

## REINHARD ZÖLLNER / YOSHIO NAKAMURA (EDS.) CULTURE AND CONTENTS

### Understanding Contents Business in Japan and the World

2010, 205 Seiten, kt.,  
26,— EUR

ISBN: 978-3-86205-018-5

Contents Business has emerged as a new econo-cultural paradigm in Japan and other parts of East Asia. It is apparently meant to describe a shift of focus from the production and consumption of material to immaterial, cultural or emotional goods. Culture has increasingly come to be regarded as an asset for market economy. Research on the theoretical background and practical implications of this paradigm shift has thus far been scarce in Western languages. The essays collected in this book introduce key concepts of Contents Business, putting them into their Japanese cultural and historical contexts and discussing their potential for transcultural analysis.

In Japan und anderen Teilen Ostasiens hat sich Contents Business als neues Paradigma der Wirtschaft etabliert. Damit soll beschrieben werden, dass sich der Schwerpunkt von Produktion und Konsum von materiellen zu immateriellen, kulturellen oder emotionalen Gütern verlagert. Kultur wird immer mehr als Handelsware der Marktwirtschaft verstanden. Doch liegen in westlichen Sprachen bisher nur wenige Untersuchungen über den theoretischen Hintergrund und die praktischen Auswirkungen dieses Paradigmenwechsels vor. Die Aufsätze in diesem Band stellen Schlüsselkonzepte des Contents Business vor, ordnen sie in die kulturellen und historischen Zusammenhänge Japans ein und erörtern ihr transnationales Erklärungspotential.

Reinhard ZÖLLNER and Yoshio NAKAMURA: Introduction • Craig R. PARSONS: Culture as an Economic Good – A Primer • Takahiro NISHIYAMA: Wertschöpfung durch Kreativität im *Contents Business* – Value Added by Creativity in *Contents Business* • Shiro YUKAWA: Eine medienhistorische Anmerkung zum Informationskonzept *kontentsu* – Media Historical Remarks on the Concept of *Kontentsu* • Jörg H. GLEITER: Beyond the Visible – On the Theory of Design • Yoshio NAKAMURA: Advertising Contents in Cityscapes – Toward 'Reading' the City as a Container of 'Signs' • Harald MEYER: Shiba Ryōtarō's Bestsellers as Contents Business – The Mechanisms of Literary Impact and Marketing • Alexander J. McAULAY: 'Crime by Foreigners' – A Case Study of Critical Engagement for Interculturality in Japanese EFL • Reinhard ZÖLLNER: Contents and Containers – The Semiotics of *Contents Business*

