

Adorno, Fernsehen als Ideologie

1. Poolog zum Fernsehen

200

Kulturindustrie

Die gesellschaftlichen, technischen, künstlerischen Aspekte des Fernsehens können nicht isoliert behandelt werden. Sie hängen in weitem Maß voneinander ab: die künstlerische Beschaffenheit etwa von der hemmenden Rücksicht auf die Publikumsmassen, über die sich hinwegzusetzen nur ohnmächtige Unschuld sich zutraut; die gesellschaftliche Wirkung von der technischen Struktur, auch von der Neuheit der Erfindung als solcher, die in Amerika sicherlich während der Anfangsphase den Ausschlag gab; aber auch von den offenen und versteckten Botschaften, welche die Fernsehproduktionen dem Betrachter übermitteln. Das Medium selbst jedoch fällt ins umfassende Schema der Kulturindustrie und treibt deren Tendenz, das Bewußtsein des Publikums von allen Seiten zu umstellen und einzufangen, als Verbindung von Film und Radio weiter. Dem Ziel, die gesamte sinnliche Welt in einem alle Organe erreichenden Abbild noch einmal zu haben, dem traumlosen Traum, nähert man sich durchs Fernsehen und vermag zugleich ins Duplikat der Welt unauffällig einzuschmuggeln, was immer man für der realen zuträglich hält. Die Lücke, welche der Privatexistenz vor der Kulturindustrie noch geblieben war, solange diese die Dimension des Sichtbaren nicht allgegenwärtig beherrschte, wird verstopft. Wie man außerhalb der Arbeitszeit kaum mehr einen Schritt tun kann, ohne über eine Kundgebung der Kulturindustrie zu stolpern, so sind deren Medien derart ineinander gepaßt, daß keine Besinnung mehr zwischen ihnen Atem schöpfen und dessen innerwerden kann, daß ihre Welt nicht die Welt ist. »Im Theater wird durch die Belustigung des Gesichts und Gehörs die Reflexion sehr eingeschränkt« - Goethes Ahnung fände ihren Gegenstand erst an einem Gesamtsystem, in dem das Theater längst zu einem Museum von Vergeistigung ward, das aber dafür seine Konsumenten mit Kino, Rundfunk, illustrierten Zeitschriften, in Amerika vor allem auch mit den *Funnies* und *comic books* ohne Unterlaß bearbeitet. Erst das Zusammenspiel all der auf-

Theodor W. Adorno

201

einander abgestimmten und dennoch nach Technik und Effekt voneinander abweichenden Verfahren macht das Klima der Kulturindustrie aus. Daher fällt es den Soziologen so schwer zu sagen, what television does to people. Denn mögen immer die fortgeschrittenen Techniken der empirischen Sozialforschung die Faktoren isolieren, welche dem Fernsehen eigentümlich sind, so empfangen doch diese Faktoren selber ihre Kraft einzig im Ganzen des Systems. Eher werden die Menschen ans Unvermeidliche fixiert als verändert. [...]

Der Druck, unter dem die Menschen leben, ist derart angewachsen, daß sie ihn nicht ertragen, wenn ihnen nicht die prekären Leistungen der Anpassung, die sie einmal vollbracht haben, immer aufs neue vorgemacht und in ihnen selber wiederholt würden. Freud hat gelehrt, daß die Verdrängung der Triebregungen nie ganz und nie für die Dauer gelingt, und daß daher die unbewußte psychische Energie des Individuums unermüdlich dafür vergeudet wird, das, was nicht ins Bewußtsein gelangen darf, weiter im Unbewußten zu halten. Diese Sisyphusarbeit der individuellen Triebökonomie scheint heute »sozialisiert«, von den Institutionen der Kulturindustrie in eigene Regie genommen, zum Vorteil der Institutionen und der mächtigen Interessen, die hinter ihnen stehen. Dazu trägt das Fernsehen, so wie es ist, das Seine bei. Je vollständiger die Welt als Erscheinung, desto undurchdringlicher die Erscheinung als Ideologie. [...]

