

Marc Wagenbach

**Digitaler Alltag**

Ästhetisches Erleben  
zwischen Kunst und Lifestyle



Herbert Utz Verlag · München

## Kulturwissenschaften

Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität zu Köln am 28.10.2011 als Dissertation im Fach Theater-, Film- und Fernsehwissenschaft angenommen.

Foto: Marc Wagenbach



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme von Abbildungen, der Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben – auch bei nur auszugsweiser Verwendung – vorbehalten.

Copyright © Herbert Utz Verlag GmbH · 2012

ISBN 978-3-8316-4172-7

Printed in EU  
Herbert Utz Verlag GmbH, München  
089-277791-00 · [www.utzverlag.de](http://www.utzverlag.de)

# Inhalt

<b>1. Einleitung</b>	8
<b>2. Ästhetisches Erleben</b>	15
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>	31
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>	45
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>	85
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>	109
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>	140
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>	171
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>	185
9.1	Ausblicke	190

## Literaturverzeichnis

## 1. Einleitung

„Das Leben ändert sich schnell. Das Leben ändert sich in diesem Augenblick. Man setzt sich zum Abendessen und das Leben, das man kennt, hört auf.“

Joan Didion<sup>1</sup>

Sell your experiences! Wir wollen alle im Jetzt leben. Intensiv leben. Das Mark des Lebens in uns aufsaugen.<sup>2</sup> Radikal fühlen, leben, schmecken. Schon hetzen wir zum nächsten Termin. Organisieren unseren Spaziergang mit der GPS-Funktion des Smartphones oder betrachten den Sternenhimmel mit einem dafür gekauften App für Sternbilder. Wie hat sich unser Erleben im Kontext einer Omnipräsenz des Digitalen zwischen Apps und GPS-Ortung, Smartphones, Twitts und Social-Gaming verändert? Was bedeutet der Prozess der radikalen Mobilisierung von Onlinenutzung für den Prozess einer Ästhetisierung und Mediatisierung von Alltagswelt? Und was bedeutet es für unsere Vorstellung ästhetischen Erlebens? Worauf verweist der unbefriedigte Wunsch nach radikaler Sinnlichkeit, nach Konsum und Reizen, nach dem Eintauchen in immersive Bildwelten? Handelt es sich um eine fast schon barocke Sehnsucht nach der *erlebten* Präsenz eines Augenblicks, einem Rausch von polysensuellen Bildwelten, der Bilderflut der Großstädte, dem massenmedialen Angebot einer Unterhaltungsindustrie von YouTube über Facebook bis hin zu Twitter? Alltag ist multimedialisiert und durch einen radikalen Verkehr an Bildern und Symbolen gekennzeichnet. Es scheint, als ob ein stilsicheres Auftreten im Beruf oder im Freundeskreis nicht mehr nur eine persönliche Vorliebe darstellt, sondern zu einer Voraussetzung für die Teilnahme an einem gesellschaftlichen Spiel geworden ist - zu einer *Lifestyleblase*<sup>3</sup>, wie Diederichsen es nennt, mit digitalen Fotos des letzten Urlaubs, dem Video der letzten Party auf Facebook oder dem App mit Vogelgezwitscher.

Was ist die Funktion ästhetischen Erlebens in einer multimedialen Zeit? Worin begründet sich ein Habitus eines *unternehmerischen Selbst*<sup>4</sup>, der das Investment in den eigenen Lebensstil, die Praktiken einer autobiographischen Selbstthematization im Netz zum Ziel hat? Das Spiel zwischen Optimierungswahn und Selbstinszenierung wird zu einer sicheren Anlage innerhalb eines globalen Wettbewerbes und zu einer gewinnbringenden Investition in das eigene Selbst.

*Design your life!* ist zum Paradigma einer global vernetzten Gegenwartskultur zu Beginn des 21. Jahrhunderts geworden - zu einem, um mit Foucault zu

---

<sup>1</sup> Joan Didion: Das Jahr magischen Denkens. New York/Berlin 2006, S. 7.

