieht, desto größer ist in der Musik der Klassik das Potential an Humanität [...] und in der Musik der freien Atonalität das Potential an Freiheit, Spontaneität und Ausdruck des

Gleichwohl wird alle produktive Spontaneität der Musik, ebenso wie Medien im Allgemeinen, durch die historische Gewordenheit und gesellschaftliche Bedingtheit der Musikproduktion und -rezeption (mit)stimmt: »Nicht bloß ist das Bewusstsein der Hörschaft vom Wechsel gesellschaftlichen Bedingungen abhängig; nicht bloß das der Reproduzieren vom Stande der musikalischen Gesamtverfassung: Die Werke selbst haben ihre Geschichte und verändern sich in ihr.« (Adorno 1997t: 753)

MEDIENKRITIK

Im Zentrum der Medienkritik von Adorno und Horkheimer steht das Anliegen, den Medienkonstruktivismus der *Kulturindustrie* zu dekonstruieren und d.h. alle Faktoren, mit denen die Medien Wirklichkeit selektieren, inszenieren und kommunizieren. Dieser realisiert sich v.a. durch die *In-Formieren* des menschlichen Bewusstseins, durch Information, Unterhaltung, Begleitung und Sprache. *Kulturindustrie* muss als *Bewusstseinsindustrie*¹⁰ aufgefasst werden, die das Ziel verfolgt, »das Bewusstsein des Publikums von allen Seiten zu umstellen und einzufangen« (Adorno 1997j: 507; vgl. Ador

Subjekts [...]). Doch dieser Zugewinn an Freiheit ist nach Adorno nicht zu trennen von seinem Gegenteil: Das ist die heteronome Bestimmung von Material und komponierendem Subjekt selbst durch die Zwänge der kompositorischen Verfahren, die sich zum System verfestigen und dadurch den Spielraum subjektiver Freiheit wiederum verengen, den sie einmal erschließen halfen.«

10 | Enzensbergers Kritik am Begriff der *Kulturindustrie* und sein Vorschlag diesen durch *Bewusstseinsindustrie* zu ersetzen, gründet dementsprechend auf einer nicht zutreffenden Interpretation der *Kulturindustrie*-Kritik von Adorno und Horkheimer: »Er [der Name *Kulturindustrie*, Anm. d. Verf.] ist einer Augentäuschung ihrer Kritiker zuzuschreiben, die sich's haben gefallen lassen, dass die Gesellschaft sie kurzerhand dem sogenannten Kulturleben zurechnet [...]. Immerhin weist er Name, wenn auch undeutlich, auf den Ursprung jenes »gesellschaftlichen Produktes«, des Bewusstseins hin. Er liegt außerhalb aller Industrie. [...] Er [der Name *Kulturindustrie*, Anm. d. Verf.] verharmlost die Erscheinung und verdunkelt gesellschaftlichen und politischen Konsequenzen, die sich aus der industriellen Vermittlung und Veränderung von Bewusstsein ergeben.« (Enzensberger 1964: 5) Zudem sind die von Enzensberger genannten Charakteristika der *Bewusstseinsindustrie*, wie deren Entstehungsbedingungen (z.B. Aufklärung, Ökonomie oder Industrialisierung), die hauptsächlich immaterielle ihrer Produkte (etwa in Form von Meinungen, Urteilen, Ideologien usw.) oder die Dialektik von Versprechen und Enttäuschungen, alles Merkmale, die Adorno und Horkheimer der *Kulturindustrie* zuschreiben.

1997i: 337).¹¹ Alle Medien der Massenkommunikation produzieren auf der Grundlage von künstlich erzeugten Bedürfnissen, soziale und kulturelle Standardisierungen und Serienproduktionen, wie Adorno und Horkheimer, ausgehend von den Genrefilmen und Seifenopern im Radio, aus den 1930er und 1940er Jahren, zeigen. Diese Standardisierungen der Kulturwaren führen zur Etablierung von konventionalisierten Stereotypen sowie zu für Waren typische Uniformität, wie die Handlungsabläufe, Themen und Charaktere verdeutlichen.

Die *Medienkulturindustrie* erzeugt somit umfassende Uniformität. Ein Blick auf einige Sendeformate der deutschen TV-Landschaft der Gegenwart veranschaulicht eindringlich, was hiermit gemeint ist: zahlreiche, nach gleichem *Schnittmuster* gedrehte, Gerichts-, Koch-, Talk-, Quiz- und Casting-Shows, Krimiserien oder Comedy-Sendungen, die, um die Massen zu erreichen, massenwirksame Meinungen und Werthaltungen kommunizieren und damit einen wichtigen Beitrag zur Stabilisierung des gesellschaftlichen Gesamtsystems leisten. Aus der Tatsache, dass Medienkultur, so Adorno und Horkheimer, überall identisch wird und sich ausschließlich als Geschäft versteht, machen die Produzenten der *Medienkulturindustrie* eine Ideologie. Die Produktion von Massenkultur wird durch die Nachfrage der Konsumenten gerechtfertigt, die standardisierte Produktionsmechanismen verlangen, um alle *bedienen* zu können. Nur so lässt sich der Erfolg der Kulturwaren erklären.¹²

Andererseits wird, das kann als dialektisches Moment dieser Ideologie bezeichnet werden, mit der großen Vielfalt der Angebotspalette geworben. Auch wenn sich z.B. Filme oder Serien in viele Genres differenzieren lassen, so stimmen doch letztlich alle Genres im Zeitalter der intensivier-

11 | Das Fernsehen unterstützt, so Adorno (vgl. Adorno 1997j: 507), diese Tendenz und gibt ihr durch seine spezifische Medialität und als multidimensionales Bedingungsgeflecht eine eigene Form bzw. Ausprägung. Ziel dieser *Bewusstseinsindustrie* ist es, eine *Hyperrealität* zu erzeugen bzw. die *wirkliche Wirklichkeit* der alltäglichen Lebenswelt zu verdoppeln und somit eine Medienwirklichkeit zu erzeugen, die als eigentliche, wirkliche aufgefasst wird und diese nach deren Vorbild gestaltet, gerade dadurch, dass im Fernsehen vorgespielt wird. Wirklichkeit zu repräsentieren, als *Vorwand*, sie allererst zu konstruieren. Diese *TV-Bewusstseinsindustrie* befördert, wie Adorno betont, eine *Bewusstseinsverfälschung* auf Seiten der Zuschauer (vgl. ebd.: 511): »Je vollständiger die Welt als Erscheinung, desto undurchdringlicher die Erscheinung als Ideologie« (ebd.: 508), d.h. je realer diese erscheinende Welt des Fernsehens, der *Medienkulturindustrie*, ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie als echte bzw. wahre Erscheinung angesehen und geglaubt wird, ihre Produkte angenommen werden und ihre Wirkung entfalten können.

12 | Vgl. Adorno (Adorno 1997k: 519) und das Kapitel »Dienst am Kunden« aus der *Minima Moralia* (Adorno 1997a: 228f.).

ten Massenkommunikation, nach der Auffassung von Adorno und Horkheimer, zwangsläufig mit den herrschenden gesellschaftlichen Normen überein und bestätigen diese. Sie sind nur *Modelle* des uniformen Systems der *Kulturindustrie* und gerade nicht Ausdruck von Pluralität und Differenz. In den *Kompositionen für den Film* betonen Adorno und Eisler mit Blick auf die Filmindustrie, entsprechend:

»Ihre [d.h. die Filmmusik, Anm. d. Verf.] aufgeblasene Macht und Größe demotiviert unmittelbar die ökonomische, die dahinter steht. Ihr Farbenreichtum bei der Monotonie der Serienproduktion. Ihr beflissen-positiver Charakter unterstreicht die allgemeine Reklame für die Welt.« (Adorno/Eisler 1997: 56f.)

Die Kulturwaren sollen den Rezipienten somit zu einer Identifizierung der sozialen Wirklichkeit animieren. Nur in der authentischen und autonomen Kunst (etwa die Kompositionen von Alban Berg, die Malerei von Pablo Picasso, die Lyrik von Ezra Pound oder die Dramatik von San Beckett) als Leistung eines schöpferischen Individuums ist es möglich, bestehenden sozialen Zustände symbolisch zu überschreiten bzw. problematisieren und deshalb in Opposition zum repressiven Allgemeinen das sich selbst als *Reich der Freiheit* und der *unbegrenzten Wahlmöglichkeit* anpreist, zu treten. Die Unterschiede zwischen Massenkultur und authentischer Kunst, die hier nicht diskutiert werden können, sollen durch ein schlagwortartigen Vergleich illustriert werden: Adorno und Horkheimer verbinden mit dem Begriff Massenkultur folgendes semantisches Feld: Identität, Affirmation, Ware, Unfreiheit/Entmündigung, trügerische Schein/technologische Vernunft. Authentische Kunst kann hingegen durch Begriffe wie Differenz, Freiheit, Werk, Mündigkeit, Aura, Avantgarde, Wahrheit, Logik der Sache beschrieben werden.

