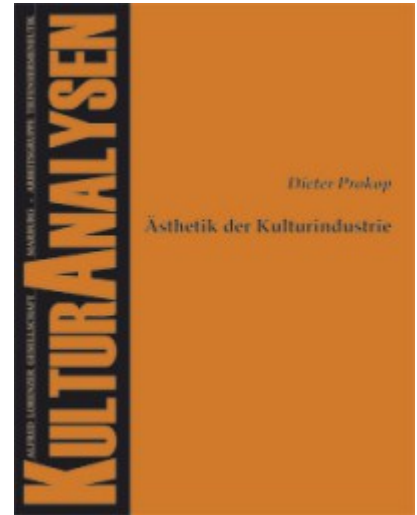


Dieter Prokop

Ästhetik der Kulturindustrie

Der Soziologe Dieter Prokop versteht Ästhetik der Kulturindustrie als Theorie der gelungenen oder misslungenen Qualität der Gestaltung von kulturellen Produkten. Er möchte begründete Urteile über das gut Gemachte und das schlecht Gemachte ermöglichen. Bei den kulturindustriellen Produkten, vor allem den Medienprodukten, geht es ihm um die Kunst der Zuspitzung, der Verdichtung, der Inszenierung; um die Struktur des gut Unterhaltenden, gut Informierenden, Witzigen, Intelligenten und des schlecht Gemachten, Langweiligen, Anödenden, Dummen.

Prokops Anliegen ist es, die kritische Theorie der Kulturindustrie Horkheimers und Adornos weiter zu entwickeln. Der Autor möchte diese klassische Kritik von ihrer Tendenz befreien, alles Kulturindustrielle pauschal zu verachten und zu verdammen. Ihm reicht es nicht, einer bösen Kulturindustrie eine idealisierte Kunst oder einen idealisierten rationalen Diskurs entgegen zu setzen. Prokop behauptet, dass die Ästhetik der Kulturindustrie mitten in der Kulturindustrie nach dem Besseren suchen muss.



ISBN 978-3-8288-2018-0

339 Seiten, Paperback

Tectum Verlag 2011

29,90 EUR

Über Dieter Prokop

Dieter Prokop ist Professor em. für Soziologie mit dem Schwerpunkt Medien an der Goethe-Universität Frankfurt.