<sup>2</sup> Vgl. DEAD POET'S SOCIETY (Der Club der toten Dichter), USA 1989, R: Peter Weier.

<sup>3</sup> Vgl. Diederich Diederichsen: Eigenblutdoping. Selbstverwertung, Künstlerromantik, Partizipation. Köln 2008.

<sup>4</sup> Vgl. Ulrich Bröckling: Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt/M. 2007.

sprechen, gouvernementalen Programm eines spätkapitalistischen Marktes. Es beschreibt das Selbstverständnis einer globalen Elite, einer Gruppe von kreativen sich freiwillig motivierender Akteure. So verdeutlicht es die Praxis eines Marktes, der, wie Chiapello und Boltanski in *Der neue Geist des Kapitalismus*<sup>5</sup> gezeigt haben, sich seiner Kritiken und Counter-Programme bedient, um sie in die ihm eigene systemimmanente Logik eines kapitalistischen Marktes zu integrieren und gleichsam neue Märkte zu schaffen: Angebote für die eigene Selbstverwirklichung, Märkte für einen individuellen Lifestyle vom Wohnungsdesign bis hin zum persönlichen Make-Over.

Diese Forderung nach Konsum von Gütern, Erfahrungen und Erlebnissen und eine damit einhergehende, gewünschte Gewinnmaximierung führt zu einer Ökonomisierung von Selbst, die ihr Kapital in der eigenen Selbstdarstellung und Propagierung individueller Optimierungsstrategien sieht und zum Erlösungsmythos einer postindustriellen Zeit wird – zu einem Glauben an die eigene Produktivität.

In meiner vorliegenden Auseinandersetzung geht es mir im Gegensatz zu einer rein bildlichen Analyse, wie sie beispielsweise in den Bildwissenschaften von Oliver Grau<sup>6</sup> praktiziert wird, um die Frage nach dem Entstehungskontext medialer Praktiken. Wie kann man mediale Praktiken bezogen auf einen Ort und eine Situation analysieren? Welcher Strategien bedarf es, um diese als mediale Ereignisse zu beschreiben? Wann und wie ereignen sie sich? Vor allem im Kontext der Beschreibung einer Gegenwartskultur, die gekennzeichnet ist durch mobile Internetnutzung (Smartphones, GPS-Nutzung, etc.), halte ich diese Strategie der Interpretation für aufschlussreich. Sie akzentuiert den performativen Charakter medialer Nutzung und betont ihre Funktion als integralen Bestandteil einer *Kultur als Aufführung*.

Meine Diskussion eines digitalen Alltags siedele ich daher im Spannungsfeld zwischen Kunst- und Medienwissenschaft an. Seit den neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts hat die Beschäftigung mit dem *Performativen* in den Kulturwissenschaften eine weite Verbreitung gefunden.<sup>7</sup> Jedoch wurde innerhalb dieser gängigen Diskurse meist auf einzelne Phänomene wie das Theater oder eine Performativität des Medialen<sup>8</sup> verwiesen, interessanterweise jedoch nie der *Akt der Mediennutzung* als ein expliziter *performativer Akt* beschrieben,

---

<sup>5</sup> Vgl. Luc Boltanski/Ève Chiapello: *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz 2003.

<sup>6</sup> Vgl. Oliver Grau: *Visuelle Kunst in Geschichte und Gegenwart. Visuelle Strategien*. Berlin 2002.

<sup>7</sup> Vgl. Erika Fischer-Lichte: *Vom >Text< zur >Performance<*. Der >performative turn< in den Kulturwissenschaften. In: Georg Stanitzek/Wilhelm Voßkamp (Hrsg.): *Schnittstellen. Medien und kulturelle Kommunikation*. Köln 2001; vgl. Uwe Wirth (Hrsg.): *Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*. Frankfurt/M. 2002; vgl. Erika Fischer-Lichte: *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt/M. 2004.