Diese Thesen weisen Adorno und Horkheimer zurück, weil Medienprodukte nicht den Bedürfnissen der Rezipienten angepasst werden, sondern diese instrumentalisieren. Die Nachfrage gründet nicht auf den spontanen Bedürfnissen der Massen, sondern wird, so Adorno und Horkheimer, von den Agenturen der *Medienkulturindustrie* selbst erzeugt und ist daher wesentlich *fiktiv*. Durch ein umfassendes Netzwerk von Informationen über die Kulturwaren, soll diese Instrumentalisierung durch *Instrumentierung* der Rezipienten realisiert werden. Die vermeintlichen Informationen über die Sache, führen zur Konditionierung der Rezipienten, denn sollen nicht agieren und reflektieren, sondern reagieren und akzeptieren. Einer kritischen Auseinandersetzung mit den Schematismen der *Medienkulturindustrie* soll damit entgegengewirkt, ein konformer Konsument, der das selbstständige Denken, Phantasie und Spontaneität weitgehend abhandeln gekommen sind, erzeugt werden. Da jede Kulturware lediglich ein Modell des Systems ist, werden die Konsumenten unweigerlich an

System gebunden. Adorno und Horkheimer haben zwar bei diesen Überlegungen nur die Informationen über die Produkte der *Kulturindustrie* im Auge, ihre Ausführungen können aber auch auf den Nachrichtensektor sowie alle Medienformate, die Orientierungswissen kommunizieren, wie etwa Talkshows, Lifestyle-, Ratgeber-, Wissenschafts- oder Boulevardmagazine, ausgedehnt werden. Diese umfassenden Informationsangebote werden zur Ideologie verklärt. In einer chaotischen Welt kann dem Rezipienten dadurch einerseits Orientierung vermittelt und ihm andererseits das Anpassen an die Erfordernisse der Wirklichkeit erleichtert werden.

Die Rezipienten werden nicht nur durch *Anpassung* an standardisierte Produkte und Meinungskonditionierung durch Informationsdesign *in-formiert*, sondern auch durch Entertainment in Form von Amüsement und Spaß: »[D]ie Kulturindustrie [ist] der Amüsierbetrieb. Ihre Verfügung über den Konsumenten ist durchs Amüsement vermittelt; nicht durchs blanke Diktat.« (Adorno/Horkheimer 1997: 158) Um zu verstehen, was Horkheimer und Adorno hiermit meinen, ist ein Blick auf die deutsche Medienlandschaft der letzten Jahre hilfreich – gemeint ist hier der *Comedy-Boom*, der seit Ende der 1990er Jahre zu beobachten ist. *Fun* hat es zum *key word* einer immer größeren Zahl von Medienformaten geschafft, in denen sinnfreies Lachen Trumpf ist und Ironie zum Mittel der Verständigung wird. Wo nicht einmal mehr Zynismus und Witze ernst gemeint sind, öffnet sich ein Markt der tausend Unverbindlichkeiten. Es geht offenbar nicht darum, dass, sondern worüber gelacht wird. Die permanente Reproduktion der medialen *Spaßfabrik* ist zur Botschaft aufgestiegen: »Vergnügen sein heißt Einverständnis.« (Ebd.: 167) Das *medienkulturstudien* produziert Amüsement wird durch immer besser gemachte Waren zur gewünschten Freizeitbeschäftigung, zur industriell ermöglichten Regression. Vergnügen ist zudem harte Arbeit und ein ernstes Geschäft. Mediale *Spaßkultur* gibt hierbei vor, nichts vorzugeben, und betreibt dennoch die Verteidigung des gesellschaftlichen *status quo*, fungiert als Instrument der Regulierung sozialer Verhältnisse.¹³ Dies veranschaulichen Adorno und Horkheimer (vgl. ebd.: 160) etwa am Einüben sozialer Rollen in Trickfil-

13 | Begriffe, wie *Spaßgesellschaft* und *Spaßkultur*, können als Bestandteile gesellschaftlicher Selbstverständigungsdiskurse und Selbstbeschreibungen bezeichnet werden. *Spaßgesellschaft* und *Spaßkultur* verweisen zum einen auf spezifische Sinn- und Bedeutungskonstruktionen sowie Handlungen, zum anderen sollen sie bestimmte Produktions- und Rezeptionsweisen von Medienformaten kennzeichnen. Problematisch ist bei solchen Begriffen, dass sie stets gesamtgesellschaftliche Wirklichkeiten zu beschreiben scheinen, anstatt sich als auf plakative (anschlussfähige) Begriffe gebrachte Aufarbeitungen gesellschaftlicher, medialer, kultureller usw. Tendenzen bzw. gesellschaftlicher Klimata, die zu einer bestimmten Zeit zu beobachten sind, zu verstehen.

men sowie Adorno (vgl. Adorno 1997k) an klischeehaften Rollenmustern in Fernsehserien.

Das *Lachen der Erkenntnis* ist für Adorno hingegen die einzige Möglichkeit emanzipatorischen Humors und *heute* nur noch im Medium der autonomen Kunst zu verwirklichen, nicht aber im Rahmen der *Medienkulturstudien* (zu Adornos Verhältnis zur *Spaßkultur* vgl. die Beiträge in *Schild/Baum* 2004). Adorno unterscheidet zwischen *richtigem* und *falschem* Humor, behauptet hierbei aber nicht, dass das Publikum den *medienkulturellen* Spaßproduktionen ahnungslos ausgeliefert sei: »Man kann annehmen, dass das Bewusstsein der Konsumenten selbst gespalten zwischen dem vorschriftsmäßigen Spaß, den ihnen die Kulturindustrie verabreicht, und einem nicht einmal sehr verborgenen Zweifel an ihm Segnungen.« (Adorno 1997i: 342) Gegen den Humor bzw. Spaß der *Medienkulturstudien*, dem *falschen* Humor bzw. Spaß (vgl. Adorno/Horkheimer 1997: 163; Adorno 1997q: 603), führt Adorno die kritische Ironie der widerständigen Humor, wie er sich etwa in Becketts *Endspiel* in ins Feld:

»[...] [D]as Lachen, zu dem es animiert, müsste die Lacher ersticken. [...] Hu selbst ist albern: lächerlich geworden [...] Noch die Witze der Beschädigten: beschädigt. Sie erreichen keinen mehr; die Verfallsform, von der freilich aller etwas hat, der Kalauer, überzieht sie wie ein Ausschlag.« (Adorno 1997p: 300f.)

Nur jenes Lachen, das sich über sich selbst Klarheit verschafft und zueinblicke in die Konstitutionsbedingungen sozialer Wirklichkeit vermit kann allein durch emanzipatorische Formen des Humors bzw. Spaß ermöglicht werden, denn in ihnen fallen Warenproduktion und *Spaßkultur* nicht zusammen. Weiterhin stecken sie, so Adorno, »mit dem Lachen in die Lächerlichkeit des Lachens« (Adorno 1997q: 605) an, gerade weil sie in ihrer Abgründigkeit *entlarven*. Das Lachen und die *Spaßproduktion*: der *Spaßgesellschaft*, denen es nur darum geht, sich von Sinnstiftung sowie Schuld- und Betroffenheitskultur zu befreien, zu versuchen, möglichen Inhalte zu Trägern des Späßerlebens, das als reiner Selbstzwang fungiert, zu machen und das Verlachen von allem und jedem, zum kategorischen Imperativ des Späßgenusses erhebt, führt durch das »Lachen, ein Bild von Humanität, zum Rückfall in die Unmenschlichkeit« (ebd.: 6) affirmiert lediglich die Welt in ihrem *status quo*. Die Widerständig emanzipatorischen Humors bzw. Spaßes ist aber nicht nur in seiner Funktion begründet, sondern auch durch seine Kreativitätspotential Adorno und Horkheimer sprechen sich daher für das »reine Amüsieren in seiner Konsequenz, das entspannt sich Überlassen an bunte Assoziationen und glücklichen Unsinn« aus, das permanent »vom gängigen Ar

sement [der Kulturindustrie, Anm. d. Verf.] beschnitten« (Adorno/Horkheimer 1997: 164) wird.

