

**Reinhard Zöllner, Yoshio Nakamura
(Hgg.): Culture and Contents.
Understanding Contents Business in
Japan and the World**

München: Iudicum Verlag, 2010. 206 S.,
EUR 26,00

Beim vorliegenden Buch handelt es sich um eine Aufsatzsammlung zum Thema „Contents Business“. Das Thema „Contents Business“ stammt ursprünglich aus Japan, findet mittlerweile aber auch in anderen ostasiatischen Staaten wie, Südkorea oder Taiwan Anwendung. Unter „Contents Business“ werden verschiedenste Konzepte, wie visuelle Studien, städtische Architektur, Kulturökonomie oder Zeit und Gedächtnis zusammengefasst. Zöllner (2010) beschreibt das Thema wie folgt „contents is the magic wand for the enchantment of modern life“. Außerhalb Ostasiens ist der Begriff wenig bekannt, auch wenn seit Kurzem unter den Begriffen „Cultural Economy“ oder „Creative Industry“ ähnliche Konzepte auch im westlichen Kontext zu finden sind. Ein möglicher Grund dieser Anwendungsdiscrepanz kann, laut Zöllner und Nakamura, in der fehlenden theoretischen wie auch praktischer Kenntnis des ostasiatischen „Contents Business“ in den jeweiligen Ländern bzw. Sprachen liegen.

Contents sind die „Produkte menschlichen Ausdrucks“ und „Contents Business“ kann als „professionelles Verfahren verschiedene Ausdrücke in verschiedensten Ausprägungen darzustellen“ verstanden werden, wobei es sich um „kulturspezifische und zeitempfindliche Konzeptionen von Information und deren Speicherung“ (Yukawa 2010) handelt. Dabei sind „Contents“ nicht irgendein „menschlicher Ausdruck“, sondern das Resultat planvollen Handelns, so Zöllner. Daher sind Contents ein Produkt und das Ziel eines Ausdrucks und damit zu unterscheiden von Kunst im allgemeinen Sinn, da sich „Contents“ eben durch dieses bewusste Ausdrucksziel von einem Kunstwerk unterscheiden. Neben der Handlung zur Herstel-

lung eines Kulturgutes im Allgemeinen sind „Contents“ durch „expressive transactions“ definiert.

Im Rahmen eines internationalen Studienprogramms deutscher, japanischer und koreanischer Universitäten zwischen 2005 und 2008 wurde das Thema „Contents Business“ betrachtet und das rezensierte Buch soll eine erste Einleitung in die Theorie und die praktischen Relevanz geben. Die acht Kapitel stellen Aufsätze verschiedener Autoren dar, die einem breiten akademischen Feld angehören und das Thema aus ihrem jeweiligen Blickwinkel betrachten. Im Folgenden werden die einzelnen Aufsätze (1–8) kurz inhaltlich eingeordnet.

Parsons betrachtet in seinem Aufsatz die wirtschaftliche Verbreitung kultureller Güter und die Messbarkeit des jeweiligen Wertes, wobei kulturelle Güter hier z.B. Museen, Theater, Sport, Medien, Musik oder Künste im Allgemeinen sind.

Nishimaya definiert „Contents Business“ als „einen ökonomischen Wertschöpfungsprozess, bei dem kulturelle Erlebnisse, Erfahrungen und sinnliche Eindrücke produziert, reproduziert, kommerzialisiert und distribuiert werden“ und geht dabei auf die Frage ein, wie „Neues“ geschaffen wird und wie „Contents Business“ im Wertschöpfungsprozess einzuordnen ist.

Yukawa beschäftigt sich im dritten Aufsatz mit der Entwicklung des Begriffs „contentsu“ in Japan, und begründet dadurch eine medienhistorische Analyse zu Veränderungen der japanischen Medienkultur seit Mitte der 1990er Jahre.

Geiter geht auf die Theorie des Designs ein, wobei die Frage unterschiedlicher Wahrnehmung und die kulturelle Beeinflussung des Designs betrachtet werden.

Nakamura befasst sich mit Reklame und wie diese die Wahrnehmung einer Stadt beeinflussen kann, sowie der Bedeutung von Kaufhäusern als Orientierungspunkte.