<sup>8</sup> Vgl. Sybille Krämer (Hrsg.): *Performativität und Medialität*. München 2004; vgl. Mike Sandbothe/Ludwig Nagl (Hrsg.): *Systematische Medienphilosophie*. Berlin 2005.

als ein sich in einem dreidimensionalen Raum zu einem spezifischen Zeitpunkt vollziehendes *mediales Ereignis*. Dies versuche ich in meiner Auseinandersetzung zu ändern und Strategien zu suchen, um dieses ephemere sich stets neu ereignende mediale Ereignis zu analysieren.

Ganz im Gegensatz zu einer systemtheoretischen Vorgehensweise<sup>9</sup> ist mein Ansatz charakterisiert durch eine Betonung der *erlebenden* Instanz. Dies mag auf den ersten Blick traditionell erscheinen, ist in der Beschreibung einer gegenwärtigen massenmedialen und durch die Omnipräsenz des Digitalen (mobiles Internet) geprägten Zeit jedoch neu. Denn gerade im Kontext einer durch das Phänomen der Entgrenzung beschriebenen Gegenwartskultur, das heißt einer radikalen Veränderung der Nutzungsszenarien von Medien und deren sozialen Auswirkungen auf unser Verständnis von Öffentlichkeit und Privatheit, zwischen Arbeit und Beruf etc., entstehen neue hybride Texturen des Wahrnehmens, die ein spezifisches Erleben von Welt produzieren.

Um diese Phänomene beschreiben zu können, werde ich räumliche Strukturen analysieren. Inwiefern diese methodische Hinwendung zu räumlichen Strukturen eine Reflexion eines sich in den letzten Jahren in den Kulturwissenschaften vollzogenen *topographical turn*<sup>10</sup> darstellt, sei dahingestellt. Es ist eher eine Auseinandersetzung mit einer in den Diskursen nicht eindeutig akzentuierten Analyse der Konditionen eines dreidimensionalen Ereignisraumes, der das jeweilige *mediale Ereignis* bedingt.

So ist meine methodische Vorgehensweise stark von den Cultural Studies<sup>11</sup> beeinflusst, wobei sich ihr Einfluss in zweierlei Hinsicht manifestiert. Einerseits in dem Bemühen mich als Interpret von Kultur klar zu verorten, andererseits in der Intention, nach Selbstverständnissen der jeweiligen Akteure der Medienutzung zu fragen. Dies stellt für mich in gewissem Sinne ein Bindeglied dar, um *Praktiken des Erlebens* in einem sozio-ökonomischen Kontext zu reflektieren und gleichsam einen in unserer Gegenwartskultur omnipräsenten globalen Markt zu untersuchen. Warum nutzen wir Medien so, *wie* wir sie nutzen und was bedeutet es? Und wie kann man diese Bedürfnisse und kulturellen Dispositive beschreiben?

---

<sup>9</sup> Vgl. Niklas Luhmann: Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt/M. 1984; vgl. ders., Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt/M. 1997; vgl. ders., Die Realität der Massenmedien. Opladen 1996.

<sup>10</sup> Vgl. Jörg Döring/Tristan Thielmann (Hrsg.): Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften. Bielefeld 2008; vgl. Mike Crag/Nigel Thrift (Hrsg.): Thinking Space. London/New York 2000; vgl. Martina Löw: Raumsoziologie. Frankfurt/M. 2001.

<sup>11</sup> Vgl. Roger Bromley/Udo Göttlich/Carsten Winter (Hrsg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999; vgl. James Clifford/George E. Marcus (Hrsg.): Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography. Berkeley/Los Angeles/London 1986.

Dementsprechend geht es in meiner methodischen Vorgehensweise um folgende Aspekte:

- Eine Akzentuierung der Analyse medialer Praktiken im Kontext einer Kultur als Aufführung.
- Eine Interpretation räumlicher Dimension der Mediennutzung und Beschreibung eines Ereignisraums medialer Praktiken.
- Die Frage nach den Dispositiven und Bedürfnissen einzelner Akteure, die Praktiken sinnlichen Erlebens bedingen.