Die *In-Formierung* des menschlichen Begehrens wird zudem durch die Instrumentalisierung menschlichen Begehrens erzielt: »Immerwährend betrügt die Kulturindustrie ihre Konsumenten um das, was sie immerwährend verspricht.« (Adorno/Horkheimer 1997: 161) Was hiermit gemeint ist, kann an der *Ideologie* der deutschen TV-Casting-Shows der letzten Jahre veranschaulicht werden: *Deutschland sucht den Superstar* (RTL), *Fame Academy* (RTL II), *Die deutsche Stimme* (ZDF), *Star Search* (SAT 1), *Pop Stars* (Pro7). In diesen Formaten wird mit dem Wunsch nach Ruhm und Reichtum Quote gemacht und Öffentlichkeit bewegt.¹⁴ Jeder kann, wenn er sich nur anstrengt und ein wenig Glück hat, zum Star werden und öffentlich existieren. So suggeriert es zumindest der Pseudo-Realismus dieser Formate – und *Star-sein* ist eine Subjektposition, die viele gerne einnehmen möchten. Die Wirklichkeit dieser Casting-Shows sieht aber anders aus: Aus einem potentiellen Versprechen für (fast) alle, wird eine standardisierte Wirklichkeit für die Allerwenigsten und ein vorkalkuliertes Versagen für die Massen. Nur die, die sich als formatgerecht und medientauglich erweisen, können, wenn auch zumindest nur kurzfristig, diese Subjektposition übernehmen, also Einer von Tausenden. Dass dies freilich nichts Neues,

14 | In *Fernsehen und Bildung* beschreibt Adorno das, was er unter der *Ideologie des Fernsehens* versteht, wie folgt: »[D]ass nämlich falsches Bewusstsein und Verschleierungen der Wirklichkeit den Menschen eingetrichtert werden, und dass, wie man so schön sagt, eine Reihe von Werten als schlechterdings dogmatisch positiv geltend den Menschen aufgeschwätzt werden, während die Bildung, von der wir sprechen, gerade darin bestünde, dass man solche Begriffe, die hier als positiv gesetzt werden, in ihrer Problematik durchdenkt und dass man zu einem selbständigen und autonomen Urteil über sie gelangt.« (Adorno 1971: 55) Ziel einer entsprechenden Ideologiekritik des Fernsehens besteht darin, dass Bewusstsein bzw. das Denken und Handeln, d.h. den Fernsehgebrauch, nachhalig zu verändern. Adorno bleibt in dieser Hinsicht zu allgemein und hätte Möglichkeiten vorschlagen können, wie diese Forderungen unter Fernsehbedingungen hätten realisiert werden können. Adorno versteht Fernsehkritik grundsätzlich als Ideologiekritik, die, bezogen auf konkrete TV-Formate, über den Weg der *content analysis* und, auf institutioneller Ebene, der *immanenten Analyse*, d.h. dem Studium der inneren Strukturmuster des Mediums Fernsehen. Weiterhin müssen die Ergebnisse dieser Hinsichten auf das Fernsehen in Bezug zur gesamtgesellschaftlichen Bedeutung des Fernsehens gesetzt werden. Adornos Rede vom *Medienverbund* signalisiert, dass die gesamtgesellschaftliche Situierung der jeweiligen Medien ihnen letztlich ihre Bedeutung zuweist, und jedes Medium in einer zweifachen Abhängigkeit steht: einerseits zur Gesamtgesellschaft und andererseits zum jeweiligen Mediensystem der Gesellschaft.

sondern Alltag in der Entertainmentbranche ist, also Profit mit *Pseudo-Individualismus* und *Pseudo-Individualismus* gemacht wird, hatten Adorno und Horkheimer schon zu Beginn des Zeitalters der Massenunterhaltung diagnostiziert. Zudem ermöglichen in diesen Casting-Shows die Massen größtenteils selbst diese Wirklichkeit für die Wenigen, indem sie einerseits ungeeignete den *Glanz* der Geeigneten erst richtig zum Vorschein bringen und andererseits als Jury (die Zuschauer entscheiden in diesen Sendungen ab einem bestimmten Zeitpunkt über das Weiterkommen und Siegen Kandidaten) bestimmen, was *geht*. Dass sie für diese vermeintliche Wahlfreiheit bezahlen müssen (jeder Anruf kostet nicht die üblichen Telefokosten, sondern ein Vielfaches hiervon) und eigentlich auch nur über entscheiden können, was ihnen vorgesetzt wird, bleibt zumeist unberücksichtigt: »Die [Kultur]Industrie ist an den Menschen bloß als an ihren Kunden und Angestellten interessiert und hat in der Tat die Menschheit ganze wie jedes ihrer Elemente auf diese erschöpfende Formel gebracht (Ebd.: 169)

Adorno und Horkheimer betonen weiterhin, dass das Fernsehen, auch das Radio, nicht nur unser Denken, Wahrnehmen und Verhalten beeinflussen, sondern v.a. unsere Sprache (vgl. ebd.: 187; vgl. Adorno 1997: 512). Unsere Sprache und damit die Ausdrucksweisen unserer Welt und Selbstkonstruktion bzw. unsere Versuche, Welt und Selbst diskurs aufzuschlüsseln, sie zu verstehen und kreativ zu gestalten, entwerfen zu verändern, *verkümmern*, so könnte man ihre These zuspitzen, durch *diensprachen*. Diese werden zu Vorschriften, die den Dialog und die Reaktion durch Unterhaltung sowie Programmatik ersetzen, Menschen sprachlos und dadurch unmündig werden. Der Rezipient wird durch *Medienschichten* letztlich ein *Höriger*, also völlig passiv und undifferenziert im Hinblick auf das Wahrnehmen, Erleben und Verstehen von Welt – und kein Sender, das heißt, im Sinne Adornos und Horkheimers, ein kritisch reflektierender und emanzipierter Akteur. So verkümmern durch die *Medien* Sprache und Erleben der Menschen, also letztlich er selbst. So auch brisante gesellschaftliche Themen, wie z.B. der Krieg, zu inhaltsloser Rhetorik leidenschaftslosem Pathos, zu Phantomen und Schablonen, die zwar mediale Wirklichkeit widerspiegeln, aber sozial erfahrungsdicht sind, wirkliches Erleben und kritische Auseinandersetzung unterdrücken.

MEDIENREZEPTION

Werden diese *Informierungspraktiken* und *Manipulationsarbeiten* von Rezipienten durchschaut? Das Verhalten der Medienrezipienten schied Adorno grundsätzlich als ambivalent ein: »Man darf annehmen, dass Bewusstsein der Konsumenten selbst gespalten ist zwischen dem

schriftsmäßigen Spaß, den ihnen die Kulturindustrie verabreicht, und einem nicht einmal sehr verborgenen Zweifel an diesen Sendungen.« (Adorno 1997i: 342) Die Rezipienten können also einerseits zwischen ihren realen Erfahrungen in konkreten Lebenszusammenhängen und der *medienkulturiologischen* Inszenierung differenzieren, also diese distanzieren und wahrnehmen und sich aneignen. Andererseits beschreibt Adorno die Medienrezeption¹⁵ als *fatalistische* Dialektik des Wissens um die Manipulationen der *Medienkulturindustrie* und der existentiellen Bedeutung, die deren Produkte dennoch im Leben der Rezipienten spielen:

»Der Satz, die Welt wolle betrogen sein, ist wahrer geworden, als wohl je damit gemeint war. Nicht nur fallen die Menschen [...] auf den Schwindel herein [...] 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.« (Ebd.)

In zwei Texten aus den 1960er Jahren, nämlich *Kann das Publikum wollen?* (vgl. Adorno 1997u) und dem Rundfunkgespräch *Fernsehen und Bildung* (vgl. Adorno 1971: 50-69), differenziert Adorno seine Einschätzung der Position des Medienrezipienten aus. In beiden Texten stehen medienpädagogische Überlegungen im Vordergrund. Der Aufsatz, *Kann das Publikum wollen?*, ist einer der wichtigsten, weil direktesten und zusammenhängendsten Texte von Adorno zu den Themen *Medienrezeption* und *Medienrezeption*. Adornos Auseinandersetzung hiermit fokussiert sich auf das Medium Fernsehen und dessen Einflussmöglichkeiten auf die Rezipienten

15 | Adorno unterscheidet prinzipiell zwischen Formen der Medienrezeption und Medienwirkung sowie der Medienaneignung bzw. Mediennutzung. Wenn gleich sein Akzent stärker auf den nicht bzw. kaum eigensinnigen und selbständigen Formen, also Medienrezeption und Medienwirkung, liegt, begreift Adorno diesen Bereich als grundlegend ambivalent und widersprüchlich. Kausch betont allerdings, dass Adorno in seinen medienpädagogischen Arbeiten die Position eines autonomen Mediennutzers nur sehr rudimentär ausgearbeitet hat und diese Ansätze daher nicht überbewertet werden dürfen: »Adornos aktiver Rezipient ist der Abwehrspieler, der nicht gleich auf alles und jedes hereinfällt. Er braucht nicht zu hoffen, etwas Positives im massenkommunikativen Rezeptionsprozess zu erfahren. Für ihn gibt es keinen Gewinn in der Massenkommunikation. Aber er kann das massenkommunikative Spiel auch nicht verlassen. Wenn er sich nur geschickt verhält, so kann er hoffen, mit halbwegs heiler Haut davonzukommen.« (Kausch 1988: 214)

sowie die Möglichkeiten *eigensinniger* Mediennutzung¹⁶. Zunächst leidet Adorno zwei Richtungen der Kommunikationsforschung seiner Zeit zum einen die Betonung einer »Einbahnstruktur der Massenmedien« andererseits die Behauptung der nicht unbeträchtlichen Einflussmöglichkeiten der Rezipienten. Adorno fokussiert sich hingegen auf drei zentrale Fragenrichtungen: »[K]ann das Publikum *wollen?* – mit dem Akzent auf dem letzten Wort. Dann: soll es überhaupt *wollen?* – und das ist nicht zu tun. Und von der Frage: Was soll es *wollen?* [Hervorhebung im Original, Adorno 1997u: 343] Hinter diesen Fragen *verborgen* sich drei Thesen: (1) Medienrezeption als Bedürfnisartikulation, (2) Medienrezeption als Selbstbetrug oder expertengelernte Anleitung zur eigensinnigen Medienrezeption, (3) Medienrezeption als Medienqualitätsprüfung.

