



Philosophisches Fragment

Adornos Albtraum: Der Influencer und die Geburt der Selbstware

von Timo Heidl (02.04.2026) | pfalzbote.de

In einer Welt, die sich als Höhepunkt individueller Freiheit und vernetzter Mündigkeit feiert, offenbart sich ein paradoxes Schauspiel: Nie zuvor hatten wir mehr Werkzeuge zur Information und Kommunikation, und nie zuvor schien das eigenständige Denken einer solchen Belagerung ausgesetzt zu sein. Die [Kritische Theorie](#) von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno liefert hierfür eine überaus aktuelle und treffende Diagnose. Beide analysierten die [Kulturindustrie](#) nicht als harmloses Vergnügungsgewerbe, sondern als ein totalitäres System im Gewand der [Freizeit](#). Ein System, das unser Bewusstsein standardisiert, unsere Wünsche verwaltet und jeden Widerstandsgedanken im Keim erstickt. Was aber, wenn dieses System seine perfektteste und persönlichste Verkörperung gefunden hat? Der zeitgenössische Influencer erscheint als die logische und zugleich radikale Vollendung von Adornos Albtraum: Seine vermeintliche Authentizität folgt den Regeln der Algorithmen, seine Individualität der Jagd nach Aufmerksamkeit, sein Content dem Prinzip der massentauglichen Wiederholung. Die sozialen Medien sind der Tempel dieses Systems: ein perfektes System, das weniger unseren Willen bricht, als vielmehr das leise Echo unserer eigenen, vorgefabrizierten Wünsche verstärkt.

Die Vernunft als Werkzeug und der Verlust des Sinns

Für Horkheimer und Adorno ist die „[instrumentelle Vernunft](#)“ ein zentraler Motor der Kulturindustrie. Sie bewertet alles, auch Den-

ken, Kunst und zwischenmenschliche Beziehungen, nach ihrem Nutzen und ihrer Verwertbarkeit. Der Influencer lebt diese Logik bis ins Private hinein: Nicht nur seine Inhalte, sondern auch seine Gefühle, Beziehungen und seine eigene Persönlichkeit werden in messbare Einheiten zerlegt: „Likes“, „Reichweite“, „Konversion-Rate“. Was bei Adorno noch die standardisierte **Kulturware** war, wird hier zur standardisierten **Selbstware**. Die Vernunft, die eigentlich der Befreiung dienen sollte, wird zum bloßen Werkzeug der Selbstvermarktung; die tragische Selbstzerstörung der Aufklärung, wie Horkheimer und Adorno sie in der „[Dialektik der Aufklärung](#)“ beschrieben.

Die Inszenierung von Arbeit und Echtheit

Adorno hätte den technischen und darstellerischen Aufwand, den der Influencer betreibt als bloßen Arbeitsschein interpretiert, der die Aufmerksamkeit vom Wesentlichen abzieht. Echte Arbeit ist in der Kritischen Theorie nämlich untrennbar mit dem Ringen um Erkenntnis, der Kritik des Falschen und dem oft schmerzhaften Prozess der Selbstreflexion verbunden. Genau diesen Prozess umgeht der Influencer. Sein Tun ist reaktiv und verstärkend; es schafft nichts wirklich Neues, sondern verwaltet und wiederholt nur, was schon da ist. So bestätigt es die Menschen in dem, was sie ohnehin schon sind, wie Adorno und Horkheimer schrieben. Seine Mühe gilt nicht der Geburt eines Gedankens, sondern der Pflege des Scheins, der Jagd nach dem flüchtigen Schatten namens Aufmerksamkeit. Seine Tätigkeit erschöpft sich in der geschickten Imitation dessen, was Beifall findet. Seine performative Authentizität ist die am besten einstudierte Lüge, sein Inhalt der Abfall vom Tisch der geistig Hungernden.

Das Verschwinden des Neuen und die Herrschaft des Immergleichen

In der „Dialektik der Aufklärung“ beschreiben Horkheimer und Adorno zudem, wie die Kulturindustrie das „Andere“, das Fremde und wahrhaft Neue systematisch ausschließt. Der Influencer setzt dieses Prinzip in der digitalen Welt um: Seine Anpassung an Algorithmen und die

Jagd nach Trends sorgen dafür, dass alles Unterschiedliche nur als oberflächliche Abwandlung des Immergleichen erscheint. Selbst vermeintliche Tabubrüche oder kontroverse Positionen folgen oft nur vorhersehbaren Skripten, die Aufmerksamkeit garantieren. Der wirklich andere Gedanke, der sich nicht der Logik der Viralität unterwirft, hat in diesem System keinen Platz. So wird, wie Adorno es fürchtete, das „ganz Andere“ zum bloßen Marketing-Begriff degradiert.

