

Inhalt

1.	IM REICH DER FIGUREN	13
1.1	Hinweisschilder und Figurendarstellungen in Japan	16
1.2	Figuren vs. <i>kyara</i> : Zum Forschungsstand	27
1.3	Verortung und theoretische Ausrichtung	38
1.4	Aufbau der Monografie	47
2.	KOMMUNIKATION	51
2.1	Medienbegriffe	52
2.2	Kommunikationsbegriffe	61
2.3	Kommunikatives Verstehen	75
3.	BILDLICHKEIT	82
3.1	Zeichenhaftigkeit	85
3.2	Bildobjekte und ikonische Kategorisierung	94
3.3	Piktogrammatik	115
3.4	Vorprädikative Bildkommunikation	137
4.	NARRATIVITÄT	157
4.1	Fiktionalität/Fiktivität	160
4.2	Transmediale »Narrativitäts«-Begriffe	173
4.3	Doppelte Prädikation	192

5.	BASISNARRATIVITÄT	214
5.1	Grenzen der Narrativität	215
5.2	Partikularisierung und Kontextbildung	233
5.3	Die Funktionen von Figurendarstellungen	246
5.4	Kommunikationstheoretisches Zwischenfazit	255
6.	FIGURENKULTUREN	263
6.1	Kulturhistorische Kontexte	264
6.2	›Kyarakutā‹ und das <i>media mix</i> -System der Nachkriegszeit	269
6.3	Hello Kitty und <i>kyara guzzu</i> -Figuren der 1990er-Jahre	277
6.4	Die Regionalmaskottchenindustrie seit der Jahrtausendwende	283
7.	FIGUREN UND KYARA	290
7.1	Figurentheorie I: Forschungsstand	291
7.2	Exkurs I: Partizipatorische Medienkulturen	314
7.3	Figurentheorie II: Theoretische Fundamente der <i>kyara</i> -Analyse	328
7.4	Exkurs II: Maskottchen und <i>kigurumi</i> -Aufführungen	363
8.	KYARA-KOMMUNIKATION	369
8.1	Meta-narrative Verständigung und autoritäre Niedlichkeit	373
8.2	Fazit, Konklusionen und Ausblicke	380
	Literatur	388
	Register	443