

Im Zeichen des Marktes

Culture Jamming, Kommunikationsguerilla und subkultureller Protest gegen die Logo-Welt der Konsumgesellschaft

Die Ökonomisierung der Gesellschaft schreitet voran. Alle Bereiche menschlichen Zusammenlebens werden zur Ware. Dabei räumen selbst Kritiker unfreiwillig das Feld, indem sie die Macht, Bedeutungen zu produzieren, außer Acht lassen. Denn wer die Zeichenebene, die Bilder und Symbole des Alltags, beherrscht, bestimmt letztendlich das vorherrschende Weltbild. Die Zeichen des Konsumkapitalismus sind in der „Logokultur“ überall zu finden – vor allem als Marken, durch die nicht mehr nur Produkte, sondern auch Orte, Institutionen, Personen und gar Emotionen zu käuflichen Konsumartikeln transformiert werden. Kommunikationswissenschaftlich beleuchtet Andreas Völlinger diese zeichenhafte Kolonisation der Gesellschaft vor dem Hintergrund von Zeichentheorie, Soziologie, Medientheorie und Cultural Studies. Außerdem stellt er die Frage nach einem zeichenhaften Widerstand in Subkulturen wie Punk, Graffiti oder Skateboarding sowie in der Kunstform des Culture Jammings und setzt sich mit den theoretischen Grundlagen dieses Widerstands gekonnt auseinander.



24,90 €

23,27 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783828822696

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8288-2269-6

Verlag: Tectum

Erscheinungstermin: 26.04.2010

Sprache(n): Deutsch

Auflage: Erscheinungsjahr 2010

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 230 g

Seiten: 148

Format (B x H): 148 x 210 mm

