
Die autopoietische Kulturindustrie

Tim Raupach

Die autopoietische Kulturindustrie

Moderne Massenmedien zwischen
Selbsterzeugung und Warenlogik

2. Auflage

 Springer VS

Tim Raupach
Marburg, Deutschland

Die erste Auflage ist 2009 im Max Stein Verlag erschienen.

ISBN 978-3-658-13704-5 ISBN 978-3-658-13705-2 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-13705-2

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Lektorat: Cori Mackrodt, Monika Mülhausen

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Für Lewin und Rosa

Dank

Das vorliegende Buch ist eine überarbeitete Fassung meiner Dissertation, die im Winter 2006 vom Fachbereich Kulturwissenschaften und Ästhetische Kommunikation der Universität Hildesheim als Dissertation angenommen wurde. Ihre Veröffentlichung wurde großzügig unterstützt durch einen Druckkostenzuschuss der Fazit-Stiftung.

Auf dem Weg bis zur druckfertigen Endfassung standen mir zahlreiche Menschen zur Seite, ohne deren Hilfe ich mein Schreibprojekt nicht hätte abschließen bzw. gar nicht erst hätte beginnen können.

Mein Dank geht an erster Stelle an meinen Betreuer und Doktorvater Professor Dr. Jan Berg, der mein Projekt von Anfang an ausdauernd und mit konstruktiver Kritik begleitet hat. Er hat mir durch seine unterstützende und integrierende Art schon während des Studiums, und somit lange vor Beginn der Dissertation, die nötige Motivation und das nötige Vertrauen geschenkt, mich an diese Arbeit heranzuwagen.

Auch den weiteren Gutachtern – Professor Dr. Gerhard Schweppenhäuser und Professor Dr. Sven Kramer – gebührt großer Dank. Ihre Publikationen waren und sind Anstoß und Inspiration für meine wissenschaftliche Arbeit. Vor allem Gerhard Schweppenhäuser danke ich für die begleitenden Gespräche und das stets konstruktive Feedback.

Danken möchte ich auch meinen Eltern, die mir auf dem langen Weg zum Doktorhut ein Studium frei von finanziellen Sorgen ermöglicht haben und deren stets positiver Zuspruch unvergessen bleibt. Besonderen Dank für die mentale Unterstützung gilt auch meiner Freundin Katrin Weber, ohne deren Begleitung durch Freud und Leid eines Doktoranden diese Arbeit nicht das geworden wäre, was sie ist.

Katrin Greiser und dem Max Stein Verlag danke ich für die inhaltlich kompetente Abwicklung der Publikation.

Leipzig, im Mai 2008
Tim Raupach

Vorwort

*„Es gibt keine Kulturwissenschaft ohne Kulturkritik, weil
Kritik die Wahrheit von Kultur selbst ist.“*

Theodor W. Adorno

Noch vor Jahren schien an Theodor W. Adornos radikaler Kritik der gesellschaftlichen Herrschaftsverhältnisse kaum jemand ernsthaft interessiert. Was für Adorno als bedeutendsten Vertreter der frühen Kritischen Theorie galt, drohte sich für den gesamten Theoriezweig durchzusetzen, so dass Helmut Dubiel bereits 1994 konstatierte:

„Die klassische Kritische Theorie scheint unaufhaltsam zu einem historischen Gegenstand zu werden. Die Vorlage der Werke ihrer Autoren in eindrucksvollen Sammelausgaben, eine Reihe gut organisierter Archive und eine inzwischen unübersehbare Sekundärliteratur lassen den Zeitpunkt absehbar erscheinen, an dem ihr gesamter Denk- und Entstehungszusammenhang restlos dokumentiert ist.“ (Dubiel 1994, 230)

