03 2004

Den Tod des Autors begraben

Ulf Wuggenig

"Die Einheit eines Textes liegt nicht in seinem Ursprung, sondern in seinem Zielpunkt. (..). Die Geburt des Lesers ist zu bezahlen mit dem Tod des Autors."
Roland Barthes 1967

Als Roland Barthes im Jahr vor der Zäsur des Mai 1968 den Tod des Autor-Gottes ausrief[1], war angesichts der Hegemonie produzentenorientierter Sichtweisen kaum absehbar, wie unaufhaltsam sich der Aufstieg des Rezipienten, des Konsumenten und des Publikums - ob als Aggregat von atomisierten Individuen verstanden, oder als soziale Gemeinschaft - auch in den Feldern der Kunst gestalten würde. Dieser Aufstieg vollzog sich nicht automatisch. Er wurde konstruiert, durch Theoriearbeit vorbereitet und begleitet. Der Essay von Roland Barthes ist dafür nur ein Beispiel.

Was die Sozialwissenschaften betrifft, sind entsprechende Theorieeffekte, "Realitätseffekte", die sich auf kulturpolitischer Ebene niedergeschlagen haben, ziemlich offensichtlich. In Standardwerken der Kunstökonomik lässt sich der Versuch, die Konsumenten gegenüber den Produzenten aufzuwerten, in denkbar

transparenter Form nachvollziehen. Während Philosophen sich über Jahrhunderte mit langen Abhandlungen zu essenzialistischen Definitionen von Kunst abmühten und dabei zu den unterschiedlichsten Lösungen kamen (wie u. a. Mimesis, Ausdruck, Form, ästhetische Erfahrung), gelangten die an Ockham's Messer geschulten Ökonomen zu einer denkbar einfachen Bestimmung. So heißt es in einem verbreiteten Standardwerk der Kunstökonomik aus den 90er Jahren: "Normalerweise definieren Künstler und andere Insider, was als Kunst zu gelten hat, während man von Laien erwartet, dass sie diese Definition anerkennen. (...) Demgegenüber vertreten Ökonomen die Ansicht, dass die Individuen selbst entscheiden sollen, was sie für "Kunst" halten wollen. (...) Die Frage "Was ist Kunst?" lässt sich unter Berufung auf die Wünsche des Publikums beantworten."[2] Dies ist die vielleicht expliziteste Fassung der Idee, den Menschen das zu geben, was sie wollen. Wenige Jahre nur vor der Aufwertung des Rezipienten durch Roland Barthes wies Adorno solche Vorstellungen in einer nicht weniger berühmten Schrift zurück, in welcher er auf die Manipulation solcher Präferenzen durch die Kulturindustrie verwies, auf den "Geist", der den Menschen durch sie "eingeblasen wird".[3]

Der Begriff der Autonomie zählt, ähnlich wie der der Avantgarde, zu den unter dem Einfluss des Postmodernismus im Kunstdiskurs diskreditierten Konzepten. Bezieht man ihn nicht auf die Vorstellung einer sozial undeterminierten kulturellen Produktion, so hat er jedoch Facetten, die es unbedingt verdienen, verteidigt zu werden. Soziologisch gesehen ist die Autonomie von kulturellen Feldern in der Tradition von Pierre Bourdieu nämlich auch daran festzumachen, in welchem Maße Produzenten andere Produzenten als Publikum haben.[4] Die relevanten Beurteilungen kommen von Peers bzw. orientieren sich an Standards, die von Produzenten

bestimmt werden. Fasst man Autonomie in dieser Weise, dann lässt sich die "ökonomische Definition der Kunst" als ein exemplarischer Fall einer heteronomen Bestimmung von Kunst einstufen. Sie zielt letztlich darauf ab, Produzenten umfassenden Zwängen einer allgemeinen Nachfrage zu unterwerfen.

