

Haug

Kritik der Warenästhetik

Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus

Wolfgang Fritz Haugs 1971 erschienene Studie über die politökonomische Funktion der Werbung gilt weltweit längst als Standardwerk. Dabei erscheinen uns Haugs Beispiele, die noch den Geist des fordistischen Massenkonsums atmen, heute angesichts globalisierter Marken und Werbekampagnen geradezu als harmlos. Die Informationstechnologie hat den Produzenten des kommerziellen Imaginären neue, effizientere Zirkulationsmedien zur Verfügung gestellt. Daher hat der Autor seinen Klassiker nun um aktuelle Analysen zur Warenästhetik im transnationalen High-Tech-Kapitalismus ergänzt. Er zeigt, daß die Gedanken aus der Zeit nach 1968 nichts von ihrer Aktualität verloren haben.

Wolfgang Fritz Haugs 1971 erschienene Studie über die politökonomische Funktion der Werbung gilt weltweit längst als Standardwerk. Dabei erscheinen uns Haugs Beispiele, die noch den Geist des fordistischen Massenkonsums atmen, heute angesichts globalisierter Marken und Werbekampagnen geradezu als harmlos. Die Informationstechnologie hat den Produzenten des kommerziellen Imaginären neue, effizientere Zirkulationsmedien zur Verfügung gestellt. Daher hat der Autor seinen Klassiker nun um aktuelle Analysen zur Warenästhetik im transnationalen High-Tech-Kapitalismus ergänzt. Er zeigt, daß die Gedanken aus der Zeit nach 1968 nichts von ihrer Aktualität verloren haben.



19,00 €

17,76 € (zzgl. MwSt.)

*sofort versandfertig, Lieferzeit: 1-3
Werktage*

Artikelnummer: 9783518125533

Medium: Buch

ISBN: 978-3-518-12553-3

Verlag: Suhrkamp Verlag

Erscheinungstermin: 01.05.2010

Sprache(n): Deutsch

Auflage: Originalausgabe

(überarbeitete Neuausgabe) 2010

Serie: edition suhrkamp

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 279 g

Seiten: 350

Format (B x H): 108 x 177 mm

