

Die vorliegende Arbeit am Phänomen des Neuen versteht sich als einleitender Aufbau der Känologie. Damit verfolgt sie zwei Ziele. Einerseits handelt es sich um die Etablierung eines neuen philosophischen Begriffes und einer eigenständigen philosophischen Methode, der Känologie. Andererseits gilt der Hauptumfang dieser Untersuchung der erst beginnenden Problematisierung des Phänomens des Neuen.

Um die systematische Betrachtung des Neuen vorzunehmen, ist die Arbeit in drei Abschnitte geteilt, die jeweils ein eigenes Teilergebnis hervorbringen. Der erste Abschnitt beschäftigt sich mit der Geschichte des Neuen. Exemplarisch Bezug nehmend auf die ontologische Opposition von Heraklit und Parmenides, weist das Neue sich als Phänomen aus, das präziser behandelt werden kann in Hinblick auf das *Werden*, anstatt in Hinblick das *Sein*.

Der zweite Abschnitt widmet sich der Methode. Die känologische Methode stützt sich dabei einerseits auf die Dialektik, wie sie von Hegel formuliert und von Adorno weiterentwickelt wird. Andererseits bezieht Känologie Anleihen bei der Methode der Phänomenologie, namentlich der Husserlschen. Aus der gegenseitigen Ergänzung beider Pionierleistungen ergeben sich für die Känologie vier methodologische Hauptelemente: *Erste Person Singular*, *Vom Datum zum Wesen*, *Das eingeschlossene Dritte* und *Subjekt-Objekt*.

Nachdem die *Geschichte des Neuen* nachgezeichnet und die *Methode der Känologie* aufgerichtet ist, gilt es das *Material des Känologie* in Augenschein zu nehmen. Waren die ersten beiden Abschnitte wesentlich notwendige Schritte in der Herauentwicklung der Känologie, so markiert der dritte Abschnitt ein kontingentes und partikulares Vorhaben mit einem dementsprechenden Ergebnis. Diese erste känologische Analyse widmet sich der europäischen Moderne, d. h. der Entwicklung des Neuen von der Kreativität der Aufklärung bis zur vollständigen Subordination unter geltende Marktmechanismen.

Innerhalb der vorliegenden Materialauswahl bezeichnet das Neue nicht nur ein Attribut besonders profitabler Waren und Güter, sondern entwickelt sich darüber hinaus selbst zu einem der Warenform angepassten Phänomen, dessen Gedeih oder Verderb der jeweils aktuellen Marktlogik unterworfen ist. Gerade der Ausfall aus der Warenform ist es jedoch, der, unter den vorfindlichen Bedingungen, das Neue in seiner Phänomenalität ausweist.

Känologie sucht nach einem belastbaren Begriff des Neuen, der die Breite des Phänomens abdeckt, auch wenn damit der Begriff seiner Definition verlustig geht. Doch ist das Phänomen des Neuen augenscheinlich und offensichtlich derart variabel und dynamisch, dass, sobald nur einige wenige scheinbar paradoxe Aspekte des Neuen benannt werden, das Vorhaben undurchführbar und unsinnig ist, sagen zu wollen: *Das ist das Neue*.