Den theoretischen Hintergrund für ein solches Kunstverständnis gibt die in die Modellvorstellung perfekt kompetitiver Märkte eingebettete Idee der "Konsumentensouveränität" ab. Der gängigen Auffassung zufolge stellt diese zweierlei sicher: a) die Bestimmung der Allokation von Ressourcen auf Grund der Nachfrage von Konsumenten und b) Produkte, die dem Konsumenten so billig wie möglich verkauft und so reichhaltig wie möglich zur Verfügung gestellt werden. Die populärökonomische Fassung dieser Idee lautet: "The public calls the tune to which the businessman dances."[5]

Der real existierende Kapitalismus weicht von den Modellvorstellungen des freien Marktes so weit ab, dass auch manche kritische Theoretiker strikt zwischen Markt und Kapitalismus trennen.[6] Der Kapitalismus ist geprägt durch Machtdifferenzen, Monopolbildungen, Intransparenz des Angebots bzw. von Strategien der systematischen Beeinflussung von Präferenzen. Nichts davon ist mit der Idee des reinen Marktes vereinbar. Die Strukturierung bzw. Manipulation von Präferenzen wird im Einzelnen unterschiedlich erklärt, z. B. durch Verweise auf die Kulturindustrie (Adorno), auf Reklame und Werbung im Speziellen (Marcuse), auf die Anrufungen durch die ideologischen Staatsapparate (Althusser) oder die Inkorporierung existierender Strukturen (Bourdieu). Die Souveränität von Konsumenten, der neoklassischen Theorie zufolge "rationale" Akteure, ist deshalb in vielen Hinsichten höchst eingeschränkt.[7] Die Verfechter der Idee des freien Marktes streben als ökonomische Akteure gewöhnlich

selbst nach Monopolen und versuchen, Präferenzen von Konsumenten systematisch zu beeinflussen. Nichtsdestoweniger hat sich die auf die Idee der Konsumentensouveränität zurückgehende Forderung nach "Kundenorientierung" in jüngerer Zeit außerordentlich stark ausgebreitet. Dies zeigen auch die Ergebnisse des historischen Vergleichs von Managementdiskursen, den Luc Boltanski und Eve Chiapello im Rahmen ihrer Studie über den "neuen Geist des Kapitalismus" vorgenommen haben. In der Akzentuierung der Kundenorientierung und in den damit einhergehenden Versuchen der Substitution von hierarchischer Binnenkontrolle in Institutionen durch eine Außenkontrolle über Kunden, Klienten oder das Publikum, sehen sie eine der markantesten neueren Entwicklungen im ökonomischen Feld[8]: Werden Aufgaben der Kontrolle von Führungsebenen auf Kunden übertragen, ergeben sich in der Folge flachere Hierarchien und Verminderungen von Kosten. In den kühnsten Vorstellungen wird das gesamte Hierarchiegefüge von Organisationen umgedreht: die Kunden werden an die Spitze einer auf den Kopf gestellten Pyramide gestellt. Die Bewährung an Maßstäben der Kontrolle durch Kunden schafft im Wettbewerb vertikale Differenzierungen zwischen Institutionen und führt zur Eliminierung derjenigen, die diese Bewährungsproben nicht auf sich nehmen wollen oder nicht bestehen können.

In den kulturellen Feldern, in denen der Staat eine stärkere Position einnimmt als im ökonomischen Feld, wird dieser Kontrollmechanismus heute im Rahmen neoliberaler Strategien der Gouvernementalität eingesetzt, die darauf abzielen, "kollektive Körper (...) ‚schlank' und ‚fit', ‚flexibel' und ‚autonom'" zu machen. [9] Er wird zu einem Substitut für die staatliche Kontrolle, wenn der Staat sich aus diesen Feldern zurückzieht, oder wird herangezogen, wenn es darum geht, Einrichtungen in staatlicher

Trägerschaft durch Implementierung von Elementen der Marktlogik umzustrukturieren. Die Verstärkung der Idee der Kundenorientierung bzw. ihr Transfer aus der unternehmerischen Sphäre in die öffentliche Kulturpolitik in Form des Kontrollmechanismus einer "Orientierung auf das Publikum", lässt sich an zahllosen Beispielen illustrieren. Zwei Beispiele mögen hier genügen, eines aus dem musealen Kontext, das andere aus dem Kontext der Großausstellungen.

