

Birgit Richard, Alexander Ruhl (Hg.).

Konsumguerilla

Widerstand gegen Massenkultur?

2008, kart., 299 Seiten, zahlr. Abb.

EUR 24,90/EUA 25,60/SFR 44,00

ISBN 978-3-593-38762-8

Erscheinungstermin/Sperrfrist: 9. Oktober 2008

Gegen die Unzulänglichkeiten der Konsumangebote des Mainstreams regt sich kreativer Widerstand. Der Band beleuchtet die vielfältigen subversiven Praktiken und Taktiken, mit denen konformer Konsum heute gezielt unterlaufen wird.

Vom stylischen Kapuzenpulli übers neuste Handymodell bis zum attraktiven Profil auf StudiVZ – Konsumententscheidungen sind heute Ausdruck von Individualität und Persönlichkeit. Populäre Marken und serielle Massenproduktion führen dabei jedoch nicht selten zu Massenidentitäten. So verwundert es nicht, dass vermehrt auch subversive Konsumpraktiken und -stile sichtbar werden, welche die systemkonformen Nutzungsweisen, wie sie der Mainstream vorschreibt, gezielt hinterfragen, unterlaufen oder sogar verhindern. Die Bandbreite der Konsumguerilla reicht von einer auf die Spitze getriebenen affirmativen Annahme der Angebote, wie etwa in Fankulturen, über subversive Taktiken im künstlerischen Kontext, wie z.B. Streetart, bis hin zur offenen Opposition gegen den Kult des Materiellen.

Die Autorinnen und Autoren des Bandes beleuchten die vielfältigen Erscheinungsweisen einer Konsumguerilla, die als hegemonial erlebte Konventionen (sub)kulturell überformt, durchbricht und damit eigene Bedeutungen herstellt und kommuniziert. Themen sind unter anderem Cultural Hacking, parasitäre Strategien in Kunst und Design, weibliche Aneignungsweisen von Computerspielen, subversive Gender Momente in der TV Serie »Buffy«, neue Darstellungsformen hervorgebracht durch die Online Videoplattform Youtube und die Demokratisierung der Kulturproduktion via Web 2.0. Außerdem: Diedrich Diederichsen im Gespräch mit Herausgeberin Birgit Richard.

Der Band zeigt, wie die Konsumguerilla das Monopol der Angebote demontiert und wie Konsumentinnen und Konsumenten Individualität herstellen, indem sie Waren als Rohmaterial für die eigenen Interessen produktiv nutzen.

Die Herausgeber

Birgit Richard ist Professorin des Bereichs Neue Medien am Institut für Kunstpädagogik, Goethe-Universität Frankfurt/M.

Alexander Ruhl, Dr. phil., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Bereich Neue Medien des Instituts für Kunstpädagogik, Goethe-Universität Frankfurt/M.

Kontakt

Margit Knauer, 069-976516-21, knauer@campus.de

Daniela Chiantera, 069-976516-23, chiantera@campus.de

Campus Verlag GmbH
Presseabteilung
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt/Main
Tel. 069 976516-20
Fax 069 976516-78
presse@campus.de
www.campus.de

campus *informiert* **campus** *informiert* **campus** *informiert* **campus**

Campus Verlag GmbH
Presseabteilung
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt/Main
Tel. 069 976516-20
Fax 069 976516-78
presse@campus.de
www.campus.de