

Theodor W. Adorno

Résumé o kulturním průmyslu

Výraz kulturní průmysl byl patrně poprvé použit v knize ›Dialektik der Aufklärung‹ (Dialektika osvícenství), kterou jsme s Horkheimerem vydali roku 1947 v Amsterdamu. V našich náčrtech byla řeč o masové kultuře. Výraz jsme nahradili „kulturním průmyslem“ proto, abychom předem zabránili výkladu, který je příjemný obhájčům věci: že se jedná o něco jako o kulturu spontánně vycházející z mas, o současnou podobu lidového umění. Od něj se kulturní průmysl propastně liší. Do nové kvality spojuje to, co je dávno běžné. Ve všech jeho odvětvích jsou více či méně plánovitě vyráběny produkty, které jsou střiženy na masový konzum a samy tento konzum v široké míře určují. Jednotlivá odvětví mají shodnou strukturu, nebo přinejmenším do sebe navzájem zapadají. Jsou uspořádány do systému, v němž se nenajde téměř ani skulinka. To jim umožňuje právě tak dnešní technické prostředky jako koncentrace hospodářství a správy. Kulturní průmysl je záměrnou integrací svých zákazníků shora. Nuceně také sblíží po tisíciletí oddělené sféry vysokého a nízkého umění. Ke škodě obou. Vysoké umění přichází spekulací na efekt o svoji vážnost; nízké umění je civilizačním spoutáním připraveno o divoký vzdor, který mu byl vlastní, dokud nebyla společenská kontrola totální. Protože kulturní průmysl přitom nepopíratelně spekuluje se stavem vědomí a nevědomí milionů, k nimž se obrací, masy pro něj nejsou něčím primárním, nýbrž sekundárním, zakalkulovaným; přívěškem mašinerie. Zákazník není, jak by mu kulturní průmysl rád namluvil, jeho králem, subjektem, nýbrž je jeho objektem. Výraz masová média, který se pro kulturní průmysl zaužíval, již posouvá akcent nevinným směrem. Na prvním místě nejde ani o masy ani o techniky komunikace jako takové, nýbrž o ducha, jenž je jim vdechován, o hlas jejich pána. Kulturní průmysl zneužívá ohledu k masám k tomu, aby zdvojoval, upevňoval a posiloval jejich mentalitu, o níž se předpokládá, že je daná a neproměnná. Je naprosto vyloučeno cokoliv, co by mohlo tuto mentalitu změnit. Masy nejsou mírou, nýbrž ideologií kulturního průmyslu, jakkoliv málo by mohl existovat, pokud by se masám nepřizpůsoboval.

Jak konstatovali Brecht a Suhrkamp již před třiceti lety, průmyslové kulturní zboží se řídí principem svého zhodnocení, nikoliv vlastním obsahem a jeho adekvátním ztvárněním. Celá praxe kulturního průmyslu prostě přenáší motiv zisku na duchovní výtvoř. Nebyl jim zcela cizí již od té doby, kdy začaly svým autorům na trhu obstarávat živobytí. Profit však sledovaly jen zprostředkovaně, svým autonomním bytím. Nový je na kulturním průmyslu bezprostřední a neskrývaný primát efektu, který je v jeho nejtypičtějším produktech přesně propočítán. Autonomie uměleckých děl, která samozřejmě nikdy nevládla v čisté podobě a vždy byla prostoupena souvislostmi působení, je kulturním průmyslem postupně odstraňována bez ohledu na vědomou vůli těch, kdo jí disponují. K nim patří jak prováděcí orgány, tak držitelé moci, kteří v hospodářsky nejrozvinutějších zemích hledají či hledali nové možnosti zhodnocení kapitálu. Ty staré jsou stále překérnější díky stejnému procesu koncentrace, který sám teprve umožnil vznik kulturního průmyslu jako všudypřítomné instituce. Kultura, která v souladu se svým vlastním smyslem nebyla lidem jen po vůli, nýbrž vždy také protestovala proti rigidním poměrům, ve kterých lidé žijí, a tím lidí ctíla, je do rigidních poměrů včleňována, protože se jim zcela přizpůsobuje. Tak lidí ponižuje ještě jednou. Duchovní výtvoř kulturně průmyslového stylu už nejsou *také* zbožím, nýbrž jsou jim skrz naskrz. Tento kvantitativní posun je tak velký, že vyvolává zcela nové fenomény. Kulturní průmysl už konec konců ani nemusí všude přímo sledovat zájmy zisku, z nichž vyšel. Zpředmětnily se v jeho ideologii a tu a tam se osamostatnily od nutnosti prodávat kulturní zboží, které beztak musí být polykáno.