Als ein erstes Beispiel bietet sich Hamburg an, weil es in vielen Hinsichten exemplarisch für die gegenwärtige Kulturpolitik erscheint. Das "Hamburger Modell" wurde unter sozialdemokratischen Vorzeichen eingeführt. Was die Orientierung von Kultureinrichtungen an Modellen des ökonomischen Feldes betrifft handelt es sich somit nicht um eines jener radikalen Beispiele, wie man sie etwa aus der Ära Thatcher in Großbritannien kennt.[10]

Anfang 1999 wurden sämtliche Hamburger Museen, darunter auch zwei Museen, die sich der Kunst widmen, "verselbständigt", und zwar in Form der Verwandlung in Stiftungen öffentlichen Rechts. Mit "Verselbständigung" ist die Befreiung von der starken staatlichen Einbindung gemeint. Sie impliziert Personalhoheit, eigene Bewirtschaftung des Budgets, Einführung des kaufmännischen Rechnungswesens, Verwertungsfreiheit für Gastronomie und Museumsshops, Entscheidungszuständigkeit und Verantwortung in allen betrieblichen Fragen. Hinzu kommt, dass der künstlerischen Leitung eine gleichberechtigte kaufmännische zur Seite gestellt und die verminderte staatliche Kontrolle eine Ergänzung über die Kontrolle durch einen Stiftungsrat erfährt. Der Staat bzw. die Kommune sichert die finanzielle Grundausstattung, während die einzelnen Einrichtungen ihr "operatives Geschäft"

nach eigenen Vorstellungen und im Rahmen ihrer ökonomischen Möglichkeiten selbst gestalten können.

"Ziel der eingeleiteten Strukturreform der Museen ist es", heißt es in Zusammenhang mit der "Verselbständigung" der sieben Hamburger Museen, "Bedingungen (...) zu schaffen, damit die Museen diesen Auftrag besser, publikumsfreundlicher und effizienter als bisher erfüllen können."[11] Unter dem Gesichtspunkt legitimer Rechtfertigungsprinzipien - "cités" im Sinne von Boltanski und Thevenot -, werden hier Effizienzargumente der industriellen cité mit solchen der marktwirtschaftlichen cité verbunden, die auf das Angebot begehrter Güter auf Wettbewerbsmärkten hinauslaufen.[12] Die Möglichkeit, Einnahmen zu erzielen, schafft dabei "Anreize zu einer bewussteren Besucherorientierung". Eine Kunstinstitution, die von ihren Einnahmen leben muss, so der Grundgedanke, sucht nach immer neuen Wegen, um Besucher anzuziehen.[13]

Im Rahmen der Verwandlung in staatlich unterstützte Quasi-Unternehmen begaben sich die beiden Hamburger Kunstmuseen noch expliziter als die fünf anderen Kulturinstitutionen auf die Linie der marktwirtschaftlichen Cité und der von ihr betonten Kundenorientierung. In der Spezifikation der "Oberziele" für die einzelnen Einrichtungen ist etwa nachzulesen, dass die Hamburger Kunsthalle "nach Kräften bestrebt" ist, "sich in den Dienst der Kunst und in den Dienst der Besucher zu stellen", während das Museum für Kunst und Gewerbe "sich nach Kräften bemüht, (...) sich in den Dienst des Publikums zu stellen."[14]

Bereits im Jahre 2003 wird in den Medien über eine "dramatische" Entwicklung der Hamburger Museen berichtet. Den, wie es heißt, "interessanter, publikumsnäher, moderner" gewordenen, Museen, gehe es "wirtschaftlich so schlecht wie nie zuvor".[15] Ich möchte

die Aufmerksamkeit aber weniger auf die Folgen des strukturellen Wandels lenken, die wirtschaftlichen Probleme und damit verbunden, den Ruf nach dem Staat und der Anhebung seiner Unterstützung, die Zunahme von block-buster Ausstellungen oder die Schwierigkeiten, in einer Stadt wie Hamburg, dauerhaft ein großes Publikum für Kunst zu rekrutieren. Bestimmte Aspekte der Genese des strukturellen Wandels sind nicht weniger interessant. An diesem Wandel waren nämlich die Leiter der Einrichtungen selbst maßgeblich beteiligt. Sie legten die ersten Entwürfe für die Strukturveränderungen in diese Richtung im Jahre 1995 vor, die scheinbaren Autonomiegewinne vor Augen. Und diese Bestrebungen waren wiederum im Kunstfeld selbst gut abgestützt. Dies zeigen die Ergebnisse der eigenen Forschung. Im Jahr vor der Initiative der Museumsdirektoren wurden rund 670 Künstler, Kritiker, Kuratoren, wie auch nicht-spezialisierte Besucher des Hamburger Kunstvereins und der Hamburger Deichtorhallen in Ausstellungen mit Arbeiten, die dem "Feld der eingeschränkten Produktion" im Sinne von Bourdieu zuzurechnen sind, u. a. zum Thema der Ökonomisierung des Kunstfeldes befragt. Insbesondere zwei Ergebnisse sind in diesem Zusammenhang bemerkenswert:

a) Die Ökonomisierung von Kunstinstitutionen fand breiteste Akzeptanz, gleichgültig, ob korporatives Sponsoring angesprochen war, oder ob es um die Frage ging, ob die Führung von Kunstmuseen an einer betriebswirtschaftlichen Rationalität ausgerichtet werden solle. Etwas mehr als 80% der Befragten äußerten sich zustimmend.

b) Die Differenzen zwischen den spezialisierten Gruppen des Feldes, in denen, wie die Befragung ergab, Adorno, aber auch poststrukturalistische Autoren wie Foucault, Deleuze, Derrida etc. ein hohes Ansehen genießen, und dem allgemeinen Publikum der Kunst, überwiegend Gelegenheitsbesucher von Ausstellungen,

waren sehr gering. Von einem Antagonismus von "Kunst und Wirtschaft" bzw. einem "Bruch mit der ökonomischen Ordnung" war wenig zu spüren. [16]

Die Ökonomisierung wurde somit im Zentrum des Feldes selbst akzeptiert, nicht von allen Beteiligten, aber von breiten Mehrheiten. Es herrschte ein Klima, das den strukturellen Wandel direkt und indirekt, aktiv und passiv unterstützte.

Das zweite Beispiel, das noch kurz angeschnitten werden soll, legt Implikationen der forcierten Publikumsorientierung für die Autonomie von Produzenten und Kuratoren offen. Der Wahl des Mottos der Kunstbiennale von Venedig des Jahres 2003, "Die Diktatur des Betrachters", mögen von kuratorischer Seite ironische Absichten zugrunde gelegen haben. Das Management dieser traditionsreichen Großausstellung interpretierte es jedenfalls wörtlich: "Sicher wurde vor zehn Jahren in der modernen Kunst das Publikum nur als eine Begleiterscheinung angesehen, die nicht übermäßig interessierte. Nun haben wir aber nicht umsonst mit einem der Leitsätze für die Biennale die "Diktatur des Zuschauers" in den Mittelpunkt gestellt, nicht die Diktatur des Künstlers. (...) Das Erfolgskriterium ist allein die Besucherzahl, wie auch sonst in der Wirtschaft."[17] Die angestellten Überlegungen zu den Motiven für den "Kauf des Produktes Ausstellung" führten das Biennale-Management zu dem Grundsatz, "die Zahl der Videoinstallationen zu begrenzen" und "höchstens ganz kurze" Videos zu zeigen, aus Rücksicht auf die "Perspektive des Publikums".[18]

II.

Der Wandel in der Kulturpolitik ist lediglich ein Mosaik eines umfassenderen Prozesses der beständigen Verschiebung von Grenzen - der Ausweitung von Kommodifizierung und von marktförmigen Beziehungen. Die Nebeneffekte sind hinreichend dokumentiert, auf der Ebene der Differenz - einer stets zunehmenden vertikalen Differenzierung von Lebensbedingungen im Weltmaßstab -, wie auch auf der Ebene von Indikatoren der Anomie.

In jüngerer Zeit ist das Bewusstsein für die Entwaffnung wie auch die Vereinnahmung von Kritik und Dissidenz gestiegen.[19] Auf der Suche nach Erklärungen, warum der Prozess der Ökonomisierung weitgehend ungehindert voranschreitet, wurde auf die unterschiedlichsten Faktoren verwiesen. Auf die Übermächtigkeit struktureller Mechanismen, wie auf subjektive Bedingungen; auf Diskrepanzen zwischen einem kritischen Bewusstsein und der Bereitschaft bzw. Fähigkeit, auf Handlungsebene zu reagieren; auf die Heterogenität kritischer Strömungen, die jeweils zu punktuell und eindimensional ausgerichtet sind und deshalb Entwicklungen in anderen Bereichen übersehen; auf die Wirksamkeit assoziativer Strategien von Eliten, die darauf angelegt sind, Kritik und Widerstand zu kooptieren. Nicht zu vergessen jene Theorien, die den generalisierten Verdacht formulieren, dass Dissidenz und Widerstand sich in einem Verhältnis heimlicher Komplizenschaft mit der Macht befinden.