Distanzlosigkeit, die Parodie auf Brüderlichkeit und Solidarität, hat dem neuen Medium sicherlich zu seiner unbeschreiblichen Popularität mitverholfen. Alles wird vom kommerziellen Fernsehen vermieden, was, wie sehr auch entfernt, an die kultischen Ursprünge des Kunstwerks, dessen Zelebrierung bei besonderm Anlaß anklingen könnte. Mit der Begründung, Fernsehen im dunklen Raum sei schmerzhaft, läßt man abends das elektrische Licht brennen, und weigert sich, unter Tags die Rolläden

zu schließen: die Situation darf sich von der normalen möglichst wenig abheben. Undenkbar, daß die Erfahrung der Sache selbst davon unabhängig bleibe. Die Grenze zwischen Realität und Gebilde wird fürs Bewußtsein herabgemindert. Das Gebilde wird für ein Stück Realität, eine Art Wohnungszubehör genommen, das man mit dem Apparat sich gekauft hat, dessen Besitz ohnehin unter Kindern das Prestige erhöht. Schwerlich ist es zu weit hergeholt, daß umgekehrt die Realität durch die Fernsehbrille angeschaut, daß der unterschobene Sinn des Alltags auf diesen zurückgespiegelt wird. [...]

Immerhin darf ein Medium, das ungezählte Millionen erreicht und das zumal bei Jugendlichen und Kindern oft jedes andere Interesse übertäubt, als eine Art Stimme des objektiven Geistes gelten, auch wenn dieser nicht mehr unwillkürlich aus dem gesellschaftlichen Kräftespiel resultiert, sondern industriell geplant wird. [...]

Wohl knüpft die Massenkultur an Schemata des Bewußten und Unbewußten an, die sie in den Konsumenten mit Recht als verbreitet voraussetzt. Dieser Fundus besteht zunächst in den sei es verdrängten, sei es einfach unbefriedigten Triebregungen der Massen, denen die Kulturwaren mittelbar oder unmittelbar entgegenkommen; meist mittelbar, etwa indem, wie der amerikanische Psychologe G. Legman nachdrücklich gezeigt hat, Sexuelles durch die Darstellung entsexualisierter Roheit und Gewalttat ersetzt wird. Beim Fernsehen läßt sich das noch in den anscheinend harmlosesten Possen nachweisen. Vermöge solcher und anderer Abwandlungen jedoch geht der Wille der Verfügenden in jene Bildersprache¹ ein, die sich so gern als die

¹ Die Interpretation der Massenkultur als »Hieroglyphenschrift« findet sich in dem unveröffentlichten, 1943 entworfenen Teil des Kapitels »Kulturindustrie« aus der *Dialektik der Aufklärung* von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno. Ganz unabhängig davon wird derselbe Begriff verwandt in dem Aufsatz »First Contribution to the Psycho-Analysis and Aesthetics of Motion Picture« von Angelo Montani und Guilio Pietra-

der mit ihr Belieferten ausgeben möchte. Indem erweckt wird und bildlich repräsentiert, was in ihnen vorbegrifflich schlummert, wird ihnen zugleich vorgemacht, wie sie sich benehmen sollen. Während die Bilder jene heraufrufen wollen, die im Zuschauer begraben liegen und die jenen ähnlich sind, nähern zugleich die aufblitzenden und entgleitenden Bilder von Film und Television der Schrift sich an. Sie werden aufgefaßt, nicht betrachtet. Das Auge wird vom Streifen mitgezogen wie von der Zeile, und im sanften Ruck des Szenenwechsels blättert die Seite sich um. Als Bild ist die Bilderschrift Mittel einer Regression, in der Produzent und Konsument sich zusammenfinden; als Schrift stellt sie die archaischen Bilder der Moderne zur Verfügung. Entzauberter Zauber, übermitteln sie kein Geheimnis, sondern sind Modelle eines Verhaltens, das der Gravitation des Gesamtsystems ebenso wie dem Willen der Kontrolleure entspricht. Das Vertrackte des Zusammenhangs, das den Irrglauben befördert, der Herren eigener Geist sei der der Zeit, liegt nun aber darin, daß auch jene Manipulationen, welche das Publikum nach den Forderungen eines dem Bestehenden angepaßten Verhaltens zurechtstutzen, sich immer auf Momente im Bewußtseins- und Unbewußtseinsleben der Konsumenten berufen können und mit einem Schein von Recht diesen die Schuld aufbürden.

nera, *Psychoanalytic Review*, April 1946. Auf die Differenzen der beiden Abhandlungen kann hier nicht eingegangen werden. Auch die italienischen Autoren kontrastieren die Stellung der Massenkultur zum Unbewußten der autonomen Kunst, erheben jedoch den Gegensatz nicht zur Theorie.