Diese Punkte bilden für mich die Voraussetzung, um die Frage nach der Funktion ästhetischen Erlebens näher zu untersuchen. Somit begreife ich ästhetisches Erleben als eine spezifische *Strategie der Identitätskonstruktion*, als einen Modus sinnlichen Erlebens, das traditionell im Feld der Künste zu verorten ist. Gleichsam stellt das Feld der Künste einen Ort der Sinngenerierung dar. Es repräsentiert ein Reservoir kollektiver sowie individueller Gefühle, Erinnerungen, Träume und Utopien, eine Interpretation von Welt. Jedoch sind auch diese Praktiken sinnlichen Erlebens konstruiert und stellen eine Verdichtung sozialer, kultureller, psycho-physischer Dispositionen dar, die unser phänomenologisches Erleben<sup>12</sup> bedingen. Demnach lassen sich innerhalb meiner Argumentation zwei unterschiedliche Formen kultureller Praktiken feststellen:

- Einerseits *mediale Praktiken* und im Speziellen die Mediennutzung des Internet. Sie stellt ein *performatives Ereignis* dar, das sich erst im Akt des Vollzugs, das heißt ihrer Nutzung konstituiert.
- Andererseits der Prozess ästhetischen Erlebens als eine Praktik sinnlichen Erlebens. Auch sie ereignet sich als ein *Prozess der Wahrnehmung*, die bedingt ist durch einen spezifischen Ort, einen bestimmten Augenblick, ein psycho-physisches Dispositiv des Rezipienten.

---

<sup>12</sup> So schreibt Andreas Reckwitz in *Unscharfe Grenzen* über Praktiken sinnlichen Erlebens: „Alternative Perspektiven, welche die Dimensionen des Erlebens und der sinnlichen Wahrnehmung als elementare und zugleich kulturell variable Bestandteile sozialer Praxis, die Relevanz einer kulturell geformten handlungsbegleitenden Affektivität oder einer dynamischen Semiotisierung, schließlich auch Gestaltungselemente des Handelns jenseits der eindeutigen Regelerorientierung hergestellt haben, finden sich hingegen an sehr disparaten Orten: unter anderem in Marx' anfänglichem Materialismus einer >Sinnlichkeit der Praxis<, in Tardes Theorie der affektiven Ströme, in Durkheims Theorie des Rituals und des Sakralen, in jenen Zweigen der Phänomenologie, welche die Relevanz von Leiblichkeit und Sinnlichkeit hervorheben (zum Beispiel Merleau-Ponty) oder in jenen Versionen des Pragmatismus, die symbolkreatives Handeln betonen.“ Andreas Reckwitz: *Unscharfe Grenzen. Perspektiven der Kultursoziologie*. Bielefeld 2008, S. 276.



Pierre Bourdieus Überlegungen einer *Theorie der Praxis*<sup>13</sup> stimulierten mich hierbei, mich dezidiert mit dem Phänomen der Praxis als Modus der Beschreibung von Alltagswelt auseinanderzusetzen. So sind es gerade seine Vorstellungen von Habitus und Feld, die mich in meiner Analyse begleiten. Demzufolge verstehen sich meine folgenden Überlegungen als eine Auseinandersetzung mit einer Kultur als Aufführung, einer Ereignishaftigkeit von Welt.

Zu Beginn meiner Arbeit geht es mir um eine generelle Einführung in die Vorstellungen einer *Ästhetik des Performativen*. Diese Auseinandersetzung soll helfen, mich mit dem komplexen Phänomen ästhetischen Erlebens näher auseinanderzusetzen. Was versteht beispielsweise Gumbrecht unter *Insularität*? Und welches Selbstverständnis liegt seiner Kunst-Betrachtung zugrunde? Inwiefern beschreiben Begriffe wie Aufführung, Emergenz und Inszenierung eine gegenwärtige Strategie der Beschreibung von Aufführungen? Und was sind diese Begriffe in der Lage zu leisten?