Eine neue Facette solcher Einsichten findet sich in der dem "neuen Geist des Kapitalismus" gewidmeten Studie, die Luc Boltanski, Bruder des Künstlers Christian Boltanski, und Eve Chiapello vorgelegt haben.[20] Das durch die Kritik attackierte System vereinnahmt nicht bloß. Auf Grund seiner normativen Unbestimmtheit ist der Kapitalismus aus ihrer Sicht vielmehr sogar auf seine Gegner bzw. auf das Wechselspiel mit der

antikapitalistischen Kritik angewiesen. Diese dient der Delegitimierung obsoleter Strukturen, der Entwicklung überzeugenderer Rechtfertigungen für vorhandene Strukturen und auch jener Selbstkontrolle, zu der er aus sich selbst heraus nicht in der Lage ist. Historisch gesehen hat sich der Kapitalismus im 20. Jahrhundert zunächst über den Einfluss der "Sozialkritik", deren bevorzugte Themen die Ungleichheit, die Ausbeutung und die Diskriminierung sind, regeneriert, und zwar in Form des Wohlfahrtsstaates, der sich in Reaktion auf die sozialistische, kommunistische, aber auch faschistische Kritik herausgebildet hat. Ab den 1960er Jahren war die ursprünglich in der Philosophie der Romantik wurzelnde "künstlerische Kritik", die sich gegen Standardisierung, Bürokratisierung und Vermassung wendet und Autonomie, Emanzipation und die Überschreitung von Grenzen fordert, für die Regeneration des Kapitalismus nach Auffassung der beiden französischen Soziologen bedeutender als die Sozialkritik.

Diese Studie, die nicht von der Ineffektivität von Kunst oder kultureller Produktion und den diese Produktion fundierenden Haltungen ausgeht, sondern vor allem in Zusammenhang mit bestimmten kritischen Ansätzen das Gegenteil annimmt, wurde bisher im Kunstfeld kaum rezipiert. Sie läuft in ihren Implikationen u. a. darauf hinaus, dass es weniger um Motive oder Programme, als um Effekte geht. Programme sind nicht einfach progressiv, weil sie sich einer radikalen oder antikapitalistischen Rhetorik bedienen. Was progressiv ist und was systemstabilisierend bzw. -erneuernd, wäre demgemäss an Wirkungen zu beurteilen, vor allem auch an verzögerten. Die Position unterscheidet zwischen verschiedenen Formen von Kritik und mündet deshalb nicht in Zynismus, Eskapismus oder Resignation, was leicht der Fall sein kann, wenn man sich an den eher leeren Formeln aus der Philosophie des Verdachts orientiert, wie etwa der, dass "wir alle

Teil der Macht" seien. Sie lenkt die Aufmerksamkeit vielmehr auf die Frage, welche Formen von Kritik und Praxis funktional für die nächste oder übernächste Stufe von Ökonomisierung und Kommodifizierung sind und welche Praxisformen diese Tendenzen wenn schon nicht verhindern, so doch vielleicht entschleunigen bzw. stören könnten. Potentielle Wirkungen in offenen sozialen Systemen abzuschätzen ist sicherlich schwierig, doch wäre bereits einiges gewonnen, stärker in einem solchen Bezugsrahmen zu denken. Nach der Logik paradoxer Effekte verstärkt Kritik nicht selten jenes Übel verstärkt, das sie zu bekämpfen oder zu verhindern sucht. Das klassische Beispiel für nicht-intentionale perverse Effekte sind Max Webers puritanische Protestanten, die den modernen Kapitalismus nicht schaffen wollten, aber dennoch wesentlich zu seiner Herausbildung im Westen beigetragen haben. [21]