Die Auflösung des Individuums in der Masse

Der Influencer betreibt die Auflösung des Einzelnen unter dem Vorzeichen seiner eigenen Inszenierung. Während er seine Einzigartigkeit und persönliche „Marke“ feiert, unterwirft er sich vollständig dem Diktat der „Likes“, der Trendanalysen und des Herdentriebs. Diese intellektuelle Bequemlichkeit ist für Adorno die logische Folge eines Systems, das Anpassung belohnt und abweichendes Denken bestraft. Der Influencer muss nicht „gegen den Strom schwimmen“, weil der Strom (der Algorithmus) längst vorgegeben hat, was Erfolg haben wird. Seine vermeintliche Kreativität besteht in der geschickten Anpassung an vorgefertigte Formate, nicht in ihrem Durchbrechen. So führt der Herdentrieb zu einer perfekten, aber unfreien Konformität, während eigenständiges Denken in der Oberflächlichkeit der digitalen Welt untergeht.

Die Steuerung unserer Wünsche

Horkheimer und Adorno zeigten, wie die Kulturindustrie nicht nur Bedürfnisse befriedigt, sondern sie überhaupt erst erzeugt und lenkt. Der Influencer perfektioniert diese „Verwaltung des Begehrens“. Durch ständige Präsenz, Storytelling und scheinbar persönliche Interaktion weckt er Mangelgefühle (FOMO: die Angst, etwas zu verpassen) und schafft neue, künstliche Bedürfnisse; nach einem bestimmten Lifestyle, einem Produkt oder auch einer politischen Haltung. Die kritische Frage, ob diese Bedürfnisse den eigenen wahren Interessen

entsprechen, wird ersetzt durch den Sog der Identifikation und den Druck, dazuzugehören. So wird der Wunsch nach Selbstverwirklichung zum Instrument der Kontrolle.

Der Verlust von Selbstständigkeit und Urteilskraft

Die eigentliche Katastrophe liegt für Adorno jedoch in der Wirkung auf das Publikum. Die Kulturindustrie erzeugt nicht nur standardisierte Ware, sondern auch standardisierte Gewohnheiten im Konsum. Das Publikum der Influencer verharret in passiver Gefolgschaft; es konsumiert nicht kritisch, sondern sucht Identifikation. Die vorge-täuschte Nähe und Vertrautheit ersetzt das distanzierte Nachdenken. Die Filterblase, in der dieses Spiel stattfindet, ist kein technischer Unfall, sondern der ideale Lebensraum der Kulturindustrie: ein Raum, in dem Widerspruch ausgeschlossen ist und die eigene Meinung nur als Echo der vorherrschenden Stimmung erlebt wird. Das zementiert die Unfähigkeit, selbst zu denken: jenen Zustand der Unmündigkeit, den Adorno als größtes Hindernis für eine befreite Gesellschaft sah. Sie glauben, einem Führer zu folgen, doch sie folgen nur ihrem eigenen verkleinerten Abbild in der Kammer der Selbstbezüglichkeit.

Das Ende der Innerlichkeit

In den „[Minima Moralia](#)“ schreibt Adorno melancholisch über den Verlust der Innerlichkeit im Spätkapitalismus. Der Influencer besiegelt deren endgültiges Ende: Das Private, das einst (zumindest in der Idee) ein Schutzraum vor der totalen Vermarktung war, wird zur Bühne. Intimität, Schwäche, Selbstzweifel, die traditionell Stoff für Reflexion und das authentische Selbst sind, werden zu inszenierbaren Content-Kategorien. Was bleibt, ist keine Innerlichkeit mehr, sondern ein Innenarchitektur des Selbst, kuratiert für die Außenwirkung. Diese „Enteignung der Subjektivität“ ist total: Das Selbst hat kein „Außen“ mehr, von dem aus es Widerstand leisten könnte.

Vom aufmerksamen Hören zum starren Scrollen

Adorno analysierte in seinen Schriften zur Musik und zum Rundfunk den Verfall des Hörens, den er als Verlust einer aktiven, konzentrierten Wahrnehmung zugunsten eines zerstreuten, passiven Aufnehmens beschrieb. Die Influencer-Kultur vollzieht einen ähnlichen Verfall des Sehens. Der endlose, automatische Strom des Scrollens trainiert ein sprunghaftes, oberflächliches, urteilsloses Hinsehen. Die komplexe, in der Zeit sich entfaltende Argumentation (wie in einem Text oder einem längeren Musikstück) wird unmöglich. Die Welt wird zur Abfolge von visuellen Reizen und emotionalen Schnipseln, die keine eigene Logik mehr haben außer der der Plattform-Ökonomie. Die Fähigkeit zur vertieften Betrachtung, zum geduldigen Eindringen in einen Gegenstand, die eine Voraussetzung für Urteilsfähigkeit ist, verkümmert.

Freiheit wird zu ihrem Gegenteil

Die vielleicht bitterste Einsicht ist, dass das Influencer-Dasein als Inbegriff moderner Selbstverwirklichung und Freiheit vermarktet wird, während es in Wahrheit deren radikale Verdrehung ist. Die ständige Selbstvermarktung, die Abhängigkeit von fremder Bestätigung und die Unterwerfung unter die Sachzwänge der Plattform-Ökonomie sind das Gegenteil von Selbstbestimmung. Die Freiheit, immer und überall Inhalte produzieren zu können, erweist sich als neue Form der totalen Verfügbarkeit und Selbstentfremdung.

