

VORWORT

Als Anfang 1997 Tamagotchi, das virtuelle Küken, zum Verkaufsschlager wurde, konnte sich niemand vorstellen, daß dieses Spielzeug auch im Ausland auf nennenswertes Interesse stoßen würde, denn allzu absurd schien auf Antrieb der Gedanke, die Aufzucht eines elektronischen Haustiers könne begeistern. Doch die Diskussion in Japan, von der Erörterung der pädagogischen Effekte und Nebeneffekte bis hin zur Errichtung von Cyber-Friedhöfen im Internet für tote Küken, gewann rasch Dimensionen, die ahnen ließen, daß sich der Boom nicht auf das Herkunftsland beschränken würde. Während in Japan selbst das Spielzeug rasch vergriffen war, erwiesen sich Werbe- und Verkaufskampagnen im Ausland als außerordentlich erfolgreich, und im Sommer 1997 übersteigt auch in Europa die Nachfrage bei weitem das Angebot: der „echte“ Tamagotchi, Gegenstand von Schulpausen- und Partygesprächen wie von Zeitungsglossen und Karikaturen, ist bis auf weiteres vergriffen, doch jeder scheint ihn zu kennen, und mittlerweile werden zahlreiche Imitate vertrieben, für die „Tamagotchi“ schon so etwas wie ein Gattungsname geworden ist, ein Fangwort als Orientierungsmarke auf dem Drehständer. Und während in Deutschland in den Kommentaren immer noch eher Verwunderung und verhalten amüsierte Neugier überwiegt, denken Politiker in Südostasien bereits über ein Verbot des Spielzeugs für Schüler nach, das in nordamerikanischen Schulen wiederum schon durchgesetzt wurde mit der Folge, daß findige Unternehmen den Tamagotchi-Haltern einen Kükensitter-Service während der Schulstunden anbieten ...

Der Tamagotchi, so die Redakteure des Sonderteils des diesjährigen Jahrbuchs zum Thema „Dienstleistung und Konsum in den 1990er Jahren“ in ihrer Einleitung, ist so etwas wie ein Symbol für die japanische Konsum„kultur“ Mitte der neunziger Jahre mit ihren offenbar inhärenten Tendenzen zur Globalisierung, verblüfft es doch angesichts des auch in Japan selbst zunächst verbreiteten Erklärungsmodells, nach dem die Popularität dieses elektronischen Hätscheltiers sich den spezifischen beengten Lebensverhältnissen im verdichteten Lebensraum verdankte, die es nicht erlaubten, einen echten Vierbeiner mit Fell oder einen Piepmatz als Kuschelkameraden zu halten. Diese Erklärung jedoch dürfte im Falle Mitteleuropas kaum greifen, wo man sehr wohl beides zu schätzen weiß – das Haustier aus Fleisch und Blut wie seine virtuelle Variante. Doch wenn hier nicht, oder zumindest nicht im gleichen Umfang, das Deutungsmodell einer emotionalen Ersatzbefriedigung des Hegeinstinkts zum Tragen kommt, was ist dann das Geheimnis des Tamagotchi-Booms?

Fragen dieser Art beleuchten die Aktualität und die breite Wissensbereiche einbeziehende Thematik des Jahrbuchsonderteils. Auch deren zweite Komponente neben dem Konsum, die Dienstleistung, ist ein Bereich, der in der jüngsten Zeit an Bedeutung beträchtlich zugenommen hat, jedoch von der Forschung bisher nur ungenügend erschlossen wurde. Angesichts der verbreiteten Annahme, daß ihm in der zukünftigen Wirtschaftsentwicklung eine tragende Rolle zukommen wird, hoffen wir jedoch, mit diesem Sonderteil zumindest einige Aspekte der Thematik fokussiert und in der gebotenen Vielfalt der Fragestellungen und disziplinären Ansätze vorgestellt zu haben.

Die Beiträge des Varia-Teils decken ebenfalls ein breites Spektrum ab und entsprechen damit der multidisziplinären Konzeption des DIJ. Auch hier überwiegen Aufsätze mit explizit aktuellem Bezug, sei es die Kontroverse um die Reform des japanischen BGB im Bereich der Familiennamen vor dem Hintergrund der immer wieder neu aufgelegten Diskussion um die Rolle der Frau oder sei es eine Bestandsaufnahme der Okinawa-Politik fünfundzwanzig Jahre nach Rückgabe der seit Kriegsende von den Amerikanern besetzten Inseln. Ebenso gilt dies für den Beitrag zur japanischen Raumfahrtpolitik. Der Aufsatz zu Frauenbildungsbüchern aus der späten Edo-Zeit bemüht sich dagegen, auf der Basis neu erschlossener Quellen Normen für musterhaftes weibliches Verhalten in der frühen Neuzeit zu rekonstruieren.

Der Rezensionsteil erhält durch vier Sammelbesprechungen aktueller Literatur aus Bereichen wie Management, Geschlechterforschung, Literaturwissenschaft und Kulturgeschichte besonderes Gewicht.

Auch in früheren Ausgaben enthielt das Jahrbuch bisweilen Beiträge in englischer Sprache. Diesmal gilt dies auch für eine der Sammelrezensionen. Wir hoffen, daß nicht zuletzt dieser erleichterte Zugang – auch die deutschsprachigen Aufsätze werden ja in englischen Summaries am Ende des Bandes zusammengefaßt – das DIJ Jahrbuch zu einem internationalen Diskussionsforum der japanbezogenen Forschung werden läßt.

An dieser Stelle sei allen Gutachtern für ihre Hilfe bei der Auswahl und der Überarbeitung der aufgenommenen Beiträge gedankt. Besonderer Dank gebührt jedoch den beiden Redakteuren dieses Bandes, Harald Fuess und Hendrik Meyer-Ohle, die ihre Aufgabe so konsequent und zügig bewältigten, daß das Jahrbuch nun wieder in dem Jahr erscheinen kann, das auf dem Einband steht. Unerläßlich hierzu war allerdings auch die sorgfältige und bewährte Zuarbeit seitens des Iudicium Verlages. Der geduldigen und nie erlahmenden Elisabeth Schaidhammer ein herzliches Dankeschön!

Im Jahr 1998 wird das Jahrbuch von Verena Blechinger und Jochen Legewie betreut und steht im Zeichen von „Japans neuer Rolle in Asien“.

Irmela Hijiya-Kirschner
Direktorin