Die Veränderungen der Kulturpolitik sind zweifelsohne teilweise das Ergebnis bewusster neoliberaler Strategien. Sie alleine können den Wandel jedoch nicht erklären. Die neoliberale Ideologie in ihrer reinen Form ist radikal und aus diesem Grunde kaum populär. Sie bedarf - wie die neo-Gramscianische Theorie der kulturellen Hegemonie betont - der Verbindung mit populären Ideologien[22], aber auch der Unterstützung durch paradoxe Effekte. Erst das Zusammenspiel intentionaler Ökonomisierungsstrategien mit populären, der herrschenden Doxa verhafteten Ideen und bestimmten kritischen Ansätzen führt zu den beobachtbaren Effekten. Sie schaffen Akzeptanz und Zustimmung, oder auch Abstinenz und Zurückhaltung, wenn es um Gegenwehr geht.

Boltanski und Chiapello bezeichnen ihren Ansatz als "Soziologie der Kritik". Im Gegensatz zu früheren Arbeiten von Boltanski, in denen er Bedingungen für mediale Publizität von Sozialkritik

untersuchte[23], erinnern die Analysen in der Studie über den neuen Kapitalismus jedoch eher an Ideologiekritik in philosophischer bzw. geisteswissenschaftlicher Tradition. Gegenüber der Darlegung von Homologien und Parallelen zwischen einer auf hohem Abstraktionsniveau dargestellten "künstlerischen Kritik" und avancierten Managementdiskursen bleiben die sozialen Mechanismen, über welche Kritik funktional für das Kritisierte wird, letztlich fragmentarisch und unbestimmt. Eines der entscheidenden Glieder in der Kette ist die Popularisierung. Über die Popularisierung dekontextualisierter Fragmente aus Emanzipations- und Authentizitätstheorien (z. B. Adorno, Freudomarxismus), aber auch aus Fragmenten, die der Tradition der Authentizitätskritik (z. B. Deleuze, Derrida) entnommen sind, bilden sich Begehrensstrukturen und Muster des Handelns heraus, die in ökonomischen und politischen Handlungsfeldern aufgegriffen und entgegengesetzten Zielen unterworfen werden. Auf diese Weise trägt die Kritik ungewollt zu neuen Formen von Unterdrückung, Ausbeutung und Ökonomisierung bei. Über welche sozialen und kulturellen Mechanismen dies im Einzelnen geschieht bleibt offen.

Ein Forschungsprogramm, das sich aus soziologischer Sicht mit der Entwaffnung, Endogenisierung und Umdrehung von sozialer und künstlerischer Kritik befasst, scheint es durchaus wert zu sein, verfeinert und weiterentwickelt zu werden. Wenngleich seine gegenwärtige Realisierung aus einer Reihe von Gründen nur bedingt überzeugen kann, sollte es dennoch anregen, einen genaueren Blick auch auf jene kritischen Ansätze zu richten, die zur Delegitimierung des Produzenten und zur Aufwertung des Konsumenten beigetragen haben. Aus heutiger Sicht erscheinen sie mehr als nur eine Art theoretischer Begleitmusik für die Vorbereitung und Etablierung der neuen kunden- und

publikumsorientierten Kulturpolitik gewesen zu sein. Dabei wäre die Aufmerksamkeit nicht nur auf die philosophische Kritik zu richten, sondern auch auf jene popularisierten und populären Theorieformen mit Breitenwirkung, die von den aktuellen und künftigen Akteuren der Kulturpolitik und des Kulturmanagements rezipiert werden. Eine Reihe von sozialen und kulturellen Theorien bietet sich in diesem Zusammenhang an, soziologische, die sich wie die Theorie von der Kunst als kollektivem Handeln der Dezentrierung des Autors widmen[24], genauso wie kulturtheoretische oder rezeptionsästhetische. Hier muss ein Beispiel genügen.