Kulturní průmysl se proměňuje v public relations, ve vytváření good will vůbec, a to bez ohledu na konkrétní firmy nebo objekty prodeje. Na člověka přenáší všeobecný nekritický souhlas a dělá reklamu světu tak, jako je svou vlastní reklamou každý kulturně průmyslový produkt.

Přitom jsou však zachovány rysy, které poprvé přinesla proměna literatury ve zboží. Pokud má vůbec něco na světě svou ontologii, pak je to kulturní průmysl se svou kostrou ztrnule konzervovaných základních kategorií, které lze odečíst například na komerčním anglickém románu konce sedmnáctého a počátku osmnáctého století. To, co v kulturním průmyslu vystupuje jako pokrok, jako ono neustále nové, jež nabízí, zůstává převlekem stále stejného; střídání všude jen zakrývá skelet, na němž se změnilo stejně málo jako na motivu zisku samém od té doby, kdy získal nadvládu nad kulturou.

Výraz průmysl přitom nelze brát doslova. Vztahuje se na standardizaci věci samotné – například westernu, který je běžný každému návštěvníku kina – a na racionalizaci technik šíření, nikoliv však, přísně vzato, na výrobní proces. Zatímco v centrálním sektoru kulturního průmyslu, ve filmu, se výrobní proces podobá technickým postupům díky rozsáhlé dělbě práce, využití strojů a oddělení pracujících od výrobních prostředků – toto oddělení se projevuje ve věčném konfliktu mezi umělci působícími v kulturním průmyslu a těmi, kdo disponují rozhodovacími pravomocemi – jsou vedle toho zachovány i individuální formy produkce. Každý produkt se vydává za individuální; individualita sama se hodí k posílení ideologie, neboť budí dojem, že vše zvěcnělé a zprostředkované je útočištěm bezprostřednosti a života. Kulturní průmysl spočívá stejně jako dříve ve „službách“ třetích osob a zachovává si afinitu k zastarávajícímu procesu cirkulace kapitálu, k obchodu, z něž se vyvinul. Jeho ideologie přednostně využívá star-systému vypůjčeného od individualistického umění a jeho komerční exploatace. Čím odlišnější je provoz a obsah kulturního průmyslu, tím snaživěji a úspěšněji propaguje údajné velké osobnosti a operuje s tóny citu. Industriální je spíše ve smyslu sociologicky mnohokrát pozorovaného přibližování průmyslovým organizačním formám, které probíhá i tam, kde se nevyrábí – připomeňme racionalizaci provozu úřadů, než že by se v hudebním průmyslu skutečně a technologicky racionálně vyrábělo. Proto zde také dochází ke značným chybným investicím, které přivádějí jeho jednotlivá odvětví, stále předstihovaná novějšími technikami, do krizí, které zřídka vedou k lepšímu.

