

# Kulturindustrie

Max Horkheimer und Theodor W. Adorno untersuchen die Massenmedien vor dem Hintergrund zweier Erfahrungen: der Propagandamaschinerie der Nationalsozialisten, die erstmalig Film vor allem aber Radio für ihre Zwecke eingesetzt hatten, und der amerikanischen „popular culture“. Sie formulierten die Theorie der Kulturindustrie vor allem in dem Kapitel „Kulturindustrie – Aufklärung als Massenbetrug“ in ihrem Buch „Dialektik der Aufklärung“, das 1944 im Exil in Los Angeles entstanden ist. Darin bestimmen sie die Massenmedien im Spannungsfeld zwischen Individuum und Gesellschaft und verbinden psychoanalytische Theorie und Kapitalismuskritik als die beiden wichtigsten Theoriestränge zur Erklärung der Funktionsweise der Medien. Die Freudsche psychoanalytische Theorie dient als Scharnierelement sozial- und geisteswissenschaftlicher Forschung, sie ist das Werkzeug, um zu zeigen, dass das Unbewusste im Fadenkreuz der Medien und ihrer Produkte liegt. Der Begriff „Kulturindustrie“ deutet darauf hin, dass sämtliche Kultur sich an industrielle Organisationsformen anpasst, deren Grundprinzipien die des kapitalistischen Wirtschaftssystems sind. Die politischen Gegensätze (Ausbeutung, Klassengegensätze, Entfremdung) werden in den ästhetischen Gegenständen in Formen der kapitalistischen Produktionsweise ausgedrückt, als dessen Inbegriff den Autoren der Fließbandrhythmus bei der Stahlproduktion galt. Es entsteht so ein „Verblendungszusammenhang“, der in sich totalitär ist und keine Kritik zulässt. Selbst das Bewusste und Unbewusste werden industrialisiert, standardisiert, konform gemacht. Die Konsumenten mit ihren unterdrückten Wünschen verfallen widerstandslos den Waren, den angebotenen kulturellen Modellen und Moden. Das Heimtückische des Systems ist die Tatsache, dass man die (Arbeits-)Welt, aus der man fliehen will, im Kulturbetrieb (im Kino, im Radio, später im Fernsehen) wiederfindet. Die automatisierten, das Menschliche verachtende Vorgänge an der Maschine, im Büro, am Arbeitsplatz, die Abfolge genormter Verrichtungen und stereotyper Begegnungen vollziehen sich genau so auch in den Produkten der so genannten Traumfabrik bzw. in den Organen des Amüsierbetriebs. Denken, Fühlen, Sprache, Gestik, alles funktioniert nach dem vorgegebenen Schema der Kulturindustrie. Kulturelle Identität wird damit zur industriellen Fertigware - wenngleich Untersuchungen zur globalisierten Kulturindustrie zu zeigen versucht haben, dass sie lokale und nationale Differenzen nicht zum Verschwinden bringe, sondern partikuläre Identitäten besonders hervorhebe. So präzise die Thesen aus der „Dialektik“ eine linke, politisch und ästhetisch orientierte Auseinandersetzung mit der kapitalistischen Ideologieproduktion markierten, setzte eine breitere Rezeption der „Dialektik der Aufklärung“ erst in den späten 1960er Jahren ein.

Literatur: Horkheimer, Max / Adorno, Theodor W.: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Amsterdam: Querido 1947. Repr. Frankfurt: Fischer 1969. Neuausg.: Horkheimer, Max: *Dialektik der Aufklärung und Schriften 1940-1950. Gesammelte Schriften*. 5. Hrsg. v. Gunzelin Schmid Noerr. Frankfurt: Fischer 1987. – Kausch, Michael: *Kulturindustrie und Populärkultur. Theorie der Massenmedien*. Frankfurt: Fischer Taschenbuchverl. 1988. – Lash, Scott / Urry, John: *Die globale Kulturindustrie*. Frankfurt: Suhrkamp 1998.

## Referenzen

[creative industries](#)

From:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/k:kulturindustrie-1655>

Last update: **2011/07/31 13:38**