Zu den populärsten Spielarten von kritischer Theorie zählen seit Jahren die mittlerweile weit über die angelsächsische Welt hinaus verbreiteten Cultural Studies. Dieses Feld hat sich angesichts seiner Größe in zahlreiche Subfelder ausdifferenziert, mit heterogenen Paradigmen, die teilweise in antagonistischen Beziehungen stehen. "Wir (wollen)", schreibt etwa Paul Willis, der das ethnographische Paradigma der Cultural Studies repräsentiert, "die Konsumtion, die kreative Konsumtion rehabilitieren. (...) Die Interpretation, das symbolische Handeln und die symbolische Kreativität sind Bestandteile der Konsumtion. Diese Arbeit ist letztlich genauso wichtig wie alles, was ursprünglich in den Waren kodiert sein mag."[25]

Jim McGuigan[26] hat angesichts solcher und ähnlicher Aufwertungen des Konsumenten in bestimmten Subfeldern der Cultural Studies, in denen der Konsum als eine Form von Produktion redefiniert wird, auf Parallelen zu jener Variante des kulturellen Populismus hingewiesen, die sich auf die Fiktion des souveränen Konsumenten stützt. Den verschiedenen Spielarten des kulturellen Populismus ist gemeinsam, dass sie den Kunden, den Konsumenten, oder, wie im Falle von John Fiske, einem

Hauptvertreter des semiotischen Paradigmas der Cultural Studies, das Publikum[27] in das Zentrum zu rücken versuchen. Angesichts der Differenzen im intellektuellen Stil und in den politischen Konnotationen sprechen diese Populismen zweifelsohne Gruppen in unterschiedlichen Regionen des sozialen Raumes an. Solche und andere Theorien, wie bestimmte Spielarten der Kultursoziologie, sind neben den rein ökonomistischen Theorien in die Ausbildungsprogramme von Kulturvermittlern, Kulturmanagern implementiert.

Die Annahme liegt nahe, dass es gerade das Zusammenwirken von apologetischen und kritischen Zugängen ist, das den zu beobachtenden durchschlagenden kulturpolitischen Erfolg der Konsumenten- und Publikumsorientierung erklären kann. Vor nunmehr rund 40 Jahren schrieb Adorno unter Bedingungen, in denen die Kulturindustrie noch schwach entwickelt und die Kunden- und Publikumsorientierung der Kultureinrichtungen noch vergleichsweise bescheiden war: "Der Kunde ist nicht, wie die Kulturindustrie glauben machen möchte, König, nicht ihr Subjekt, sondern ihr Objekt."[28] Nachdem über Jahre und Jahrzehnte ein immenses Maß an Energie in die Dekonstruktion des Autors bzw. Produzenten und in die Aufwertung des Kunden, des Konsumenten und des Publikums investiert wurde, erscheint es heute angebracht, zumindest einen Teil dieser Energie in die Dekonstruktion des Rezipienten einzubringen, durchaus in Verbindung mit einer strategischen Aufwertung des kulturellen Produzenten, in formaler Anlehnung an die Idee des "strategischen Essentialismus".

---

[1] Barthes, Roland, Der Tod des Autors. In: Texte zur Theorie der Autorschaft, Stuttgart 2000 (1967), S. 185–193.

[2] Pommerehne, Werner / Frey, Bruno, S., Musen und Märkte. Ansätze einer Ökonomik der Kunst. München 1993, S. 7-9.

[3] Adorno, Theodor W., Resumé über Kulturindustrie. In: Pias, Claus u. a. (Hg.), Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart 2000 (1963), S. 202–208.

[4] Vgl. Bourdieu, Pierre, Über das Fernsehen. Fft. / Main 1998, S. 88f.

[5] Heilbroner, Robert / Thurow, Lester, Economics Explained. New York u. a. 1994, S. 196.

[6] Vgl. z. B. Braudel, Fernand, Sozialgeschichte des 15. bis 18. Jahrhunderts. Aufbruch zur Weltwirtschaft. München 1986.

[7] Vgl. Etzioni, Amitai, Die faire Gesellschaft. Fft. / Main, 1996, S. 338ff.

[8] "In dem Übergang von der Kontrolle zur Selbstkontrolle und in der Veräußerlichung der ehemals von der Organisation getragenen Kontrollkosten auf die Beschäftigten und die Kunden (können) die charakteristischsten Züge der Managemententwicklung der letzten dreißig Jahre gesehen werden." Boltanski, Luc / Chiapello, Eve, Der neue Geist des Kapitalismus. Konstanz 2003, S. 122.