Historisch scheint sie auch zu werden in dem mittelbaren Sinn ihrer abnehmenden geistespolitischen Virulenz. Sich heute öffentlich in die Tradition der Kritischen Theorie zu stellen, ist nicht mehr Zeichen radikaler Dissidenz. Vielmehr hat das intellektuelle Establishment gelernt, mit der Kritischen Theorie auf eigene Weise umzugehen (vgl. Dubiel 1994, 230f.). Schaut man beispielsweise rückblickend auf die Inhalte aus dem Tableau der Veranstaltungen im Adorno-Jahr 2003, konnte beobachtet werden, wie sich der Mainstream der „kulturindustriell-demokratisch normalisierten Intellektuellen“ mittels Adorno feierte, um diesen umso „nachhaltiger“ wieder auf den „Misthaufen der (Ideen-) Geschichte abladen zu können“ (Hintz 2004, 35). Obgleich der Sprengstoff, den Adornos kulturkritische Schriften in ihren zuweilen esoterischen Kategorien enthalten, nicht entschärft ist, hat das „feuilletonistisch wie akademisch-kulturindustrielle Ballyhoo“ (Hintz 2004, 35) jede ungeschützte oder unverstellte Konfrontation mit den Texten Adornos, jeden

Versuch einer Vergegenwärtigung der in ihnen aufgehobenen Erfahrungen ihres kritisch-reflexiven Potentials in schlecht historischer Relativierung aufgelöst. Auch in den fachwissenschaftlichen Diskussionen wusste man sich den fundamentalistischen Frage- und Problemstellungen Adornos in meist polemischer Abgrenzung von deren „geschichts- und subjektphilosophische[r] Traditionsverhaftetheit sowie [...] spätbürgerlich ‚vorurteilsvolle[n]‘, methodisch/methodologisch wie wissenschaftstheoretisch unhaltbare[n] ‚Naivität‘ souverän zu entledigen“ (Hintz 2004, 35).

Ähnliches wurde auch in den Medien- und Kulturwissenschaften geleistet, wo Adornos Begriff und Theorie der ‚Kulturindustrie‘ lange Zeit als verpönt galt. So hat zum Beispiel Norbert Bolz zu Beginn der 1990er Adornos Kritische Theorie als „melancholischen elitär-bildungsbürgerlichen Schwanengesang der Gutenberg-Galaxis“ (1992, 238) abgewertet. Die Spaßgesellschaft habe die Gesellschaftskritik der alten Frankfurter Schule an den Rand gedrängt. Im Unterschied zu deren Medienkritik werde jetzt „Sinn-Design“ durch Werbung begrüßt, registriert etwa Heinz Steinert, der, einer verbreiteten Stimmung der 1990er Jahre folgend, jene alte Medienkritik als „wehleidig“ denunzierte (1998, 191).

Inzwischen hat sich jedoch, wie Gerhard Schweppenhäuser feststellt, an der Ein- und Wertschätzung der Kulturindustrie-Kritik einiges geändert. Vor allem im Kontext des Globalisierungsdiskurses habe der Begriff der Kulturindustrie wieder Eingang in das terminologische Instrumentarium kritischer Gesellschaftsdiagnose gefunden (vgl. Schweppenhäuser 2001, 239f.). So vertritt beispielsweise Roger Behrens die These, Adornos Annahme, es gebe keine Kultur mehr außerhalb der Warenform, sei mit den global agierenden neuartigen, mikroelektronischen Produktions- und Kommunikationstechnologien, die mit der Durchsetzung völlig neuer gesellschaftlicher Konsummuster einhergehen, immer richtiger geworden und der Grund, weshalb der Begriff der ‚Kulturindustrie‘ phänomenal zweifellos noch an der Zeit sei (vgl. Behrens 2003a, 181f.). Dieser Behauptung soll in der folgenden Untersuchung nachgegangen werden.