Was zeichnet für Adorno Medienrezeption als Bedürfnisartikulation aus? Die Bedürfnisartikulation kann sich nur gesellschaftlich ausbilden und vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Wirklichkeit beurteilt werden. Hiermit betont Adorno die Interdependenz zwischen Medien und Gesellschaft. Die gesellschaftliche Wirklichkeit in ihrem *status quo* ist der Medienrezeption zur Konstitution und zum Verstehen von Welt, Kultur und Selbst – der Akzent liegt hierbei auf der *sozialen* Konstruktion von Wirklichkeit. Wird den Menschen ihre Bedürfnisartikulation – die Konstruktion von gesellschaftlichen und/oder *kulturindustriellen* Instanzen – abgenommen und sie nur auf die Wirklichkeit(en) bzw. Möglichkeiten *status quo* fixiert, *sterben* die Möglichkeiten autonomer bzw. eigensinniger *Fantasiearbeit*, also der Vorstellungen und aktiven Konstruktionen anderer Wirklichkeiten, ab. Aus diesem Grund ist die Wirklichkeit des Sozialen Basis, um Medienangebote zu rezipieren oder sich anzueignen. Welches Gefahr besteht diesbezüglich, aus der Sicht von Adorno? Im pseudodemokratischen *Einholen* von Publikumsmeinungen bzw. deren vermeintliche Einbindung in die Medienproduktion, kommt zumeist eine Befürchtung des *status quo* heraus, die zur Legitimation der *Medienkulturindustrie* genutzt wird, weil dieser auch die Vorstellungswelten der Rezipienten prägt. Adorno beschreibt Medienrezeption in dieser Hinsicht als *Partizipationsfiktio*n. Was wäre der erste Schritt, um diesen Zustand zu überwinden? Die Unterbrechung der »stillschweigende(n) Identifikation mit dem übermächtigen Verfügaren« (ebd.). Hieraus könnte es zu einer *Ich-Stärke* kommen, die im Kontext der *Kulturindustrie* fast ausschließlich als *Ich-Schwäche* dargestellt Rezipienten kommen, weil das *schwache* bzw. bequeme *Ich* selbstbestimmten Willen behindert wird bzw. sich hierbei selbst behindert. Für Adorno besteht allerdings das Problem, dass Anpassung eines

16 | Grundsätzlich gilt für Adorno, dass von autonomen Kultur- und Medienprodukten ein »*Erkenntnischarakter*« (Adorno 1997i: 732, Hervorhebung im Original) verlangt werden muss, wie er etwa am Beispiel der Musik betont.

bequemer ist, als eigensinnige Nutzung und Kritik. Andererseits Abweicheung zum »Gefühl sozialer Isolation« (ebd.) beitragen kann. Dies erzeugt wiederum Anpassungsdruck, d.h. eine implizite *medienkulturierte* Kontrolle des Bewusstseins, die als vermeintliche Selbstkontrolle erscheint. Für Adorno ist insgesamt kaum entscheidbar, ob die Medienprodukte sich den bewussten oder unbewussten Bedürfnissen der Rezipienten anpassen oder diese sich bereits an die Bedürfniskonstruktionen/-fiktionen der Medien angepasst haben.

Wie beschreibt Adorno den Aspekt Medienrezeption als Selbstbetrug oder expertengelenkte Anleitung zur eigensinnigen Mediennutzung? Der Rezipient stimmt seiner *kulturierten* Instrumentalisierung und Informierung zu und hält diese Zustimmung für eine autonome Wahl, weil er keine Möglichkeitsräume besitzt, dies zu durchschauen. Aus diesem Grund müssen zunächst Möglichkeiten geschaffen werden, in denen sich autonome Mediennutzung herausbilden kann, um ein *eigenes* Wollen zu ermöglichen. Hieraus folgt, dass nicht das Publikum über ihr Wollen, sondern allein Experten über Produkte der *Medienkulturierten* entscheiden sollten. Kritik-Maßstäbe wären hierbei etwa Wahrheit, Objektivität, Sachkenntnis, politische Korrektheit oder Humanität. Fraglich bleibt in diesem Kontext, ob Adornos These, dass der »Allgemeinwille des Publikums [...] sein objektives Interesse an geistigen Gebilden« (ebd.: 345) sei, zutrifft. Als Instanzen, die über objektive Qualität von geistigen Objekten entscheiden könnten, nennt Adorno einerseits eine voll entfaltete Theorie der Kunst und der Gesellschaft sowie andererseits »Menschen, die der Gesetzmäßigkeit und Stimmigkeit der Gebilde ungeschmälert, ohne Vorurteil und Vorbehalt sich anvertrauen« (ebd.).

Wie beschreibt Adorno das Thema Mediennutzung als Medienqualitätsprüfung? Die Auseinandersetzung mit dem Feld der Medienrezeption muss sich immer an den Inhalten des Wollens orientieren und nicht an Floskeln wie, »Der Kunde ist König« (ebd.: 345), also der Behauptung, dass Medienproduktionen sich immer nur an den selbstbestimmten bzw. *wirksamsten* Bedürfnissen ihrer Rezipienten orientieren. Die Auseinandersetzung mit Medieninhalten verweist auf das Thema Medienqualität. Qualität ist für Adorno etwas Objektives, also unabhängig von Perspektiven, Geschmackspräferenzen etc. Allerdings erachtet es Adorno für falsch, einen Kanon von Qualitätskategorien aufzustellen und schreibt die Verantwortung über Qualität entscheiden zu können, zunächst wesentlich Experten bzw. Sachverständigen zu. Wie könnte man Medienqualitäten konkret bestimmen? Einige Kategorien zur Benennung von Medienqualitäten führt Adorno implizit an, z.B. Kunst/Unterhaltungskultur, Haltung/Anbietung, Drängen auf Resultate/Ausweichen vor Resultaten, Beherrschung von Ausdrucksmitteln/Nachahmung von Ausdrucksmitteln.

MEDIENKOMPETENZFÖRDERUNG

Warum spielt Erziehung so eine entscheidende Rolle im Kontext der Kompetenzausbildung, im Umgang mit und der Bewertung von Medienqualitäten? Medienkompetenz kann sich nur ausbilden, wenn sie so früh wie möglich erlernt wird, etwa im Schulterricht, um fallorientiert ein »Widerwillen« zu erzeugen, »sich übers Ohr hauen zu lassen, den Diktator zu spielen« (ebd.: 346). Wann wäre eine selbstbestimmte Medienrezeption für Adorno allererst möglich? Wenn man einerseits *Medienkompetenz* einführt und Medienkritik institutionalisiert sowie zugleich andere Räume zur Medienproduktion und -rezeption schafft:

»Wahrscheinlich bejahen sie [die Massen, Anm. d. Verf.], womit man sie füttert kampfhaft nur, weil sie das Bewusstsein davon abwehren müssen, solange nichts anderes haben. Dies Bewusstsein wäre zu erwecken und dadurch dieselben menschlichen Kräfte gegen das herrschende Unwesen, die heute noch fehlgeleitet und ans Unwesen gebunden sind.« (Ebd.: 347)⁷

Im Rundfunk-Gespräch *Fernsehen und Bildung* diskutiert Adorno (Adorno 1971) die Möglichkeiten der emanzipatorischen Nutzung des Fernsehens, auf den Ebenen der Produktion und Konsumption. Für Adorno besteht das emanzipatorische Potential des Fernsehens z.B. darin, wenn wie etwa beim Schulfernsehen, unmittelbar der Bildung dient. Andererseits nennt Adorno auch eine negative Bildungsfunktion des Fernsehens nämlich Meinungen und Haltungen durch Sendungen zu präformieren

17 | Vielleicht kann hierdurch die »Lücke« zum Durchbruch zu einer anderen Medien- und Gesellschaftswirklichkeit, die durch die *Kulturierten* »verstoßen« (Adorno 1997: 597) wird und die sich durch die Visualität des Leitmediums *Kulturierten*, dem Fernsehen, weiter *verfestigt* hat, durch diese *Strategie* wie *freigelegt* werden. Dieses utopische Moment von Adornos Fernsehkritik veranschaulicht, dass für ihn Kritik nur dann *effektiv* sein kann, wenn sie aus der Wirklichkeit heraus, die durch sie kritisiert wird, diese zu verändern versucht und Kritik nicht von einer völlig distanziierten Position getätigt wird. In seinem Aufsatz *Kultur und Verwaltung* weist Adorno (1997: 142ff.) entsprechend darauf hin, dass authentische bzw. autonome Kultur, verstanden als das letztlich nicht völlig inkonsumierbare Widerständige, emanzipatorische und Spontane, zu seiner nachhaltigen Entfaltung auch, vielleicht sogar vor allem, einer Kulturpolitik bedarf, um dieses Kritik- und Emanzipationspotential, auch in einer *verwahrlohten* Welt bzw. in und durch bürokratische Organisationen, entfalten zu können. In diesem Kontext hebt Adorno auch die Bedeutung von Experten hervor, die sich in der Gesellschaft und den Verwaltungen gegen diese stellen, also versuchen, das System (der *Kulturierten* bzw. der unrichtigen Gesellschaft) von innen heraus zu verändern.