Jen podle svého jména se shoduje pojem techniky v kulturním průmyslu a v uměleckých dílech. V uměleckých dílech se vztahuje na organizaci věci v sobě samé, na její vnitřní logiku. Naproti tomu kulturně průmyslová technika, jež je předně technikou šíření a mechanické reprodukce, zůstává proto zároveň vždy své věci vnější. Ideologickou oporu má kulturní průmysl právě v tom, že se ve svých produktech starostlivě chrání plných důsledků vlastních technik. Takřka paraziticky žije z mimoumělecké techniky materiální výroby statků, aniž by dbal závazku, který představuje její věcnost pro vnitřní uměleckou tvářnost, ale také bez ohledu na formový zákon estetické autonomie. Výsledkem je pro kulturní průmysl bytostná směs streamlining, fotografické ostrosti a přesnosti na jedné a individualistických pozůstatků, nálady a předem připravené, již racionálně disponované romantiky na druhé straně. Přijmeme-li Benjaminovo vymezení tradičního uměleckého díla auru, přítomností nepřítomného, pak je kulturní průmysl definován tím, že proti auratickému principu nestaví něco striktně protikladného, nýbrž tím, že odumírající auru konzervuje jako zamlžující opar. Tím se sám bezprostředně usvědčuje ze své ideologické obludnosti.

Mezi činiteli kulturní politiky i sociology se stalo běžným, že s poukazem na velkou důležitost kulturního průmyslu pro vzdělávání vědomí jeho konzumentů varují před tím, abychom jej nepodceňovali. Prý bychom jej

měli brát bez vzdělanecké pýchy vážně. Kulturní průmysl je skutečně důležitým momentem dnes panujícího ducha. Byl by naivní, kdo by chtěl ze skepse vůči tomu, co do lidí láduje, ignorovat jeho vliv. Napomínání, abychom jej brali vážně, je však dvojznačné. Kvůli sociální roli kulturního průmyslu jsou potlačovány nepříjemné otázky po jeho kvalitě, po pravdivosti či nepravdivosti, po estetické úrovni zprostředkovaného, nebo jsou přinejmenším vylučovány z takzvané sociologie komunikace. Kritikům se vyčítá, že se opevňují v arogantní esoterice. Nejprve je třeba vyznačit nepozorovaně se ukrádající dvojí smysl významnosti. Funkce nějaké věci, i kdyby se dotýkala života nespočetných lidí, není zárukou její vlastní úrovně. Směšování estetická a jeho komunikativního výstupu neuvádí umění jako společenský fenomén zpět na pravou míru vzhledem k údajně umělecké pýše, nýbrž namnoze slouží obhajobě toho, co je ve svém společenském dopadu zhoubné. Důležitost kulturního průmyslu v duševní ekonomii mas neosvobozuje, a už vůbec ne vědu, která se tváří pragmaticky, od toho, abychom přemýšleli o jeho objektivní legitimitě, o jeho „An sich“, „o sobě“; spíš naopak, právě k tomu nutí. Brát kulturní průmysl tak vážně, jak to odpovídá jeho nepochybné roli, znamená brát jej vážně kriticky a nehrbit se před jeho monopolem.

Mezi intelektuály, kteří se s tímto fenoménem chtějí vyrovnat a kteří se pokoušejí do jedné formule sloučit své výhrady vůči věci a respekt před její mocí, je běžný, pokud už rovnou nedělají z nastartované regrese nový mýtus dvacátého století, tón ironické shovívavosti. Každý přece ví, jak se to s tím vším má, s ilustrovanými romány a konfekčními filmy, s rodinnými televizními hrami vyválcovanými do celých seriálů a hitparádami, s tiskovými sloupky poradenství ve věcech duševních a horoskopy. To vše je přeci neškodné a nadmíru demokratické, neboť to odpovídá právě oživené poptávce. Také to prý podporuje všemožná pozhánání, například šíření informací, rad a rekreačních vzorů chování. Ovšem jak ukáže každá sociologická studie o něčem tak elementárním, jako je stav politické informovanosti, informace jsou chudé nebo lhotejné, rady, které lze vyčíst z kulturně průmyslových manifestací, banálně nicneřikající nebo ještě horší; vzory chování nestydatě konformistické.

