

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