Adornos Erkenntnisinteresse im Umgang mit dem Fernsehen besteht nicht in der Auseinandersetzung mit seiner spezifischen Medialität⁸, sondern ist auf die Frage nach den *Effekten*, die das Fernsehen auf seine Zuschauer hat, fokussiert sowie auf seinen Gebrauch. Mit dieser Perspektive wendet er sich (implizit) gegen die Ausschließlichkeit einer *materialistischen Medientheorie*, in deren Zentrum die materielle Schicht des Technischen der Medien im Sinne von Hardware steht und die davon ausgeht, dass Medientechnologien des Übertragens, Speicherns und Verarbeitens von Informationen, soziale, politische, psychische, geistige und kulturelle Phänomene und deren Geschichte *a priori* determinieren. Medientechnik ist aber, darauf weist Adorno (vgl. Adorno 1997f) implizit hin, konstitutiv Resultat sozialen Handelns, Medientechnik das Ergebnis von Diskursen. Nur wenn man diesen Primat von Diskurs und Handlung, ohne dabei allerdings die Medialität von Medien sowie die Eigenlogik ihrer spezifischen Kommunikations- und Wahrnehmungspotenzen außer Acht lässt, ist man in der Lage, eine Medien-Definition zu erarbeiten, die der gesellschaftlichen Situierung und Wirklichkeit von Medien gerecht wird.

Die Informationsfunktion des Fernsehens ist für Adorno (vgl. Adorno 1971), um zu den Argumenten aus *Fernsehen und Bildung* zurückzukehren, seine produktivste Seite, durch die auch zwischen *gutem* und *schlechtem* Fernsehen unterschieden werden könnte. Generell erfordert Fernsehen, so Adorno, die Ausbildung einer spezifischen Fernsehkompetenz auf Seiten der Zuschauer, die darin besteht, die Ideologien und Strukturen des Fernsehens zu verstehen – konkreter wird Adorno hierbei aber nicht. Offen bleibt in diesem Kontext die Frage, warum nicht auch bzw. v.a. Fernsehkritiker, wie Medienkritiker generell, Fernseh- und Medienkompetenz erwerben.

18 | Adorno betont in diesem Zusammenhang, dass das Fernsehen zwar eine technische Neuerung darstellt, seine Inhalte hingegen nicht neu sind. Er lässt hier bei außer Acht, dass jedes Medium nur bestimmte Möglichkeiten zu Inszenierung von Inhalten zulässt und dadurch auf die Inhalte selbst einen nicht unbedeutenden Einfluss nimmt. Mit traditionellen Formen der Bildkritik kann die Wirklichkeit der Visualität des Fernsehens zudem nicht umfassend erklärt bzw. kritisiert werden. Hier offenbart sich ein grundsätzliches Problem, das sich für alle medienkritischen Ansätze stellt, die keinen eigenen, zumindest theoretischen, Medienbegriff ausarbeiten. Für Adorno stellt sich dieses Problem insofern nicht, weil er Medien stets in ihrer gesamtgesellschaftlichen Bedeutung untersucht. Allerdings bleiben die Medienanalysen von Adorno aus dieser Perspektive zu generalisierend, weil er die postulierte gesamtgesellschaftliche Bedeutung der Medien kaum an konkreten Beispielen untersucht. Im Unterschied zu seiner Rundfunk-, Film- und Fernsehkritik sowie seiner allgemeinen Kultur- und Medienkritik, finden sich in den musiksoziologischen Studien von Adorno hingegen zahlreiche konkret fallbezogene Analysen.

ben müssen, bevor sie Medien kritisieren.¹⁹ Medienkompetenzförderung dies hat Adorno wiederholt betont, muss so früh wie möglich, spätestens aber in der Schule, beginnen.

Die Gefahr des Fernsehens, seine Ideologie, besteht für Adorno in der Inszenierung von Wirklichkeitswelten unter den Vorzeichen der Abbi-dung der alltäglichen Wirklichkeit, so wie sie sich ereignet und für jede erfahrbar ist. Eine der erfolgreichsten Ideologien, die das Fernsehen vermittelt, besteht, so Adorno, in der Vermittlung der Auffassung, dass die einzelnen Formate dargestellten Probleme lösbar sind und somit ein Harmonisierung der Welt betreiben.²⁰ Adorno spricht in diesem Kontext von »verlogenen Gebilden«, »Pseudorealismus«, »der grauenhaften Welt der Leitbilder eines ›heilen Lebens‹«, »Schwindel« und »Illusion« (ebd. 59f.).

19 | Hagen (vgl. Hagen 2003: 43-91) hat überzeugend nachgewiesen, wie selb-die fehlende Medienkompetenz von Adorno hinsichtlich des Rundfunks, seinem dementsprechenden Analysen behindert hat, d.h. ihn die Eigengesetzlichkeiten des Mediums Rundfunk hat übersehen lassen. Auch hinsichtlich des Jazz hat Adorno fehlende Medienkompetenz bewiesen, denn seine Jazzkenntnisse waren selbst begrenzt und erstreckten sich nur auf die populäre Unterhaltungsmusik der 1920er und 1930er Jahre. Jazzler von avantgardistischem Format, wie John Coltrane oder Charlie Parker, kannte er nicht, seine Kritiken traten aber mit dem Pathos verbündet und umfassender Gültigkeit auf (vgl. Eichel 1993; Steinert 1992). Seine Jazzkritiken folgten der ästhetischen Logik europäischer Kunstmusik und ließen sich nicht auf die Eigensinnigkeit dieser Musik ein. Im Fokus der Kritik von Adorno standen Aspekte wie z.B. die permanenten Wiederholungen und die Scheinfreiheit der Improvisation, die zu einer Verdinglichung des musikalischen Materials führten.

20 | Zwei TV-Formate, in denen gesellschaftliche Probleme, nämlich Kindererziehung und Wohnungsgestaltung mit bescheidenen finanziellen Mitteln, gewöhnlich thematisiert werden und die von der Haltung des »Alles kann gut werden leben, sind *Die Supermamas – Einsatz im Kinderzimmer* (RTL II) und *diverse Heiraterkendungen*. Bei den *Supermamas* werden völlig ratlose sowie überforderte Eltern von schwer erziehbaren Kindern bzw. extrem schwierigen Kindern, durch zwei Nannys angeleitet, mit ihren Kindern richtig umzugehen. Eigentlich unnötig zu erwähnen, dass dies jedes Mal gelingt und hervorgehoben wird, wie sehr die *Einsatz im Kinderzimmer* das Leben der jeweiligen Familien zum Besseren verändern hätte. Bei den Heimwerker- und Decosendungen (*Einsatz in 4 Wänden*, RTL, *Wohnen nach Wunsch – Ein Duo für vier Wände*, VOX; *Unser Traum vom Haus*, VOX) erwähnt wird demonstriert wird, dass mit wenig Geld aus jedem Raum eine *Oase der Wohnlichkeit* gemacht werden kann. Natürlich wird dies von Experten, die der jeweiligen Sender engagiert, realisiert bzw. werden die ideenlosen Kandidaten angeleitet es richtig zu machen.

untersuchen. Sie reden also lediglich über Medientechnik und medientechnologische Rationalität, ohne sich auf diese Aspekte einzulassen. In Medien wurden von Adorno, trotz seiner intensiven Auseinandersetzung mit einzelnen Medien (Film, Radio, Fernsehen, Musik, Kunst, Literatur) konstitutiv als ein *Medienverbund* aufgefasst, d.h. als unterschiedliche Teile eines Systems, nämlich der (*Medien*)*Kulturindustrie*. Dieser *Medienverbund* bildet wiederum ein spannungsreiches Interdependenzgeflecht mit der gesamtgesellschaftlichen und gesamt-kulturellen Wirklichkeit.