Prolhaná ironie se ve vztahu ke kulturnímu průmyslu zdaleka neomezuje na krotce beránčí intelektuály. Lze se domnívat, že vědomí konzumentů samých je rozpolceno mezi předpisový špás, který jim přiděluje kulturní průmysl, a příliš neskrývané pochybnosti o jeho pozhánání. Věta, která říká, že svět chce být klamán, se stala pravdivější, než jí bylo kdykoliv míněno. Nejen že lidé skáčí, jak se říká, na špek, když jim nabízí byt' i letmou gratifikaci; chtějí dokonce švindl, který sami prohlédnou; křečovitě přivírají oči a v jakémsi pohrdání sebou samými přitakají tomu, co na ně dopadá a o čem vědí, proč je to vyrobeno. Tuší, aniž si to přiznají, že život se pro ně stane zcela nesnesitelným, pokud se nebudou pevně držet uspokojení, která žádnými uspokojeními nejsou.

Dnešní nejnáročnější obrana kulturního průmyslu oslavuje jeho ducha, jehož lze klidně nazvat ideologií, jako faktor řádu. Prý dává lidem v údajně chaotickém světě cosi jako orientační měřítko, a to samo o sobě je již chvályhodné. To, co je kulturním průmyslem domněle zachováno, jím je ve skutečnosti tím důkladněji ničeno. Barevný film demoluje starý útulný hostinec důkladněji, než to dokázaly bomby: vymýtí i jeho imago. Žádná vlast nepřežije své zpracování ve filmech, které ji velebí, a vše nezaměnitelné stráví na uniformní stejnost.

To, co vůbec mohlo být bez frází nazýváno kulturou, chtělo jako výraz utrpení a rozporu zachovat ideu řádného života, nikoliv zobrazovat pouhou existenci a konvenční, již nezávazné kategorie řádu, jimiž ji zdobí kulturní průmysl, jako by to byl řádný život a ony kategorie jeho mírou. Odvětili na to jeho obhájci, že kulturní průmysl

přeci nedodává žádné umění, tak je i to ideologií, která by se chtěla vyhnout zodpovědnosti za to, z čeho žije byznys. Žádná hanebnost se nestává lepší tím, že se jako hanebnost deklaruje.

Nic neplatí odvolávání se na řád vůbec bez konkrétního určení, na šíření norem, aniž by se musely prokázat ve věci samé či před vědomím. Objektivně závazný řád, tak, jak se lidem namlouvá, poněvadž jim prý chybí, nemá žádné oprávnění, pokud ho neprokáže v sobě a před lidmi, a právě do toho se žádný kulturněprůmyslový produkt nepouští. Pojmy řádu, které kulturní průmysl vtluoká, jsou pojmy statu quo. Jsou podsouvány nekriticky, neanalyzovaně a nedialekticky, i když už nejsou substanciální pro nikoho z těch, kteří si je nechávají líbit. Kategorický imperativ kulturního průmyslu nemá, na rozdíl od kantovského, se svobodou nic společného. Zní: musíš se podrobit bez udání čemu; podrobit tomu, co tak jako tak je, a tomu, co si všichni jako odraz moci a všudypřítomnosti téhož tak jako tak myslí. Přizpůsobení nastupuje díky ideologii kulturního průmyslu namísto vědomí: řád, který z něj vychází, není nikdy konfrontován s tím, čím si nárokuje být, nebo s reálnými lidskými zájmy. Řád sám o sobě ovšem nepředstavuje nějaké dobro. Byl by jím jen tehdy, kdyby byl správný. Že se o to kulturní průmysl nestará a velebí řád in abstracto, svědčí jen o bezmoci a nepravdivosti poselství, která zprostředkovává. Zatímco si nárokuje roli vůdce bezradných a balamutí je konflikty, které mají zaměnit se svými vlastními, řeší konflikty jen zdánlivě, tak jako mohou být sotva vyřešeny v jejich vlastním životě.

V kulturněprůmyslových produktech se lidé dostávají do potíží jen proto, aby se z nich, většinou díky zástupcům předobrotivého kolektivu, znovu bez šrámů dostali ven a mohli v plané harmonii souhlasit s oním obecnem, jehož požadavky museli zprvu zakoušet jako neslučitelné se svými zájmy. K tomu vytvořil kulturní průmysl schémata, která zasahují i do oblastí pojmům vzdálených, jakou je zábavná hudba, v níž se také lze dostat do rytmických problémů, nazývaných „jam“, které se však hnedle vyřeší s triumfem pravidelného taktu.

