



laden ein zu einem

# VORTRAG

Donnerstag, 4. Mai 2017, 18:30

Andreas Riessland  
(*Nanzan Universität*)



## „Vom schönen Land“ – Ästhetischer Nationalismus in der japanischen Automobilwerbung, 1960 – 2000

Dieser Vortrag widmet sich dem ästhetischen Nationalismus in der Printwerbung für das Premium-Segment des japanischen Automobilmarkts der Jahre 1960 bis 2000. Der Fokus liegt dabei insbesondere auf zwei Marken und Modellreihen, dem Toyota Crown und der E-Klasse von Mercedes Benz. Im Mittelpunkt des Vortrags steht hierbei, wie die Ideologie einer japonspezifischen Ästhetik in diesen Kampagnen in Bild und Wort transportiert wird. Im zweiten Teil des Vortrags sollen die Ursprünge dieser Ideologie aufgezeigt werden, exemplarisch anhand von drei Vordenkern der japanischen nationalen Ästhetik: Okakura Tenshin und die Ideologie eines spezifisch japanischen Kunstempfindens, Yanagi Sōetsu und die Ideologie einer autochthonen Ästhetik in der japanischen Volkskunst, und Shiga Shigetaka und die Ideologie einer spezifisch japanischen Naturästhetik.

Gezeigt wird hierbei unter anderem, dass die den Thesen zugrundeliegenden Denkmodelle sämtlich dem europäischen ästhetischen Diskurs der Neuzeit entlehnt sind. Dabei überdauerten diese besonders im Ultrationalismus der 30er und 40er Jahre populären Thesen die Neugestaltung der japanischen Gesellschaft nach Kriegsende und haben ihre Valenz auch in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts beibehalten. Die Analyse der Autowerbung zeigt, dass diese ästhetischen Ideologien weiterhin das populäre japanische Selbstbild formen und zur Untermauerung des nationalen Selbstverständnisses instrumentalisiert werden.

**Andreas Riessland** ist Associate Professor am Deutschen Institut der Nanzan-Universität in Nagoya. Seine Forschungsinteressen widmen sich den Themen Werbung, Propaganda und Nationalismus sowie devianter Jugendkultur in Japan.

**Institut für Ostasienwissenschaften – Japanologie, Seminarraum 1**