Adorno verwendet in seinen Medienanalysen und -kritiken einen negativ-dialektischen Kritik-Begriff, den er wesentlich durch das Positive bzw. Emanzipatorische der Negation bestimmt: »Wie allerorten aber wäre der Kanon des Negativen nicht weit vom Positiven.« (Adorno 1997k: 532) / anderer Stelle heißt es entsprechend: »[D]as Falsche, einmal bestimmt erkannt und präzisiert, [ist] bereits Index des Richtigen, Besseren.« (Adorno 1997m: 793) Kritik verweist bei Adorno also stets auf das, was wäre, als die Immanenz des Bestehenden. Durch sie soll der gesellschaftliche, kulturelle und mediale *status quo* permanent problematisiert werden um diese Wirklichkeiten nicht zu unveränderlichen Gebilden *erstarrt* lassen. Kritik muss für Adorno darauf verweisen, dass die gesellschaftliche Faktizität stets hinter ihren Möglichkeiten zurückbleibt. Der Kritiker darf daher des Zustands bzw. Gegenstands, den er kritisiert, nicht entthronen, sondern muss gleichzeitig an ihm teilhaben und ihm dennoch ausdistanziert gegenüberstehen, d.h. nicht in ihm aufgehen (vgl. Adorno 1997h: 29). Den negativ-dialektischen Kritiker zeichnet es, aus der Perspektive von Adorno, aus, sich dieser Spannung zwischen Immanenz und Transzendenz, in der sich jeder kritische Standpunkt zwangsläufig befindet, zu stellen, ohne aber die Hoffnung zu hegen, diese jemals aufzulösen

»Vom Denkenden heute wird nicht weniger verlangt, als dass er in jedem Augenblick in den Sachen und außer den Sachen sein soll – der Gestus Münchhausen: der sich aus dem Sumpf zieht, wird zum Schema einer jeden Erkenntnis, die man sein will als entweder Feststellung oder Entwurf. Und dann kommen noch die angestellten Philosophen und machen uns zum Vorwurf, dass wir keinen festen Standpunkt hätten.« (Adorno 1997b: 82)²¹

Zentral für Adornos Kritikverständnis ist es, dass diese nicht auflösbar, Widersprüche, Spannungen und Unentscheidbarkeiten vom Kritiker gehalten und permanent gegenwärtig werden (vgl. Adorno 1997f).

Das Grundmuster dieses negativ-dialektischen Kritikverständnisses

23 | Vgl. hierzu auch Adorno: »Dialektik ist das Selbstbewusstsein des objektiven Verblendungszusammenhangs, nicht bereits diesem entronnen. Aus ihm werden wir auszubrechen, ist objektiv ihr Ziel.« (Adorno 1997b: 398)

Als Maßstäbe der Fernsehkritik nennt Adorno drei Aspekte: erstens, der Ideologisierung des Lebens durch das Fernsehen entgegenzuwirken; zweitens, im Fernsehen keine Reproduktion der alltäglichen »Oberflächenrealität« (ebd.) zu bieten, die drittens, mit einer Harmonisierung und Banalisierung der Wirklichkeit einhergeht. Zum Ende dieses Rundfunkgesprächs hebt Adorno noch zwei Möglichkeiten zur strukturellen Umgestaltung des Fernsehens, die dessen spezifische Potentiale berücksichtigen, hervor: Zum einen sollte es Sendeplätze für qualifizierte Minderheitenprogramme geben, die nicht dem Masseninteresse folgen müssten, aber auch nicht hermetisch abgeteilt, nur für Insider zugänglich sein und deren Verantwortliche in einem intensiven Austausch mit denen der anderen Programme stehen sollten.²¹ Andererseits sollten dem Medium Fernsehen gerechte Gestaltungsmöglichkeiten hergestellt werden. Einer der Fluchtpunkte dieser Gestaltungsmöglichkeiten bleibt das Anliegen, das Adorno im *Résumé* formuliert hat: »Was überhaupt ohne Phrase Kultur konnte genannt werden, wollte als Ausdruck von Leiden und Widerspruch die Idee eines richtigen Lebens festhalten.« (Adorno 1997i: 342)

MEDIEN- UND KRITIKBEGRIFF

In seinen medienanalytischen und -kritischen Ansätzen hat Adorno keinen eigenständigen Medienbegriff entwickelt. Für ihn war die Auseinandersetzung mit den Medien nur vor dem Hintergrund ihrer gesamtgesellschaftlichen Situation, von der ihre jeweiligen Wirklichkeiten abhängen, möglich. Seine Medienanalysen fokussierten sich hierbei wesentlich auf Inhalte²², ästhetische Strukturen, Gattungsanalysen, langfristige kulturelle Medieneffekte und mediale Machtkonstellationen. Die Untersuchung ihrer spezifischen Medialitäten bzw. Technizitäten bleibt hierbei auf der Strecke. Insofern ist die Behauptung von Göttlich falsch, dass Adorno und Horkheimer in ihrer *Kulturindustrie*-Kritik unmittelbar eine »Analyse der Rolle der Medientechnik« (Göttlich 1996: 66) präsentieren. Adorno und Horkheimer sowie Adorno stellen vielmehr Thesen zur Medientechnik aus einer übergreifenden Perspektive, d.h. ihrem *Kulturindustrie*-Konzept sowie ihrem Verständnis autonomer Kunst als Gegenbild zu dieser, auf, ohne aber die jeweiligen Medientechniken in ihren Eigengesetzlichkeiten zu

21 | Beispiele hierfür wären etwa *arte* und *jsat* sowie entsprechende Themen- und Nachrichtenkanäle (*n-tv*, N 24, *Phoenix*, *ZDF info*, *ZDF 4oku* oder *ZDF theater*).

22 | Seine ideologiekritischen Inhaltsanalysen folgen dem Prinzip der *immanenten Analyse*, d.h., sie messen die Inhalte der jeweiligen Medienproduktionen an dem, was sie von sich aus zu beanspruchen vorgeben, also an ihren inneren Struktur- und Diskursmustern.

bildet Adornos Rede von der »Negation der Negation, welche nicht in Position übergeht« (ebd.: 398).²⁴ Diese Haltung von Kritik als negative Dialektik bedeutet für Adorno zugleich eine Glückserfahrung: »Das Glück, das im Auge des Denkenden aufgeht, ist das Glück der Menschheit. Die universale Unterdrückungstendenz geht gegen den Gedanken als solchen. Glück ist er, noch wo er das Unglück bestimmt: indem er es ausspricht. Damit allein reicht Glück ins universale Unglück hinein.« (Adorno 1997n: 798f.)

Ein konstitutiver Fluchtpunkt der Kritiken von Adorno ist die niemals zu erreichende Utopie einer gerechten bzw. emanzipatorischen Gesellschaft, die (diskursiv) durch die Kritik der bestehenden Gesellschaft und der Gegenentwürfe zu dieser anvisiert werden kann, d.h. theoretisch die Grundlagen für eine bessere Gesellschaft zu schaffen (vgl. z.B. Adorno 1997a: 175f.; zum utopischen Charakter der Kunst etwa Adorno 1997c: 55f.).²⁵ Auf eine positive bzw. konkretere Bestimmung einer gerechten Gesellschaft lässt sich Adorno aber nicht ein.²⁶ Weiterhin kann Medienkritik

24 | Gripp interpretiert diese These von Adorno wie folgt: »Zum einen ist die philosophische Frage nach dem Sein des Seienden, nach dem Absoluten, der Struktur nach zu verändern [...]. Zum anderen ist der Begriff der Wahrheit zu überdenken. Denn ist alles Denken an Begriffe gebunden und geht in den Begriffen das Falsche, Negative als dessen Anderes immer schon ein, dann geht auch in dasjenige, das als wahre Erkenntnis gilt, also in den Begriff der Wahrheit selbst, eben dieses Falsche, Negative ein.« (Gripp 1986: 112f.) Gripp macht also darauf aufmerksam, überträgt man ihre Interpretation von der erkenntnistheoretischen auf eine medienkritische Ebene, dass Adornos negativ-dialektisches Kritikverständnis diesem seine verbindliche Legitimität nimmt, Kritik niemals im Namen der absoluten Wahrheit urteilen kann. Dies lässt den (gesellschaftlichen) Status der Kritik problematisch erscheinen, weil sie aus dieser Perspektive andere Legitimationsinstanzen benötigt, um ihre gesellschaftliche Funktion veranschaulichen zu können und sich somit andererseits durch neue Strategien vor dem Attestieren ihrer Beliebigkeit bzw. Belanglosigkeit schützen muss. Dieser Herausforderung stellt sich Adorno in seinen konkreten, fallbezogenen Medienkritiken allerdings zu selten, weil er hierbei zu meist mit dem *Pathos der konsensuellen Verbindlichkeit* über die jeweiligen Medien urteilt.

25 | Medien nehmen, aus dieser Perspektive Adornos, einen entscheidenden Einfluss auf die Konstruktion von Öffentlichkeit und öffentlicher Meinung sowie auf individuelle und kollektive Identitätskonstruktionen.