Der trügerische Trost und das blockierte Glück

Für Adorno war die Kulturindustrie nicht einfach Unterdrückung, sondern ein falscher Trost. Sie verspricht Erfüllung und Glück, liefert aber nur kurzfristige Ablenkung, die die eigentliche Unzufriedenheit stabilisiert. Der Influencer ist der persönliche Anbieter dieses trügerischen Trostes. Seine Erfolgsgeschichten, sein vorgeblich perfektes Leben, seine vermeintliche Gemeinschaft wecken falsche Hoff-

nungen und das Gefühl der Teilhabe („Du kannst das auch!“). Doch dieses Versprechen ist zynisch, denn es macht systemische Probleme (wie Unsicherheit oder Sinnverlust) zu individuellen Problemen und legt die Lösung in die Anpassung an genau das System, das die Probleme verursacht. Es blockiert damit den kollektiven, politischen Impuls zur wirklichen Veränderung, den Adorno als einzig möglichen Weg zu wahrer Erfüllung sah. Die harte Arbeit, die zu wahrer Freiheit führt, nämlich die Arbeit am Selbst, am Denken, an einem qualitativ hochwertigen Werk, wird durch eine ermüdende Tretmühle der Selbstinszenierung ersetzt, die in die geistige Unfreiheit führt. Es ist das müde Spiel jener, die glauben, das Glück erfunden zu haben, während sie im Kreis um das goldene Kalb der Beliebtheit tanzen.

Das laute Echo der Stille

In der digitalen Sphäre der Influencer geht es zudem nicht um Wahrheit oder Qualität, sondern um das laute Echo der eigenen Angst vor der Stille und dem Alleinsein. Adorno würde hier die Flucht vor der [Kontemplation](#) sehen, vor dem einsamen, unbequemen Nachdenken, das allein zu Erkenntnis führen kann. Die Kulturindustrie bietet mit dem Influencer-Markt als ihrem digitalen Vollstreckungsorgan einen betäubenden Lärm an, der jene Stille übertönt, in der die Frage nach dem richtigen Leben aufkommen könnte. Tiefe wäre der Untergang dieses Systems! Denn in der Tiefe wartet die Einsamkeit, das Urteil ohne Applaus, der Gedanke, der noch niemandem gefiel. Diese Betriebsamkeit mag anstrengend sein, aber sie ist die Anstrengung der Flucht, nicht die Mühe der Befreiung. So dreht sich das Karussell der Lebensverneinung: leerer Lärm, bedeutungslose Bindung, Arbeit ohne Werk, Mühe ohne Wachstum. In diesem Sinne wäre der Influencer für Adorno nicht nur eine Spätform des Spätkapitalismus, sondern ein symptomatischer Agent der Verhinderung von Mündigkeit, und damit ein Hindernis auf dem Weg zu einer Gesellschaft, die mehr wäre als die Summe ihrer „Likes“.

Die Quintessenz

Wo die Kulturindustrie einst anonyme Massenware produzierte, schafft sie heute standardisierte Selbstware. Der Influencer lebt die instrumentelle Vernunft bis in die Intimsphäre hinein, verwandelt Gefühle und Gedanken in messbare Kennzahlen und inszeniert Authentizität als profitabelste aller Lügen. Seine vermeintliche Kreativität ist oft nur die geschickte Anpassung an algorithmische Vorgaben, seine Freiheit die totale Verfügbarkeit, sein Erfolg der trügerische Trost für einen kollektiven Sinnverlust. Die Welt der Influencer ist nicht einfach ein neues Phänomen der Digitalisierung, sondern der digitale Tempel der Kulturindustrie. In ihm verdichten sich alle von Horkheimer und Adorno beschriebenen Mechanismen: die Herrschaft des Immergleichen, die Auflösung des Individuums, die Steuerung des Begehrens und vor allem die systematische Untergrabung von Urteilskraft und Mündigkeit. Der Albtraum ist perfekt: Die Inszenierung der Freiheit hat uns zu willfährigen Komplizen unserer eigenen Unfreiheit gemacht. Was als Triumph des individuellen Ausdrucks gefeiert wird, erweist sich so als dessen endgültige Kapitulation vor der Logik der Ware.

Literaturverzeichnis

Adorno, Theodor, W.; Horkheimer, Max (2013): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. 21. Aufl.; Frankfurt am Main: Fischer Verlag GmbH.

Adorno, Theodor W. (2003): Minima Moralia. Reflexionen aus dem beschädigten Leben. 20. Aufl.; Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag GmbH.

Schwandt, Michael (2010): Kritische Theorie. Eine Einführung. 2. Aufl.; Stuttgart: Schmetterling Verlag GmbH.