Im dritten Kapitel interessiert mich die Auseinandersetzung mit der Geschichte eines Mediums. Was macht das Internet zum Internet und auf welchen mentalitätsgeschichtlichen Dispositiven basiert es? Wie lassen sich überhaupt diese unterschiedlichen technischen Entwicklungen beschreiben? Folglich bildet diese medienhistorische Auseinandersetzung einen ersten Einstieg für ein tieferes Verständnis einer digitalen Alltagskultur.

In *Digitale Culture – Mediennutzung* geht es um die Bedingungen und Strategien einer orts- und situationsgebundenen Medienanalyse. Mediennutzung, so meine Ausgangsthese, begreife ich als eine alltägliche Aufführung, eine jeweils spezifische sich ereignende mediale Praxis, die abhängig ist von einem physischen Ort, einer Situation und dem Dispositiv ihrer jeweiligen Nutzer. Folglich geht es mir um die Möglichkeiten einer Sichtbarmachung eines physischen *Ereignisraums der Mediennutzung*. Doch wie lässt sich überhaupt ein vergangenes mediales Ereignis beschreiben? Was sind Spuren und Atmosphären? Es ist die Frage nach dem *Nicht-Sichtbaren* als Kategorie der Medienanalyse.

Ebenfalls interessiert mich die Auseinandersetzung mit Überlegungen der Ritualforschung in Hinblick auf die Interpretation liminoider Zustände. Bedingt durch eine mobile Internetnutzung geht es mir hierbei um die Frage, komplexe und vielschichtige Online- und Offline-Kommunikation zu analysieren. Im Abschnitt *Digitale Spiele* möchte ich mich mit dem Moment des Spiels und seiner Funktion im Kontext einer digitalen Alltagswelt auseinanderzusetzen. *Play*

---

<sup>13</sup> Vgl. Pierre Bourdieu: Entwurf einer Theorie der Praxis [Esquisse d'une théorie de la pratique, précédé de trois études d'ethnologie kabyle 1971]. Frankfurt/M. 2009.

*the Game!* wird zum Imperativ eines *unternehmerischen Selbst*, das ich mit Hilfe von Bröcklings Ausführungen (2007) näher zu erläutern versuche.

In *Sei kreativ! Sphären des Kreativen* setze ich mich mit dem Phänomen eines allgegenwärtigen globalen Marktes und seinen Selbsttechniken und Strategien auseinander. Was beschreibt den Habitus eines „unternehmerischen Selbst“ (Bröckling) und welche Bedeutung ist dem Begriff der Kreativität in diesem Zusammenhang beizumessen? Was sind die Merkmale einer neuen „kreativen Klasse“ (Florida)?<sup>14</sup> Und warum wollen wir alle auf einmal kreativ sein? Es ist die kritische Auseinandersetzung mit einem Erlösungsmythos unserer Zeit – dem Glauben an die eigene Produktivität und dem Selbstverständnis neuer Eliten.

Diese Überlegungen führen mich zur Reflexion einer digitalen Alltagswelt. Im sechsten Kapitel setze ich mich daher mit dem Phänomen der Mediatisierung von Selbst auseinander. Was sind die Praktiken autobiographischer Selbstthematisierung im Netz und inwiefern wird hierbei die Ressource Aufmerksamkeit auf den Tauschbörsen des Internet gehandelt? Was kennzeichnet dieses Bedürfnis individueller Selbstdarstellung und auf welches kulturelles Dispositiv lässt es sich zurückführen?

In *Entgrenzungen. Kunst und Alltag* diskutiere ich die Auswirkungen einer massenmedialen Gegenwartskultur für unsere Vorstellung des Künstlerischen? Was beschreibt ästhetisches Erleben im Kontext einer hybriden mediatisierten Gegenwartskultur und was bedeuten die Praktiken der Entgrenzung zwischen Kunst und Alltag für das Feld der Künste, den ehemaligen Hort einer Monopolisierung ästhetischen Erlebens? Was ist die Funktion der aufstrebenden Kreativwirtschaft im Rahmen dieser Entgrenzung der Kunst. Und inwiefern wird das Ästhetische zum integralen Bestandteil einer lukrativen Lifestyle-Industrie, einer Ästhetisierung von Alltagswelt?