Inhalt

Dank	VII
Vorwort	IX

Einleitung	1
-------------------------	----------

I Kritik der Kulturindustrie: theoriegeschichtliche Ausgangspunkte ... 15

Der Begriff der Totalität als Dilemma Kritischer Theorie • Paradigmenwechsel am Institut für Sozialforschung: Die Dialektik der Aufklärung als Beginn einer negativen Geschichtsphilosophie • Die Rache der unterdrückten Natur: zur Kritik der instrumentellen Vernunft • Aporien radikaler Vernunftkritik und ihre ästhetische Suspendierung im autonomen Kunstwerk • Neue Utopie der Versöhnung: Übersetzung des Adorno'schen Erfahrungsbegriffs in das Kommunikationsparadigma Kritischer Theorie • Adornos Ökonomiekritik als konstellatives Verfahren • Dogmatismus der II. Internationale • Ideologiekritik als Projekt des IfS • Ausdifferenzierung einer Vermittlungstheorie des Kulturellen • Kategorien der Marx'schen Warenanalyse • Adornos Klassifizierung des Kulturellen • Kritik der Kulturindustrie als avancierte Form der Ökonomiekritik

II Paradigmenwechsel in der Frankfurter Schule:

Kritik der (Kultur-)Kritik	45
---	-----------

Adornos Rationalismusbegriff in der Kritik der jüngeren Frankfurter Schule • Produktionsparadigma versus Kommunikationsparadigma • Die manipulative Macht der Medien? • Habermas' Kritik der Werttheorie als Kritik am Produktionsparadigma der marxistisch-orthodoxen Frankfurter Tradition • Kritik des Habermas'schen Kommunikationsparadigmas • Ambivalenz der Macht: Foucault • Gesellschaft als Funktionsbegriff • Der Siegeszug immaterieller Arbeit im Diskurs kritischer Gesellschaftstheorie • Massenmedien und die Materialität des Ideologischen

III Neue Ufer? Kulturelle Pluralität und Autonomie der Lebensstile 75

Schwankende Begriffe: Medienwirkung und Manipulation in Adornos Kultur- und Medientheorie • Ambivalenz der Konsumption, Ambivalenz der Kontrolle • Kritik der Theorie ‚aktiver‘ Mediennutzung • Zwei Deutungen massenmedialer Kommunikation • Mediatisierung von Kommunikation • Das Öffentlichkeitskonzept von Habermas • Der Antagonismus von realer und idealer Öffentlichkeit • Implizite Normativität sozialer Kommunikation • Mediatisierte Kommunikation als neuer Typ sozialer Kommunikation • Die Utopie der Transparenz • Kulturelles Gedächtnis und die Medien des Vergessens

IV Systemtheorie und Massenmedien 117

Autopoiesis und Massenmedien • Zur Autonomie der Massenmedien als Funktionssysteme • Agendasetting und indirekte Rekursivität massenmedialer Kommunikation • Die helle Variante mediatisierter Kommunikation • Entdifferenzierung innerhalb funktional differenzierter Systeme am Beispiel der Massenmedien • Beziehungsprobleme zwischen dem System der Medien und der Ökonomie • Der Code der Aktualität und die subkommunikative Kommunikationsfunktion der Massenmedien • Filtersysteme massenmedialer Aufmerksamkeit: Nachrichtenfaktoren • Wertverlust, Wertintegration • Die Inklusionsmodi des Populären • Produktion von Normalität und Normung • Tausch, Code und monologischer Charakter massenmedialer Kommunikation • Immaterielle Arbeit und immaterielle Waren

V Schnittstellen zwischen Zeichen- und Warenverkehr 163

Aufmerksamkeitskonzentration als kulturindustrielles Procedere • Die Doppelbezüglichkeit des Geldes • Baudrillards Begriff des Verbrauchs • Geld und Performativität • Hierarchisierungsstrategien in der Diskursökonomie: Verdichtung, Kanonisierung, Signifikanzbildung • Das Prinzip von Exklusion und Inklusion am Beispiel Kulturindustrie und Warenlogik • Gebrauchswerte der Medien-Waren • Zur Typisierung von Gebrauchswert und Gebrauchswertversprechen der Medien-Waren • Markenfetischismus und der Frankfurter Freudomarxismus • Frühe Ikonen des Markenfetischs • Die Grenzen der immateriellen Ökonomie: Zur Geographie von kommunikativer Zentralisierung und Marginalisierung • Phänomene der Entgrenzung moderner Warenästhetik

Resümee 211

Literaturverzeichnis 217