[9] Bröckling, Ulrich, Krasmann, Susanne, Lemke, Thomas (Hg.), Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. Fft. / Main 2000, S. 32.

[10] Vgl. Chiapello, Eve, L'influence des facteurs idéologiques sur la gestion des organisations culturelles – une comparaison France-

Angleterre à la lumière des années Thatcher. Jouy-en- Josas 1993, S. 45ff..

[11] Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg, 16. Wahlperiode, Drucksache/1537, 13. 10. 1998, S. 2.

[12] Vgl. Boltanksi, Luc / Thevenot, Laurent, De la justification. Economies de grandeur. Paris 1991, S. 32ff. Zur Anwendung dieses Modells auf kulturpolitische Fragen vgl. Chiapello, Eve, L'influence des facteurs ideologiques sur la gestion des organisations culturelles – une comparaison France-Angleterre à la lumieére des années Thatcher. Jouy-en- Josas 1993.

[13] Zu einer elaborierten neoliberalen Position zur Publikumsorientierung vgl. Banfield, Edward, The Democratic Muse. New York 1984, S. 92ff.

[14] Bürgerschaft, 1998, a. a. O., Fußnote 11, S. 43.

[15] Vgl. Gretzschel, Matthias, Schieflage bei den Museen dramatisch. Hamburger Abendblatt, 15. 4. 2003.

[16] Der historische Antagonismus von Kunst und Ökonomie wird besonders betont von Bourdieu, Pierre, Die Regeln der Kunst. Fft. / Main, S. 198. Ähnliche Befunde wie in Hamburg wurden zuvor in Befragungen in Wien (1993) und danach in Paris (1995) erzielt. Die Ergebnisse konvergieren mit Befunden wie z. B. denen der Studie von Chiapello, Eve, Artistes vs. Managers. Paris 1998, die sich nicht auf survey-Daten stützt.

[17] "Kunst für Kunden". Gespräch von Tobias Müller mit Franco Barnabé, dem "Manager an der Spitze der Biennale", Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 8. 6. 2003, S. 37.

[18] Ebd.

[19] vgl. von Osten, Marion (Hg.), Norm der Abweichung. Wien / New York 2003.

[20] Zur theoretischen und politischen Einordnung und Einschätzung dieser Studie vgl. Bidet, Jacques, L'esprit du capitalisme. Questions à Luc Boltanski et Eve Chiapello. In: Lojkine, Jean (Hg.), Les sociologies critiques du capitalisme. Paris 2002, S. 215–233. Potthast, Jörg, Der Kapitalismus ist kritisierbar. Le nouvel esprit du capitalisme und das Forschungsprogramm der "Soziologie der Kritik". Berliner Zeitschrift für Soziologie, Heft 4 2001, S. 551–556.

[21] Vgl. Weber, Max, Soziologie, Weltgeschichtliche Analysen, Politik. Stuttgart 1968, S. 314ff. Collins, Randall, Max Weber. The Prostestantic Ethic. Beverly Hills - London- New Delhi, 1986, S. 48ff.

[22] Vgl. Stuart Hall, Der Thatcherismus und die Theoretiker. In: Stuart Hall, Ausgewählte Schriften. Ideologie, Kultur, Medien, Neue Rechte, Rassismus. Hamburg 1989, S. 108-153.

[23] Vgl. Boltanski, Luc, Bezichtigung und Selbstdarstellung: Die Kunst, ein normales Opfer zu sein. In: Hahn, Alois / Kapp, Volker (Hg.), Selbstthematisierung und Selbstzeugnis: Bekenntnis und Geständnis. Ff. / Main 1987, S. 149-169; Boltanski, Luc, L'amour et la justice comme compétences. Paris 1990.

[24] Vgl. Becker, Howard, Art Worlds. London 1981.

[25] Willis, Paul, Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur. Hamburg 1991, S. 36f.

[26] McGuigan, Jim, Cultural Populism Revisited. In: M. Ferguson / P. Golding (Hg.), Cultural Studies in Question. London u. a. 1997, S. 138ff.

[27] Vgl. Fiske, John, Understanding Popular Culture. London / New York, 1990, S. 26ff.

[28] Adorno, Theodor W., 2000 (1963), a. a. O., S. 202.