

# KonsumGuerilla

Letztes Update Tuesday, 21 October 2008

Sammelband "Konsumguerilla. Widerstand gegen Massenkultur?" herausgegeben von Birgit Richard und Alexander Ruhl im Campus-Verlag

Das neueste Handy, das angesagte Event oder ein attraktives Profil bei StudiVZ: Persönlichkeit, Individualität und Status werden in unserer Gesellschaft maßgeblich über Konsumententscheidungen hergestellt. Populäre Marken und serielle Massenproduktion führen dazu, dass sich Konsum oft entlang eines vom Angebot vorgegebenen Mainstreams bewegt. Einige Menschen jedoch entfalten enorme Kreativität, um diesen zu unterlaufen: Die Bandbreite reicht von einer übertriebenen Annahme der Angebote, wie etwa in Fankulturen, über subversive Taktiken im künstlerischen Kontext bis hin zur offenen Opposition gegen den Kult des Materiellen. Zur Konsumguerilla gehören damit Menschen unterschiedlichster Couleur. Die Autorinnen und Autoren – unter anderen Franz Liebl und Lev Manovich – zeigen in diesem Buch, wie vielfältig der Widerstand gegen Massenkultur ist.

Aus dem Inhalt:

Prosumer, Smart Shopper, Crowd-sourcing und Konsumguerilla:  
Ein Streifzug zur Einführung

Birgit Richard, Alexander Ruhl, Harry Wolff

S. 9 - 20

Die hohe Kunst der Streetart: Inszenierung des Urbanen im  
virtuellen Raum

Alexander Ruhl

S. 207 - 224

Mehr Informationen beim Campus-Verlag