Im achten Kapitel untersuche ich abschließend die Frage, inwiefern die Omnipräsenz des Digitalen neue heterogene Räume entstehen lässt und welche urbanen Texturen sich daraus ergeben. Gibt es eine *Renaissance* des öffentlichen Raums? Und was repräsentiert das Bedürfnis einer individuellen Verortung des Einzelnen innerhalb eines physischen Aktionsraums?

Meine Ausführungen stellen eine Auseinandersetzung mit einer *erlebten Alltagswelt* dar, in der ästhetisches Erleben zu einer geforderten Kompetenz eines ökonomisierten Selbst avanciert, einem *sinnlichen Erleben*, das längst

---

<sup>14</sup> Vgl. Richard Florida: *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life.* New York 2002.

nicht mehr ausschließlich im Feld der Künste verortet ist und das seiner ehemaligen aufklärerischen Funktion entledigt wurde.

Aber was definiert dann noch die Eigenart ästhetischen Erlebens? Worin besteht ihr Reiz und ihre gesellschaftliche Funktion? Dies werde ich in den anschließenden Kapiteln näher diskutieren.

## Kulturwissenschaften

- Carola Maria Werhahn: **Die Stiftung des Victor von Carben (1423–1515) im Kölner Dom** · Glaubenspropaganda zwischen Judentum und Christentum in Text und Bild  
2013 · 330 Seiten · ISBN 978-3-8316-4196-3
- Marc Wagenbach: **Digitaler Alltag** · Ästhetisches Erleben zwischen Kunst und Lifestyle  
2012 · 210 Seiten · ISBN 978-3-8316-4172-7
- Thomas Schramm: **Tolkiens Der Herr der Ringe** · Roman – Film – Musical  
2012 · 290 Seiten · ISBN 978-3-8316-4155-0
- Juliane Müller: **Kulturelle Identitäten und bürgerschaftliche Partizipation lateinamerikanischer Gruppierungen in Freiburg** · Eine ethnologische Studie unter besonderer Berücksichtigung kommunaler Institutionen und Praktiken  
2011 · 106 Seiten · ISBN 978-3-8316-4107-9
- Esther Braunwarth: **Interkulturelle Kooperation in Deutschland am Beispiel der Gesellschaften für christlich-jüdische Zusammenarbeit**  
2011 · 318 Seiten · ISBN 978-3-8316-4087-4
- Andrea Hartl: **Oktoberfest und Cannstatter Volksfest** · Vom Nationalfest zum Massenvergnügen  
2010 · 192 Seiten · ISBN 978-3-8316-0934-5
- Frank Tremmel: **»Menschheitswissenschaft« als Erfahrung des Ortes** · Erich Rothacker und die deutsche Kulturanthropologie  
2009 · 374 Seiten · ISBN 978-3-8316-0885-0
- Maria-Claudia Tomany: **Destination Viking» und »Orkneyinga saga** · Probleme der Geschichtsschreibung und regionalen Identität in Orkney  
2007 · 280 Seiten · ISBN 978-3-8316-0417-3
- Andrea-Mercedes Riegel: **Das Streben nach dem Sohn** · Fruchtbarkeit und Empfängnis in den medizinischen Texten Chinas von der Hanzeit zur Mingzeit  
1999 · 386 Seiten · ISBN 978-3-89675-691-6
- Jürgen Weisser: **Zwischen Lustgarten und Lunapark** · Der Volksgarten in Nymphenburg (1890–1916) und die Entwicklung der kommerziellen Belustigungsgärten  
1998 · 365 Seiten · ISBN 978-3-89675-449-3

Erhältlich im Buchhandel oder direkt beim Verlag:

Herbert Utz Verlag GmbH, München

089-277791-00 · info@utzverlag.de

Gesamtverzeichnis mit mehr als 3000 lieferbaren Titeln: [www.utzverlag.de](http://www.utzverlag.de)