Ani obránci kulturního průmyslu by však zřejmě otevřeně neodporovali Platónovi v tom, že to, co je objektivně o sobě nepravdivé, nemůže být ani subjektivně, pro člověka, dobré a pravdivé. To, co kulturní průmysl spřádá, nejsou návody k blaženému životu ani nové umění morální zodpovědnosti, nýbrž napomenutí k poslušnosti tomu, za čím stojí nejmocnější zájmy. Souhlas, který propaguje, posiluje slepou, temnou autoritu. Kdybychom poměřovali kulturní průmysl tak, jak odpovídá jeho postavení v realitě a jak předstírá, že požaduje, tedy nikoliv podle jeho vlastní substanciality a logiky, nýbrž podle jeho působení; kdybychom se vážně starali o to, nač se stále odvolává, bylo by třeba brát potenciál takového působení za dvojnásob závažný. Tím je ale podpora a vykořisťování slabosti Já, k níž současná společnost nahromaděním moci beztak odsuzuje své bezmocné příslušníky. Jejich vědomí se vrací do stále ranějších stádií. Ne nadarmo můžeme od cynických filmových producentů slyšet, že jejich filmy berou ohled na úroveň jedenáctiletých. Když tak činí, chtěli by nejraději z dospělých nadělat jedenáctileté.

Regresivní účinky jednotlivých kulturně průmyslových produktů dosud nebyly neotřesitelně prokázány exaktním výzkumem, experimentální postupy nadané fantazií by to však mohly dokázat lépe, než by bylo finančně silným interesentům příjemné. Bezpochyby se můžeme domnívat, že tichá voda břehy mele, a to dokonale, poněvadž systém kulturního průmyslu masy obkličuje, téměř nepřipouští možnost úniku a neustále do nich vtluoká stejná schémata chování. Pouze hluboce podvědomá nedůvěra mas, poslední residuum rozlišení umění a empirické skutečnosti v jejich duchu, vysvětluje, proč dávno nevidí a neakceptují svět úplně tak, jak jim ho kulturní průmysl předkládá. I kdyby byla jeho poselství tak nevinná, jak se předstírá – nespočetněkrát jsou nevinná stejně málo jako například filmy, které se již pouhou charakteristikou typů přidávají k dnes populárnímu honu na

intelektuály – postoj, který kulturní průmysl vyvolává, je všechno jiné, jen ne nevinný. To, že nějaký astrolog nabádá své čtenáře, aby v určitý den opatrně řídili své auto, samozřejmě nikomu neuškodí; zato však ohlupování, které se skrývá v nároku, že každodenně platná, a proto slabomyslná rada vyžadovala pokyn hvězd.

Lidská závislost a poslušnost, jež jsou útočištěm kulturního průmyslu, by sotva mohly být vystiženy věrněji než jedním americkým respondentem, který mínil, že bída této doby by skončila, kdyby lidé prostě následovali prominentní osobnosti. Náhradní uspokojení, které lidem kulturní průmysl připravuje, když vyvolává blažený pocit, že svět je právě v tom pořádku, který jim chce vsugerovat, je podvodem obírá o štěstí, které jim nalhává. Celkovým efektem kulturního průmyslu je anti-osvícenství; v něm se, jak jsme to popsali s Horkheimerem, stává osvícenství, totiž pokračující technické ovládní přírody, masovým podvodem, prostředkem ke spoutání vědomí. Brání formování autonomních, samostatných, vědomě usuzujících a rozhodujících se individuí. Ta jsou však předpokladem demokratické společnosti, která se může udržet a rozvíjet pouze mezi dospělými. Je-li masami jako masami shora neprávem opovrhováno, pak je to v neposlední řadě kulturní průmysl, který z nich masy dělá, pak jimi pohrdá a brání jim v emancipaci, pro kterou by lidé sami byli tak zralí, jak to dovolují produktivní síly doby.

Přeložil Mikuláš Bek