

Kulturindustrie

Englisch: Culture Industry

THEORIE

Adorno/Horkheimers Konzept: Massenmedien und Filmindustrie als Verwertungsapparat, der Bewusstsein standardisiert und kritisches Denken durch Unterhaltung erstickt — Film als Ware, nicht als Kunst.

Adorno und Horkheimer haben in den 1940ern beobachtet, was die Filmwirtschaft wirklich tut: Sie produziert nicht Kunstwerke, sondern Bewusstsein im Akkord. Der Begriff beschreibt das System, in dem Hollywood, die Studios, die Vertriebsmaschinerie — und auch die Techniker — Teil einer Maschinerie sind, die Zuschauer weniger als Denker denn als Konsumenten behandelt. Das klingt hart, lohnt sich aber ernst zu nehmen, wenn man versteht, wie Filme entstehen. Am Set zeigt sich das täglich: Die Budgets sind riesig, aber nur für bestimmte Storys. Das Studio will Formeln, keine Experimente. Ein Film mit unkonventioneller Montage, ambivalentem Ende, ohne Happy Ending — das ist teuer und riskant. Stattdessen: Sequels, Franchises, dasselbe Muster in neuen Kostümen. Die Kamera läuft, aber oft nicht, um etwas Neues zu zeigen, sondern um eine bekannte Erwartung zu erfüllen. Das ist Kulturindustrie in der Praxis — nicht Zensur, sondern Selbstgleichschaltung durch wirtschaftliche Logik. Der Schnitt wird nach Rhythm-Cut-Prinzipien gemacht (schnelle Schnitte = höhere Aufmerksamkeit = bessere Retention), nicht nach narrativer oder ästhetischer Notwendigkeit. Das Perfide: Es funktioniert. Millionen zahlen dafür. Aber Adorno würde argumentieren — und hier hat er einen Punkt — dass Massenunterhaltung, sobald sie industrialisiert wird, aufhört, kritische Fragen zu stellen. Sie beruhigt stattdessen. Sie standardisiert den Geschmack. Und das betrifft auch die Filmschaffenden selbst: Wer jahrelang mit denselben Licht-Setups, Kamera-Moves, Sound-Designs arbeitet, weil sie sich bewährt haben, verlernt irgendwann, **warum** er sie einsetzt. Das heißt nicht, dass Filmemachen innerhalb dieser Industrie unmöglich oder unmoralisch wäre. Aber es heißt: Die Struktur, in der man arbeitet, sollte verstanden sein. Erkennbar sein sollte, wo die Standardisierung anfängt und wo noch Raum für Eigensinn bleibt. Manche der besten Arbeiten entstehen genau dort, wo gegen diese Logik gedreht wird — am liebsten subversiv, ohne dass das Budget-Team es merkt.