

Jürgen Kiontke

Heinz Steinert: Kulturindustrie

1999

<https://doi.org/10.17192/ep1999.1.3095>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kiontke, Jürgen: Heinz Steinert: Kulturindustrie. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 16 (1999), Nr. 1, S. 63–65. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1999.1.3095>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Heinz Steinert: Kulturindustrie

Münster: Verlag Westfälisches Dampfboot 1998 (Einstiege 5, Grundbegriffe der Sozialphilosophie und Gesellschaftstheorie), 218 S.,

ISBN 3-89691-695-5, DM 29,80

Sparen Sie sich Gesellschaftskritik. Heinz Steinert, Professor der Soziologie in Frankfurt und Leiter des Instituts für Rechts- und Kriminalsoziologie in Wien, rät in seinem Buch *Kulturindustrie*, das kritische Kapital lieber zinsbringender anzulegen – in selbstreflexiver Betrachtung der eigenen Begrifflichkeiten. Denn kritisch sei heute alles und jeder, der Kult des Protestes werde von gesellschaftlichen Gruppierungen aller Art kultiviert, selbst dann noch, wenn sie als Partei an der Regierung seien.

Als Arbeitsgrundlage dient Theodor W. Adornos Text „Kulturindustrie“ aus der *Dialektik der Aufklärung*. Steinert unterzieht die Thesen Adornos und ihre Rezeption einer eingehenden Untersuchung. Auch heute noch trainierten Legionen deutscher Medienarbeiter ihr schlechtes Gewissen an Adornos apodiktischen Forderungen.

Steinert stellt seine eigene Arbeit in die Tradition der Kulturkritik seit der Jahrhundertwende. Aus ihr habe sich das Verdikt elitärer Bildungsbürger entwickelt: „Adorno war (und ist) nicht einfach ein weiterer jener mehr oder weniger kunstvoll kompliziert schreibenden und sprechenden Professoren, er wurde viel mehr als einer genommen, der etwas darüber zu sagen hat, wie zu leben sei – und das gerade angesichts seines vielleicht berühmtesten Aphorismus, der sich am Rand des Scherzwortes bewegt: Es gibt kein richtiges Leben im falschen“ (179 f.).

Adorno, wiewohl selbst akademischer Schauspieler, sei für die Betriebsunfälle und die Verflachung seiner Rezipienten, nur bedingt verantwortlich. „Kulturindustrie“ werde heute in der Regel mit dem Fernsehen gleichgesetzt. Der Begriff diene in neueren Diskussionen als Beleg für den Niedergang der hohen Kultur, der Verschlimpfung und Vermassung des modernen Menschen insgesamt, so daß er letztlich willenlos den zahlreichen Botschaften der Medien hilflos ausgeliefert sei – das Individuum als Pawlowscher Kopfnick-Dackel. So jedenfalls führten das die „kritischen“ Geister (Neil Postman etc.) vor.

Der historische Ursprung solchen Kulturpessimismus sei in Adornos Extrem-Ansprüchen zu sehen. Sie „waren eine hervorragende Orientierung für die neue Generation von Gebildeten, die damit immer noch einen Vorteil gegenüber den Bildungs-Aufsteigern behielten – und davon gab es in den sechziger Jahren, dem Jahrzehnt der anlaufenden Bildungsoffensive, ziemlich viele. Die spätere Dogmatisierung im Namen von Marx, Sekten-Disziplinierung und Intellektuellen-Abwertung kann in dieser Konkurrenz auch als Versuch der Aufsteiger gesehen werden, Inhalte und Orientierungen verbindlich zu machen, die den Vorsprung der Alt-Gebildeten endlich aufhoben. Das gilt noch mehr für die nachfolgende feministischen und ökologischen Kultur- und Theorie-Abwertungen, gar nicht zu reden von der gegenwärtigen Spaßkultur, in der Expertentum in TV-Serien, Sportergebnissen, neuesten Moden und Werbegags viel wichtiger ist als die Kenntnis von weltfremden Philosophemen und strengen Künsten, bei denen es nichts zu lachen gibt. Adornos moralische Autorität ging verloren, weil mit hochgezüchteter Hochkultur-Kompetenz niemand mehr zu beeindruckt ist“ (S.181).

