

Sabine Horst

## Versuch, den populären Film zu verstehen Kino, Kritik und Kulturindustrie heute

Die *Dialektik der Aufklärung* und die Thesen über *Aufklärung als Massenbetrug* sind ziemlich genau in der Mitte jener Ära erschienen, die wir jetzt als Jahrhundert des Films feiern. War für Max Horkheimer und Theodor W. Adorno das seinerzeit noch relativ junge, in seiner Warenform aber schon vollständig entwickelte Kino das Medium, in dem sich die kulturindustriellen Tendenzen zur »totalen Integration« des Individuums am reinsten verkörperten, so sind wir inzwischen geneigt, mit dem klassischen Tonfilm nachsichtiger zu verfahren: als Menetekel scheinen die flackernden Bilder auf der Leinwand nicht mehr zu taugen. Allenthalben ist von der Krise des Kinos die Rede, die Medienforscher und »Kommunikationsdesigner« der neunziger Jahre betrachten es als Auslaufmodell, und angesichts der neuen technischen Ausdifferenzierung der Bildmedien wirken die Strategien des Films, so wie er im Kino gezeigt wird, fast schon tröstlich durchschaubar. Ein Prozeß, den Horkheimer und Adorno selbst mit ihren Hinweisen auf den Film als »commercial system« und auf das Fernsehen andeutungsweise bezeichnet haben, ist inzwischen abgeschlossen: würden die »Gebrüder Warner« noch leben, so fänden sie sich allerdings in die »Position von Kammerspielern und Kulturkonservativen gedrängt«. Ihre Nachfolger, die »executives« der amerikanischen Produktionsfirmen, wehren sich vergeblich gegen die Einsicht, daß das, was sie herstellen, nurmehr ein Bestandteil im »Marketingmix« internationaler Mischkonzerne ist – ein Imageträger, der die Merchandising-Objekte, die CD-ROM, das Computerspiel verkauft oder gar einem gänzlich fachfremden Unternehmen zu einem Hauch von kulturellem Glanz verhilft.

Vielleicht aber läßt sich gerade vor dem Hintergrund dieser historischen Erfahrung der Film als kulturindustrielles »Leitmedium« im Sinne der Thesen von Horkheimer und Adorno be-