

Aus dem Inhaltsverzeichnis:

Vorwort

1. Einführung

- 1.1. A timely topic
- 1.2. Thesen – Fragestellung – Ziel der Untersuchung
- 1.3. Stand der Forschung
- 1.4. Zum Vorgehen

2. Der *kétai shôsetsu*-Boom und sein Diskurs in Japan

- 2.1. Das mobile Internet und die Handyromane
 - 2.1.1. Kleine Zeitgeschichte der Handytechnik
 - 2.1.2. Wie kommt der Handyroman auf das Handy?
- 2.2. Kontroverse Diskussionen in den japanischen Medien
 - 2.2.1. Zeitungen
 - 2.2.2. Zeitschriften und Aufsätze
 - 2.2.3. Monographien
- 2.3. Ausgewählte Autoren und ihre zentralen Texte
 - 2.3.1. Yoshi: Deep Love: Ayu no monogatari („Deep Love: Ayus Geschichte“, 2002)
 - 2.3.2. Naitoh Mica: Rabu rinku („Love Link“, 2006)
 - 2.3.3. Mika: Koizora („Liebeshimmel“, 2006)
 - 2.3.4. Towa: Kurianesu („Clearness“, 2007)

3. Strukturanalyse von Handyromanen

- 3.1. Vier Autoren, vier Erzählstile
 - 3.1.1. Yoshis „duales System des Erzählens“ in „Deep Love“
 - 3.1.2. „Love Link“: Klassischer Erzählstil einer professionellen Autorin
 - 3.1.3. Mikas Koizora: Erzählstil ohne Distanz
 - 3.1.4. „Clearness“: Variabler Erzählstil einer „Newcomerin“
- 3.2. Japanisch für das Handy: Kurz, kolloquial, kaomiji
 - 3.2.1. „Deep Love“: Bemüht einfach
 - 3.2.2. „Love Link“: Kurz und gut
 - 3.2.3. Koizora: Kolloquiale Handysprache
 - 3.2.4. „Clearness“: Unentschlossen zwischen Handysprache und Erzählen
- 3.3. Figurenschablonen, leerer Raum und temporeicher Aufbau
 - 3.3.1. Unausgearbeitete Figuren und Stereotype
 - 3.3.2. Raumdarstellung: Das Fehlen anschaulicher Beschreibungen
 - 3.3.3. Aufbau: „Das Serielle“ des Handyromans
- 3.4. Zentrale Themen: Sex, Kapitalismus und Liebe
 - 3.4.1. Kapitalismus versus Liebe als Motto: Morallehrbuch „Deep Love“
 - 3.4.2. „Love Link“: Irrungen und Wirrungen der Liebe
 - 3.4.3. Die reine Liebe (jun'ai) in Koizora
 - 3.4.4. „Clearness“: Die Liebe als Sinnstifter

3.5. Handyromane: Populäre Ratgeber für junge Leser

3.5.1. Ein klares Marketingkonzept

3.5.2. Positionen der japanischen Sekundärliteratur: Eine Kritik

3.5.3. Zu unrecht gescholtene Autoren?

3.5.4. Das Handy als Rahmen für Stil und Darstellung

3.5.5. Ratgeber und „shishôsetsu light“

4. Handyromane als Indikator für ein sich wandelndes Literaturverständnis

4.1. Etablierung eines neuen Formats

4.2. Der Handyroman in der japanischen Literatur: Meilenstein der Popularisierung

4.3. Handyroman trifft auf junbungaku: „Meisterwerke der Literatur am Handy“ und Setouchi Jakuchô

5. Anstelle eines Nachworts: Handyromane transnational

Glossar

Blog / Buchmarkt Japan / E-Book / E-Literatur / E-Manga / Goma
Books / Handyabhängigkeit / Handy als persönliches Medium / Handy-Fernsehserien /
Handykommunikation und Handysprache / Handy E-Mail / Handymanga / Handymarkt
Japan / Handyportale / Handyromane / Handyroman weltweit / i-mode /
Internetromane / Mahô no i-rando / Media Mix / Mixi / mobairu shôsetsu / mobile
business / mobiles Internet / Online-Romane / QR-Code / Schulmädchen / soziale
Netzwerke / Starts Publishing / user generated contents / Twitter

Tabellen und Fakten zum japanischen Handyroman-Markt

Bekannte Autoren und Werke / E-Book-Portale (kostenpflichtig) / Handyroman-Kategorien /
Handyroman-Portale (kostenlos) / Handyroman-Preise / Handyroman-Reihen / Handyroman-
Verlage / Verkaufszahlen

Namensregister

Begriffsregister: Von Amateur bis Yankee

Bibliographie

Abbildungsregister