26 | Im Kapitel *Sur L'eau* aus der *Minima Moralia* liefert Adorno für diese Verweigerung eine Begründung: »Vielleicht wird die wahre Gesellschaft der Entfaltung überdrüssig und lässt aus Freiheit Möglichkeiten ungenutzt, anstatt unter irrem Zwang auf fremde Sterne einzustürmen. Einer Menschheit, welche Nöte nicht kennt, dämmert gar etwas von dem Wahnhafnen, Vergeblichen all der Veran-

tik für Adorno zur Bewusstmachung über die Eigengesetzlichkeiten der Medienprodukte und der Medienproduktionszusammenhänge bei den Mediennutzern beitragen. Mit Bezug auf das Fernsehen spricht Adorno etwa von einer »Impfung des Publikums gegen die vom Fernsehen verbreitete Ideologie« (Adorno 1997k: 531).²⁷ Auf Grund der wesentlich ideologiekritischen Ausrichtung seiner Medienkritik, entgehen Adorno aber die vielfältigen Erscheinungsformen der Medienlandschaft, die nur schwach durch eine (statische) theoretische Hinsicht erfasst werden können. Symptomatisch hierfür ist Adornos eindimensionaler Umgang mit der Unterhaltungsfunktion der Medien.

Im Vortrag *Kritik* aus dem Jahre 1969, betont Adorno, dass Demokratie, Mündigkeit, Politik und Kritik ein konstitutives Interdependenzverhältnis bilden müssen und begründet diese Einschätzung wie folgt: Politik ist kein in sich geschlossenes Teilsystem der Gesellschaft, sondern konstitutiv mit dem gesellschaftlichen Ganzen verbunden. Kritik ist das Grurelement aller Demokratie, in der die »Freiheit zur Kritik« (Adorno 1997j: 785) ein Grundrecht sein muss bzw. ein »Menschenrecht und [ein] Menschpflicht des Bürgers« (ebd.: 789). Die Mündigkeit der Bürger, verstanden als selbständige bzw. selbstbestimmte Entscheidungs- und Teilskompetenz, braucht (gesellschaftlich bzw. staatlich verbürgte) Enttungsfreiheit, um ihrer Aufgabe, d.h. den permanenten (vernunftbestimmten und rationalen) Widerstand gegen die bzw. Affirmation der gesellschaftlichen Wirklichkeit in ihrem *status quo*, zu ermöglichen. Hier bedarf es der diskursiven und praktischen Urteilskraft der Bürger.

Kritik verlangt, so Adorno weiter, Verantwortung. Daher dürfen in diejenigen Kritik üben, die sich in verantwortungs- und machtvollen Positionen befinden, was wiederum nur eine gesellschaftliche Minderheit in Kritik *verkommt* so, wie Adorno hervorhebt, zu einem Privileg für diejenigen, die die Macht haben, sich öffentlich zu äußern und zu inszenieren. Diese Situation trägt zur Nivellierung von Kritik bei und macht aus ihr ein hegemoniales Ausschlusssystem, in dem diejenigen diffamiert werden, vermeintlich nicht zur Kritik berechtigt sind: »[D]urch die antikritische Struktur des öffentlichen Bewusstseins wird der Typus des Dissidenten *wirklich* in die Situation des Querulanten gebracht und nimmt quer

staltungen, welche bis dahin getroffen wurden, um der Not zu entgehen, in welche die Not mit dem Reichtum erweitert reproduzierten. Genuss selber wird davon berührt, so wie sein gegenwärtiges Schema von der Betriebsamkeit, die Planen, seinen Willen Haben, Unterjochen nicht getrennt werden kann.« (Adorno 1997a: 179)

27 | An anderer Stelle betont Adorno: »Dazu [zum richtigen Wollen, Annehmen, Verfügen] müsste es [das Publikum, Anm. d. Verf.] erst gebracht werden, durch sich selbst und gegen sich selbst zugleich.« (Adorno 1997u: 346)

lantenhafte Züge an, sofern sie ihn nicht schon zur hartnäckigen Kritik treiben [...]« (Ebd.: 790)

Wie könnte man die zuvor skizzierte Situation, im Verständnis Adornos, ändern? Zunächst durch umfassende, permanente und multiperspektivische Aufklärung über den Umgang mit Kritik. Dieser Bildungsprozess müsste bereits in der Schule, als basalem Ort, um Kritik bzw. Kritikfähigkeit auszubilden, beginnen. Weiterhin müsste es eine intensive und öffentliche Auseinandersetzung mit den Kritikern geben, in der etwa über ihre gesellschaftliche Funktion, ihre Kritikmaßstäbe und Abhängigkeiten gesprochen würde. Außerdem müsste es eine Kritik an der mangelnden *Mithilfe* der meinungsbildenden Medien (hier der Zeitungen), der Konsumenten sowie der (Macht)Politik an diesem Prozess geben, weil sich diese *Gruppen* letztlich in ihrem Handeln fremdbestimmen lassen bzw. sich in ihrem Handeln *opportunistisch* ausrichten und nicht gemäß der »Solidarität mit der Freiheit zur Kritik und ihrer Voraussetzung, der unbehinderten Information« (ebd.: 792) agieren. So lange sich die gesellschaftliche Situation der Kritik nicht grundlegend ändert, bleibt diese für Adorno wesentlich folgen- und damit bedeutungslos.

Welche Grundoperation einer *negativ-dialektischen* Kritik stellt Adorno diesem gesellschaftlichen *Verfallsprozess* von Kritik entgegen? Im *Kritikvortrag* nennt Adorno die zuvor beschriebene Methode der immanenten Analyse²⁸ und das Positive der Negation. Ansatzweise betont er aber auch, was für Adorno sehr untypisch ist, dass »der Kritik die unmittelbare praktische Empfehlung des Besseren« (ebd.) beigegeben werden könnte, wenn gleich er dies v.a. darauf beschränkt, die jeweils kritisierten Wirklichkeiten an dem, was sie zu sein vorgeben, zu messen und mit anderen, alternativen Produktionsmaßstäben bzw. Wirklichkeitsbildern zu konfrontieren, ohne hierbei aber wiederum konkreter zu werden.

Meine Ausführungen möchte ich mit einer Überlegung von Adorno (vgl. Adorno 1971: 147) beschließen, die noch einmal zum Ausdruck bringt, mit welcher grundsätzlichen Schwierigkeit die *Praxis-Verdingung* seiner Medienkulturindustriekritik konfrontiert ist:

»Ich möchte [...] zu Bedenken geben, das gerade im Eifer des Änderungswillens allzu leicht verdrängt wird, dass Versuche, in irgendeinem partikularen Bereich unserer

28 | Die immanente Analyse ist für Adorno (vgl. Adorno 19970: 813) grundsätzlich besser geeignet, um Erkenntnisse über Medien- und Kulturprodukte zu erlangen, als Ansätze der Rezeptions-, Wirkungs- und Nutzungsforschung: »Wie in der Ästhetik gehe ich auch in der Soziologie gerade nicht von der Wirkung, sondern von dem wirkenden Gebilde, insgesamt von der Produktionssphäre aus.« Andererseits betonte Adorno aber auch die Notwendigkeit von Rezeptionsforschung (vgl. Adorno 1997s: 180).

Welt wirklich eingreifend zu ändern, sofort der überwältigenden Kraft des Iahenden ausgesetzt sind und zur Ohnmacht verurteilt erscheinen. Wer ändern kann es wahrscheinlich überhaupt nur, indem er diese Ohnmacht selber und eigene Ohnmacht zu einem Moment dessen macht, was er denkt und vielleicht

Diese Ohnmacht darf weder das unbedingte Insistieren auf die permanente kritische Problematisierung der (gesellschaftlichen, medialen und kulturellen) Wirklichkeit sowie das Entwerfen alternativer Wirklichkeitsentwürfen behindern, noch sozialromantische bzw. utopische Illusionen auf eine *revolutionären Umsturz* der Wirklichkeit des Sozialen, Medialen und Kulturellen hegen: »Die fast unlösbare Aufgabe besteht darin, weder vor der Macht der anderen, noch von der eigenen Ohnmacht sich dumm machen zu lassen.« (Adorno 1997a: 63)

LITERATUR

- Adorno, Theodor W. (1941): »On popular music«. In: *Studies in Philosophy and Social Sciences*, S. 17-48.
- Adorno, Theodor W. (1971): *Erziehung zur Mündigkeit. Vorträge und Gespräche mit Hellmut Becker 1959-1969*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. (1997a): »Minima Moralia. Reflexionen aus beschränktem Leben«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 4, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. (1997b): »Negative Dialektik«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 6: Negative Dialektik, Jargon der Eigentlichkeit, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 7-412.
- Adorno, Theodor W. (1997c): »Ästhetische Theorie«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 7: Ästhetische Theorie, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. (1997d): »Gesellschaft«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 8: Soziologische Schriften I, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 1-10.
- Adorno, Theodor W. (1997e): »Kultur und Verwaltung«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 8: Soziologische Schriften I, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 122-146.
- Adorno, Theodor W. (1997f): »Soziologie und empirische Forschung«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 8: Soziologische Schriften I, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 196-216.
- Adorno, Theodor W. (1997g): »Meinungsforschung und Öffentlichkeit«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 8: Soziologische Schriften I, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 532-537.
- Adorno, Theodor W. (1997h): »Kulturkritik und Gesellschaft«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 10.1: Kulturkritik und Gesellschaft I, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 11-30.

