



Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000

Thomas Wegmann


 **Download**

 **Online Lesen**

Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000

Thomas Wegmann

 [Download Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Fel
...pdf](#)

 [Read Online Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen F
...pdf](#)

Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000

Thomas Wegmann

Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 Thomas Wegmann

Downloaden und kostenlos lesen Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 Thomas Wegmann

592 Seiten

Pressestimmen

'Er hat eine Bresche geschlagen, die unbedingt weiter zu verfolgen und zu vertiefen ist.' (Dirk Schindelbeck, H-Soz-u-Kult, 08.05.2012)('.) beeindruckt seine Studie nicht allein durch die Breite der Materialbasis, sondern auch durch Kurzbeschreibung

Reklame hat sich als massenmediale Praxis seit Mitte des 19. Jahrhunderts in Deutschland etabliert.

Besonders literarische Texte der klassischen Moderne reagieren auf die zunehmend vertextete und bebilderte Welt. Sie nutzen die werbliche Warenwelt für eigene ästhetische Verfahren, nicht selten durch

Zweckentfremdung, De- und Rekontextualisierung. So montiert Alfred Döblin beispielsweise Slogans, Anzeigen und Schlagzeilen in seinen Roman 'Berlin Alexanderplatz'. Warum interessiert sich Literatur überhaupt für Reklame, ein kommerzielles und vermeintlich kunstfernes Massenmedium? Dieser

übergeordnet kulturgeschichtlichen Frage geht Wegmann in seiner Arbeit nach. Dabei beschränkt er sich nicht auf eine motivgeschichtliche Spurensuche, sondern operiert mit der theoretischen Konstruktion des literarischen Feldes, die es erlaubt, den gesamten Literaturbetrieb in den Blick zu nehmen. Reklame in der

Literatur aber auch die Präsenz von Literatur in Rezensionen, Verlagsprospekten und Annoncen sowie der Autor als Werbetexter sind Thema der Studie. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Thomas Wegmann, geb. 1962, Literaturwissenschaftler, lehrt an der HU Berlin. Gastprofessuren an der Cornell University, der University of Virginia und der Universität Greifswald. Die vorliegende Arbeit wurde mit dem Scherer-Preis 2010 der HU Berlin ausgezeichnet.

Download and Read Online Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 Thomas Wegmann #X2ONDJ46S0U

Lesen Sie Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 von Thomas Wegmann
für online ebookDichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 von Thomas
Wegmann Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher,
gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online
zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Dichtung
und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 von Thomas Wegmann Bücher online zu
lesen.Online Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 von Thomas Wegmann
ebook PDF herunterladenDichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 von
Thomas Wegmann DocDichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 von Thomas
Wegmann MobipocketDichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000 von Thomas
Wegmann EPub