

Inhalt

1	Einleitung	1
TEIL I 1920-1937: DAS MEDIUM ALS „MITTEL“, „ZWISCHEN“ UND „VERMITTLUNG“ IN DER FORMATIVEN PHASE DES MEDIENTHEORETISCHEN DISKURSES		
2	Zeitungswissenschaftlich-sozialpsychologische Medientheorien: Medium als „Mittel“ (<i>kikan, ejento, enhō</i>)	11
2.1	Die Presse als Leitmedium in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts	11
2.2	Medientheoretisches Denken in den 1920er- und 30er Jahren	22
3	Volkskundliche Medientheorie: das Geistermedium (<i>kuchiyose</i>) als ontologisch-ambivalentes „Zwischen“ (<i>chūkai</i>)	29
4	Philosophische Medientheorie: Medium als „Vermittlung“ (<i>baikai</i>) im medienphilosophischen Denken der Kyōto-Schule	39
4.1	„Philosophie des Nichts“ als Philosophie der „Vermittlung“	39
4.2	Nishida Kitarō und Tanabe Hajime: „unvermittelte“ und „absolute“ Vermittlung	43
4.3	Tosaka Jun und Nakai Masakazu: „dreidimensionale“ Dialektik und „technische Vermittlung“	55
4.3.1	Die Zeitlichkeit der Vermittlung	59
4.3.2	Filmtheorie als epistemologische Medienphilosophie	65
5	Exkurs – 1937-1945: „Implosion“ des medientheoretischen Diskurses	75

TEIL II 1945-1995: DEONTOLOGISIERUNG DER VERMITTELTEN „WIRKLICHKEIT“ UND DESOZIALISIERUNG IN DER MASSENGESELLSCHAFT	85
6 Sozialpsychologisch-behavioristisches Paradigma: „Dominanz der Kopie“ (<i>kopi no shihai</i>) und „Pseudo-Umgebung“ (<i>giji kankyō</i>) im Zeitalter des Fernsehens	89
6.1 Politischer „Realismus“ und gegenwirklicher „Idealismus“ im Zeitalter der Ideale	90
6.2 Medientheorie im Zeitalter des Fernsehens: eine „neue Zeitungswissenschaft“ (<i>atarashii shinbungaku</i>)	94
7 Informationsgesellschaftliches Paradigma: „Informatisierung“ (<i>jōhō-ka</i>) im postindustriellen Zeitalter der „Neuen (elektronischen) Medien“	107
7.1 Medien und Medientheorie im Zeitalter des Traums: die postindustrielle „Informationsgesellschaft“	109
7.1.1 Kritik am Begriff „Information“	118
7.2 Die Ōsaka EXPO '70 als Schnittstelle von Informatisierungstheorie und Postmoderne	120
8 Postmodernes Paradigma: „Differenz“ (<i>sa'i</i>) / „Spiel“ (<i>yūgi, asobi</i>), „Diskommunikation“ und „Transparenz des Mediums“ (<i>tōmei-sei</i>)	125
8.1 Neue („elektronische“) Medien	125
8.2 Die Mediatisierung der Stadt und des Körpers	130
8.2.1 „Spiel“ und „Differenz“ I: Asada Akira	138
8.2.2 „Spiel“ und „Differenz“ II: Ueno Chizuko	145
8.3 Fragmentierung der Masse und „Diskommunikation“	148
8.4 „Hyperreale Simulakren“ und „Transparenz des Mediums“	152
TEIL III 1995-2015: „RESOZIALISIERUNG“ DER MEDIEN – SOZIALE MEDIEN UND „LATENTE ÖFFENTLICHKEIT“ IM DIGITALEN ZEITALTER	
9 Begriffe einer digitalen Medientheorie: „Konnektivität“ (<i>tsunagari</i>), „Datenbank“ (<i>dētabēsu</i>) und „ludischer Realismus“ (<i>gēmu-teki riarizumu</i>) ..	163
9.1 Die „Post-Nachkriegsgesellschaft“	163
9.1.1 Kritische Medientheorie (Cultural Studies) und Kritik der Postmoderne	167
9.1.2 Ōsawa Masachis Medientheorie der „dritten Instanz“	169

9.2	Neue („digitale“) Medien: Mobilfunk und Internet	176
9.3	Theorien der digitalen Medien I: „Konnektive Sozialität“ und die Wiederentdeckung des Sozialen	179
9.4	Theorien der digitalen Medien II: die „Datenbank“ als „kulturelle Form“ der Postmoderne	186
9.4.1	Modularität der Datenbank als „kulturelle Form“	186
9.4.2	Doppelstruktur von Interface und Datenbank	190
9.4.3	Otaku als postmoderne Subjektformation	193
9.5	Theorien der digitalen Medien III: „Interaktivität“ und „metanarrativ-ludischer Realismus“	198
10	„3/11“: Medienkatastrophe „Fukushima“ und „latente (<i>senzai-teki</i>) Öffentlichkeit“	211
10.1	Die Rolle der digitalen Medien nach der Katastrophe	212
10.1.1	Soziale Medien und Gerüchtekommunikation	217
10.1.2	Digital vernetzter Anti-Atomprotest und Ignoranz der Massenmedien	225
10.2	Mediale Öffentlichkeit und Exklusion von Protest	228
10.3	Digitale Medien und Öffentlichkeit	229
10.4	Digitale Gerüchte und vernetzte Protestbewegungen als „latente Öffentlichkeiten“	236
11	Der „Gemeinwille 2.0“ (<i>ippan ishi 2.0</i>) als „latente Öffentlichkeit“	243
11.1	Azuma Hiroki und die anti-humanistische Animalisierung der Politik im digitalen Zeitalter	243
11.2	Rousseau reloaded: „Gemeinwille 2.0“ als Vision einer neuen Politik	246
11.3	Kritische Diskussion des Begriffs „Gemeinwille 2.0“	256
11.4	„Gemeinwille 2.0“ als „latente Öffentlichkeit“	266
12	Schlussbetrachtung	273
12.1	Medium als „ludische Vermittlung“ von Repräsentation und Präsentifikation	289
12.1.1	Nicht-repräsentationale Vermittlung I: Digitale Medien und „ludischer Realismus“	301
12.1.2	Nicht-repräsentationale Vermittlung II: Soziale Medien und „Gemeinwille 2.0“	306
	Literatur	311