Entweder seien dem medienkritischen Sprechen die Medien das Böse schlechthin oder die Autoren verteidigten ihr „Recht“ auch auf das Schen von Nachmittags-Talkshows. Immer aber bedürfe es einer Rechtfertigung für die Lust an der Geschmacklosigkeit, und eben diese Selbst-Rechtfertigung sei medienwirksam dem größtmöglichen Publikum mitzuteilen. Adornos Kulturkritik rezipieren und sich ein negatives Weltbild daraus basteln: Das sei heute affirmative Regression als imaginäre Gefahrenabwehr – es gebe nun mal kein richtiges Fernsehen im falschen. Dagegen fragt Steinert nach den gesellschaftlichen Voraussetzungen von Kultur und Kulturindustrie und thematisiert den historischen Prozeß, der mit der technischen Reproduzierbarkeit der Kulturprodukte in die Warenförmigkeit münde: Wie setzen sich unterschiedliche Menschengruppen mit den ihnen eigenen Lebensweisen den medialen Prozessen aus, wie konsumieren sie?

Seine Folgerung: „Kulturindustrie ist eine Dimension von Vergesellschaftung und geht jeden Sozialwissenschaftler, tatsächlich jeden in seiner Eigenschaft als Kopfarbeiter etwas an“ (S.9). Und um deren Selbstverherrlichung drehe sich ja nun die ganze Branche: Medienberufe seien so banal wie andere auch, wer nicht selbst zu den Schönen und Reichen gehöre, wolle sie wenigstens als distanzierter Amateur kritisieren.

Die Medienarbeiter seien also nie richtig dabei, sie schafften eben auch nur „Dienstleistungen mit einem besonders hohen Gehalt an Selbstdarstellung“ (S.9). Steinert hält jedoch auch eine Rückbesinnung auf die rein wissenschaftliche Reflexion nicht für möglich – auch dieser Begriff habe Schaden genommen und bedürfe selbst der Untersuchung. Kritisches Bewußtsein bedeute nun, sich mit seinen eigenen Voraussetzungen zu beschäftigen. Hinter diesem Gedanken halte sich – mit allen Einschränkungen – ein emanzipatorischer Ansatz verborgen.

Steinert erweist sich als Kriminologe des Kulturdiskurses, und beschreibt mit Leichtigkeit und Genauigkeit die verschiedenen Debatten und Mikrodebatten medientheoretischer Art. Ein wunderbares Buch. Kurioserweise beginnt die Einleitung mit einem von Steinert selbst inkriminierten Tatbestand: einer Selbstdarstellung. Da flucht der Autor auf die Institutionen und den offiziellen Bildungsweg. Er selbst habe nur schlechte Lehrer gehabt, nur die Volksschullehrerin habe ihm das Schwarzsehen beigebracht (vgl. S.13). Und das Vorwort wurde „im letzten Waggon des EC 29, kurz nach Platting, am 9.2.98“ (S.10) geschrieben.

Der von der Gesellschaft genervte Schriftsteller, das autonome schreibende Individuum, das seinen Sprechort verhandelt – da ist es wieder, das Identifikationspotential für den frustrierten Einstiegsakademiker. Stört das? Nein. Steinert ist eben auch ein guter Unterhalter. Denn, wie man bei ihm lernen kann: dem kulturindustriellen Komplex kann sich niemand ganz entziehen. Das heißt: Auch diese Rezension nicht. Denn der vorliegende Text kostete viel Kraft. Im EC 29 kurz nach Platting. Denn dem Rezensenten ist zu unterstellen, im Geheimen habe er sich erhofft, daß Steinerts Glanz auf ihn abfalle, wenn er über sein Buch schreibe. Das ist mindestens Diskursplateau Nummer drei!

Gewarnt vor dem Desaster, das nicht bei jedem Ding zweimal umdrehen reicht, hat der Verlag: Mit drei hintereinander angeordneten Masken verziert er den Buchdeckel. Denn von Steinert lernt man: Die Welt ist eben nicht nur zum Verzweifeln, sondern obendrein zum Verdreifeln.

Jürgen Kiontke (Berlin)

Hinweise

Göttlich, Udo / Jörg-Uwe Nieland / Heribert Schatz (Hg.): Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Konstanz 1998. 264 S.

Sachs-Hombach, Klaus / Klaus Rehkämper (Hg.): Bild - Bildwahrnehmung - Bildverar-

beitung. Interdisziplinäre Beiträge zur Bildwissenschaft. Leverkusen 1998. 296 S.

Wilke, Jürgen (Hg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Köln, Weimar 1999. Ca. 640 S.