

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Die Erlebnisgesellschaft	7
2.1 Gesellschaftsdiagnose, Sozialstrukturanalyse und Gesellschaftstheorie?	8
2.2 Ästhetisierung des Alltagslebens	11
2.3 Erlebnisrationalisierung	14
2.4 Ordnungstendenzen	16
2.5 Der Erlebnismarkt	18
2.6 Problematisierung und Ausblick Schulzes	21
3 Die Erlebnisgesellschaft im 21. Jahrhundert – Eine Aktualisierung	25
3.1 Die Erlebnisgesellschaft und die Gesellschaft der Singularitäten	27
3.2 Das Subjekt in der Erlebnisgesellschaft	35
3.3 Erlebniskonsum und die Konsumgesellschaft	41
4 Die Erlebnisgesellschaft und die Politik	47
4.1 Die Leerstelle des Politischen in der Theorie	47
4.2 Paradoxien des Politainments – Politische Kommunikation in der Krise	50
4.3 Eine Tendenz in der politikwissenschaftlichen Gesellschaftsdiagnose	54
5 Die digitale Erlebnisgesellschaft	63
5.1 Medienrevolution Internet	64
5.2 Die Digitalisierung der Erlebnisgesellschaft	68

5.3	Der digitale Erlebnismarkt	74
6	Digitale Öffentlichkeit	81
6.1	Digitale Öffentlichkeit in der Erlebnisgesellschaft	83
6.2	Neue soziale Bewegungen und ihre Problemkonstellation	88
7	Fazit	91
	Literatur	95