

Matthias Karmasin

Die Mediatisierung der Gesellschaft und ihre Paradoxien

Inhalt

	Vorwort	9
	Einleitung	11
1	Mediatisierung als paradoxer Metaprozess	17
1.1	Kultur als Gesellschaft – Gesellschaft als Kultur	20
1.2	Die Mediatisierung der Kultur – die Medienkultur	24
1.3	Die Erklärbarkeit des Unerklärbaren – Paradoxie und Epistemologie	31
1.3.1	Paradox Lost?	31
1.3.2	Paradox Regained?	38
1.3.3	Reentry als Struktur – das Paradox als Heuristik	42
1.4	Die Kontingenz der Differenz – die Paradoxalität der Mediatisierung	46
1.5	Elastische Wirklichkeiten – das periphere Zentrum	59
1.6	Die Sichtbarkeit des Verschwindens – die Magie der Medien	67
2	Die Mediatisierung der Medien	76
2.1	Die unaufgeklärten Aufklärer – Journalismus als Prozess	76

2.2	Das alltägliche Besondere – die Wahrheit der Fiktion . . .	85
2.3	Die intransparente Transparenz – verbunden mit allem – verbunden mit nichts	90
3	Wirtschaft in der Medienkultur	97
3.1	Kooperation als Konkurrenz	97
3.2	Die Organisation der Dekonstruktion	102
3.3	Der Verdacht der Legitimität	108
4	Politik in der Medienkultur	115
4.1	Die private Öffentlichkeit	115
4.2	Die politische Entpolitisierung	124
5	Der Mensch in der Medienkultur	134
5.1	Die Identität der Pluralität – eigentlich ist man uneigentlich	134
5.2	Der Zwang der Freiwilligkeit – alles Marken!	140
5.3	Der vernünftige Glaube	149
6	Das Gute im Schlechten – trotzdem: Ethik!	162
6.1	Die Ethik des Unbeobachtbaren	164
6.2	Die Ethik der heterogenen Universalität – zur Ethik des Paradoxierens	170
7	Statt eines Endes – das Paradox als Projekt	186
	Literatur	191