Meyer behandelt das Marketing zur Verbreitung des Autors Shiba Ryōtarō in Japan als

Teil des „Contents Business“ und geht dabei auch auf die Frage der internationalen Bekanntheit des Autors ein.

McAulay betrachtet in seinem Aufsatz, wie Sprachlehrer neben der reinen Sprachvermittlung durch gezielte Inhalte den Studierenden Interkulturalität näher bringen können, und zum kritischen Nachdenken anregen. Dies zeigt er am Beispiel Kriminalität durch Ausländer in Japan.

Zöllner beschreibt in seinem Aufsatz den „Contents“-Zyklus und gibt eine sehr gute Beschreibung, was unter „Contents“ zu verstehen ist.

Zusammengefasst kann man sagen, dass es sich um interessante Aufsätze aus verschiedensten Fachgebieten handelt. Allerdings erschließt sich dem Leser bei den einzelnen Aufsätzen nicht immer der Zusammenhang zum übergeordneten Konzept des „Contents Business“, was sehr schade ist. Mitunter kommt der Begriff „Contents Business“ gar nicht vor. Ein Leser dem das Konzept neu ist interpretiert die Texte daher womöglich anders als gewollt.

Im letzten Kapitel werden Kulturgüter im allgemeinen Sinn und „Contents“ sehr gut unterschieden, so dass dieses Kapitel eher an den Anfang gesetzt werden sollte. Alternativ wäre eine ausführlichere Einführung zum Oberbegriff am Anfang ein Verbesserungsvorschlag.

Christiane Laumann

Patrick McEachern:
Inside the Red Box. North Korea's
Post-Totalitarian Politics

New York: Columbia University Press, 2010. 301 S., USD 38,00

Nordkorea umwittert gewöhnlich ein ganz besonderer Mythos: Nach dem Tod des „ewigen Präsidenten“ Kim Il-sung im Jahr 1994 hätten seine Nachfolger, Sohn Kim Jong-il und Enkel Kim Jong-un (seit 2011), die Geschicke des Landes mit der gleichen

ungeteilten Macht gelenkt wie der charismatische und bis heute ehrwürdig gehuldigte Staatsgründer. Besonders in der westlichen medialen Berichterstattung wird das Regime in Pjöngjang als monolithische Einheit porträtiert, der Mythos von der „Ein-Mann-Diktatur“ gehegt und gepflegt.

Zugegeben: Regimeinterne Machtstrukturen und Entscheidungsprozesse sind von außen wohl in keinem anderen Land der Welt so schwer auszumachen wie im Fall Nordkorea. Und doch scheint das nicht gänzlich unmöglich, wie Patrick McEachern in „Inside the Red Box. North Korea's Post-Totalitarian Politics“ unter Beweis gestellt hat. Über 4000 Propagandaschriften, Zeitungsartikel und Reden hochrangiger Regimeangehöriger hat McEachern durchforstet – vorrangig im Zeitraum von Kim Jong-ils Herrschaft (1994–2009). Der junge US-amerikanische Politikwissenschaftler zeigt ergiebig wie pointiert, dass man Nordkoreas Politik auch durch einen unkonventionellen, gleichwohl empirisch fundierten Blick in die *Black Box* nachvollziehbar machen kann.

McEachern argumentiert folgendermaßen: Während Kim Il-sung tatsächlich noch als totalitärer Diktator herrschte, hat sich die Volksrepublik unter dessen Sohn zu einem post-totalitären System entwickelt. Hier ringen drei regimeinterne Machtblöcke als Fürsprecher verschiedener Politiken um Einfluss und Macht. Die Koreanische Arbeiterpartei ist die Basis der Ideologen. *Chuch'e*, die in den 1960er Jahren dekretierte Ideologie der Selbstbehauptung, ist für sie nationalistische Leitlinie bis zum heutigen Tag, in jeder Hinsicht des staatlichen Handelns. Annäherung mit dem Süden, Entspannung mit den USA oder grundlegende Marktformen stoßen in der Partei auf taube Ohren, und zwar aus Prinzip. Etwas anders, etwas pragmatischer sieht es das Militär (die Koreanische Volksarmee). Hier nimmt die Verteidigung des Landes höchste Priorität ein; das horrende Militärbudget zugunsten wirtschaftlicher Reformen zu kürzen, würde in den Augen der Generäle