

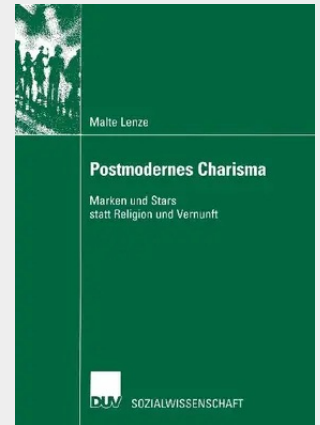
Postmodernes Charisma

Marken und Stars statt Religion und Vernunft

Der Begriff "Charisma" wirkt ebenso faszinierend wie rätselhaft. Die Alltagssprachliche und wissenschaftliche Attraktivität des Terminus korrespondiert mit einem großen öffentlichen Interesse an rational schwer erklärbaren Mechanismen des sozialen Erfolges einiger scheinbar besonderer Menschen.

Auf der Grundlage der Weberschen Charisma-Theorie aktualisiert Malte Lenze den Begriff, um die "charismatischen Dimensionen" gegenwärtiger "Religio-Phänomene" beschreibbar zu machen. Stars und Marken erfüllen heute in einer stark veränderten gesellschaftlich-kulturellen Umgebung ähnliche Funktionen wie Weber sie einst charismatischen Personen, Objekten und Ideen zugerechnet hat. Indem der Autor die funktionalen Elemente des von Weber vorwiegend substantiell angelegten Begriffes betont, bereitet er dessen Potential zur Beschreibung aktueller kultureller Sachverhalte vor.

Auf der Grundlage der Weberschen Charisma-Theorie aktualisiert Malte Lenze den Begriff, um die "charismatischen Dimensionen" gegenwärtiger "Religio-Phänomene" beschreibbar zu machen.



54,99 €

51,39 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783824444953

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8244-4495-3

Verlag: Deutscher Universitätsverlag

Erscheinungstermin: 29.07.2002

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2002

Serie: Sozialwissenschaft

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 301 g

Seiten: 217

Format (B x H): 148 x 210 mm