- Adorno, Theodor W. (1997j): »Résumé über Kulturindustrie«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 10.1.: Kulturkritik und Gesellschaft I: Prisen/Ohne Leitbild, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 337-345.
- Adorno, Theodor W. (1997k): »Prolog zum Fernsehen«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 10.2.: Kulturkritik und Gesellschaft II: Eingriffe/Stichworte, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 507-517.
- Adorno, Theodor W. (1997l): »Fernsehen als Ideologie«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 10.2.: Kulturkritik und Gesellschaft II: Eingriffe/Stichworte, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 518-532.
- Adorno, Theodor W. (1997m): »Freizeit«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 10.2.: Kulturkritik und Gesellschaft II: Eingriffe/Stichworte, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 645-655.
- Adorno, Theodor W. (1997n): »Kritik«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 10.2.: Kulturkritik und Gesellschaft II: Eingriffe/Stichworte, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 785-793.
- Adorno, Theodor W. (1997o): »Resignation«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 10.2.: Kulturkritik und Gesellschaft II: Eingriffe/Stichworte, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 794-799.
- Adorno, Theodor W. (1997p): »Schlusswort zu einer Kontroverse über Kunstsoziologie«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 10.2.: Kulturkritik und Gesellschaft II: Eingriffe/Stichworte, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 810-815.
- Adorno, Theodor W. (1997q): »Versuch, das Endspiel zu verstehen«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 11.: Noten zur Literatur, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 281-321.
- Adorno, Theodor W. (1997r): »Ist die Kunst heiter«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 11.: Noten zur Literatur, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 599-606.
- Adorno, Theodor W. (1997t): »Zur Krisis der Literaturkritik«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 11.: Noten zur Literatur, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 661-664.
- Adorno, Theodor W. (1997s): »Einleitung in die Musiksoziologie. Zwölf theoretische Vorlesungen«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 14: Dissonanzen. Einleitung in die Musiksoziologie, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 169-433.
- Adorno, Theodor W. (1997h): »Zur gesellschaftlichen Lage der Musik«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 18: Musikalische Schriften V: Musikalische Aphorismen/Theorie der neuen Musik/Komponisten und Kompositionen/Konzerteinleitungen und Rundfunkvorträge/Musiksoziologisches, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 729-777.
- Adorno, Theodor W. (1997u): »Kann das Publikum wollen?«. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 20.1.: Vermischte Schriften I: Theorien und

- Theoretiker/Gesellschaft, Unterricht, Politik, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 342-347.
- Adorno, Theodor W. (1997v): »Kritische Theorie und Protestbewegung. Ein Interview mit der ›Süddeutschen Zeitung««. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 20.1.: Vermischte Schriften I: Theorien und Theoretiker/Gesellschaft, Unterricht, Politik, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 398-401.
- Adorno, Theodor W. (1997w): »Keine Angst vor dem Elfenbeinturm. Ein ›Spiegel-Gespräch««. In: ders.: *Gesammelte Schriften*, Bd. 20.1.: Vermischte Schriften I: Theorien und Theoretiker/Gesellschaft, Unterricht, Politik, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 402-409.
- Adorno, Theodor W./Horkheimer Max (1997): »Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug«. In: Theodor W. Adorno, *Gesammelte Schriften*, Bd. 3: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 141-191.
- Adorno, Theodor W./Eisler, Hanns (1997): »Komposition für den Film«. In: Theodor W. Adorno, *Gesammelte Schriften*, Bd. 15: Komposition für den Film/Der getreue Korrepetitor, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 141-191.
- Behrens, Roger (2003): *Adorno-ABC*. Leipzig: Reclam.
- Eichel, Christine (1993): *Vom Ermaten der Avantgarde zur Vernetzung der Künste. Perspektiven einer interdisziplinären Ästhetik im Spätwerk Theodor W. Adornos*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Enzensberger, Hans Magnus (1964): »Bewusstseins-Industrie«. In: ders., *Einzelheiten I. Bewusstseins-Industrie*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 7-17.
- Göttlich, Udo (1996): *Kritik der Medien. Reflexionsstufen kritisch-materialistischer Medientheorien*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Grüpp, Helga (1986): *Theodor W. Adorno. Erkenntnisdimensionen negativer Dialektik*, Paderborn/München/Wien/Zürich: UTB Schöningh.
- Hagen, Wolfgang (2003): *Gegenwartsvergessenheit. Lazarsfeld – Adorno – Innis – Luhmann*, Berlin: Merve.
- Honneth, Axel (1994): »Pathologien des Sozialen, Tradition und Aktualität der Sozialphilosophie«. In: ders. (Hg.): *Pathologien des Sozialen*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 9-69.
- Kant, Immanuel (1999): »Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?«. In: ders., *Was ist Aufklärung? Ausgewählte kleine Schriften*, Hamburg: Meiner, S. 20-27.
- Kausch, Michael (1988): *Kulturindustrie und Populärkultur. Kritische Theorie der Massenmedien*, Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- McLuhan, Herbert Marshall (1996): *Die mechanische Braut. Volkskultur des industriellen Menschen*, Dresden: Verlag der Kunst.
- Schweppenhäuser, Gerthard (2003): *Theodor W. Adorno zur Einführung*. Hamburg: Junius.

Seubold, Günter/Baum, Patrick (Hg.) (2004): *Wieviel Spaß verträgt die Kultur? Adornos Begriff der Kulturindustrie und die gegenwärtige Spaßkultur*, Bonn: Denkmal Verlag.

Steinert, Heinz (1992): *Die Entdeckung der Kulturindustrie oder: Warum Professor Adorno Jazz-Musik nicht ausstehen konnte*, Münster: Westfälisches Dampfboot (Neuaufgabe 2003).

»Ein Gemälde von Cézanne ist auch auf dem Klosett ein Gemälde von Cézanne«. Kunst, Alltagskultur und ready-made bei Marcuse

GERHARD SCHWEPPEHÄUSER

EINE GLOBALE PRIVATARNEE DES NEOLIBERALEN KAPITALISMUS

In Walter Benjamins Entwürfen zum *Passagenwerk* gibt es »die Lehre vom Sammler, der die Dinge vom Fluch zum Fluch nützlich zu sein befreit« (Benjamins 1982: 1130). In diesem Licht erscheint der vermeintlich rückwärtsgewandt veränderungsunwillige Sammler als Stellvertreter eines neuen Umgangs mit den Dingen. Er wäre vom Zwang der Zweckrationalität und der kapitalistischen Verwertungsrationale befreit. Für Herbert Marcuse hatte die Utopie einer befreiten Gesellschaft immer auch das Merkmal, dass in ihr die Menschen nicht nur frei wären für einen herrschafts- und gewaltfreien Umgang untereinander, sondern auch für einen zwanglosen Umgang mit den Dingen. Im Zeichen der Tauschrationalität, die auf Mehrwertproduktion fixiert ist, haben die Menschen darunter zu leiden, dass sie substanzial nicht als Menschen da sind, sondern als Verkäufer der Ware Arbeitskraft. Erst in einer »Lebensform« (Marcuse 1922: 10), die vom Zwangscharakter mehrwertorientierter Tauschrationalität befreit wäre, könnten sich ihre vielfältigen Qualitäten als vernunftbegabte Sinnenwesen entfalten. Ebenso sei bislang die Entfaltung der Qualitäten der Dinge eingeschränkt, weil sie nur als Träger von Tauschwert von Belang sind. In der repressiven kapitalistischen Ordnung könnten weder Menschen noch Dinge »sich selbst« sein.

Ästhetik war für Marcuse nicht nur Theorie der Kunst, sondern auch Theorie der sensuellen Erkenntnis und der im Zusammenspiel mit der Imagination vermittelten leibhaften Erfahrung. Ein Bereich, in dem Mei-

**RAINER WINTER, PETER V. ZIMA (HG.)
KRITISCHE THEORIE HEUTE**

Die Herausgeber:

Inhalt

Vorwort: Die Aktualität der Kritischen Theorie | 9

ERSTER TEIL: THEORETISCHE GRUNDLAGEN

Kritische Theorie jenseits der Frankfurter Schule?
Zur aktuellen Diskussion und Bedeutung einer
einflussreichen Denktradition | 23
Rainer Winter

Bemerkungen zur Aktualität der Kritischen Theorie | 47
Roger Behrens

Arche Noah: zur Aktualität der kritischen
Gesellschaftstheorie | 67
Alexander Demirović

Autonomie und Anerkennung: Kritische Theorie als
Hermeneutik des Subjekts | 79
Hans-Herbert Kögler

Kritische Theorie als Dialogische Theorie | 97
Peter V. Zima

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© 2007 transcript Verlag, Bielefeld

Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung des Verlages
urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für Vervielfältigungen,
Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Verarbeitung mit elek-
tronischen Systemen.

Umschlaggestaltung & Innenlayout: Kordula Röckenhaus, Bielefeld
Herstellung: Justine Haida, Bielefeld
Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar
ISBN 978-3-89942-530-7