

# Inhalt

<b>1. Einleitung</b>	<b>8</b>
<b>2. Ästhetisches Erleben</b>	<b>15</b>
2.1 Gumbrechts Vorstellungen einer <i>Insularität</i>	16
2.2 Fragen zum Selbstverständnis einer Ästhetik des Performativen	21
2.2.1 Aufführung als eine Kategorie der Kulturanalyse	25
2.2.2 Emergenz als Potential von kulturellen Aufführungen	26
2.2.3 Inszenierung als eine Strategie von Aufführung	28
2.3 Fazit	29
<b>3. Was macht das Internet zum Internet?</b>	<b>31</b>
3.1 Die Anfänge einer digitalen Alltagskultur	32
3.2 Zur Popularisierung eines Mediums	38
3.3 Zum Selbstverständnis partizipativer Praktiken im Netz	41
<b>4. Digital Culture – Mediennutzung</b>	<b>45</b>
4.1 Mediennutzung als Alltagsaufführung	47
4.2 Zur Frage einer orts- und situationsgebunden Medienanalyse	52
4.3 Zu Raum als Ordnungseinheit des Sozialen	56
4.4 Atmosphären und mediale Praktiken	58
4.5 Mediatisierter Alltag und der Mythos von >Live<-Aufführungen	63
4.6 Rituale. Praktiken der Mediennutzung	67
4.7 Digitale Spiele	72
4.7.1 War of Warcraft. Der Kampf geht weiter	76
4.7.2 Social Gaming	79
4.8 Fazit	83
<b>5. Sei kreativ! Sphären des Kreativen</b>	<b>85</b>
5.1 Ulrich Bröcklings „unternehmerisches Selbst“	87
5.2 Der Glaube an die Macht kreativen Handelns	88
5.3 „Auszeiten“	90
5.4 Tauschwerte	93
5.5 Mythen des Fortschritts. Kreativwirtschaft und die staatlich verordnete Innovation	98
5.6 Richard Floridas „kreative Klasse“	100
5.7 Das überforderte Selbst	105
5.8 Fazit	107

<b>6.</b>	<b>Die Welt als Bühne. Digitale Inszenierungen</b>	<b>109</b>
6.1	Mediale Inszenierungen	111
6.2	Amateure. Digitale Praktiken im Web 2.0	116
6.3	Ökonomie der Aufmerksamkeit	118
6.4	Theatrum mundi. Im Reich der Höflingen	120
6.5	Zur Frage inszenierter Authentizität in einer mediatisierten Welt	123
6.6	Blogging. <i>I like my style.</i> Autobiographische Selbstthematizierungen im Netz	127
6.7	Die Welt des Überflusses. Zur Kommerzialisierung der Nische	132
6.8	Die Facebook <i>Timeline</i> . Der Wunsch eines außergewöhnlichen Lebens	135
6.9	Fazit	139
<b>7.</b>	<b>Entgrenzungen zwischen Kunst und Alltag</b>	<b>140</b>
7.1	Transgressionen. Kunst und Alltag	143
7.2	Historischer Diskurs. Zur Frage der Autonomie des Kunstfeldes	145
7.3	Sinngenerierung. Pierre Bourdieu und der Glaube an den Wert der Kunst	148
7.4	Avantgarden und die Ökonomie des Erlebens	150
7.5	Design your life. Lifestyle und Identität	152
7.6	Lifestyle und die Akkumulation kulturellen Kapitals	156
	7.6.1 Zwischen Kunst und Event	159
	7.6.2 Künstlerkritik. Zur Popularisierung von Hochkultur	162
	7.6.3 Framing High Art. YouTube und die Biennale des kreativen Videos im Guggenheim Museum in New York	165
7.7	Fazit	169
<b>8.</b>	<b>Erlebte Räume. Zur Frage der Sinnlichkeit des Digitalen</b>	<b>171</b>
8.1	Parcouring	173
8.2	Planking	176
8.3	Flashmobs und die Intensität des erlebten Momentes	178
8.4	Fazit	183
<b>9.</b>	<b>Entgrenztes ästhetisches Erleben in einer digitalen Alltagswelt</b>	<b>185</b>
9.1	Ausblicke	190

## Literaturverzeichnis