

Geschlecht und Gesellschaft

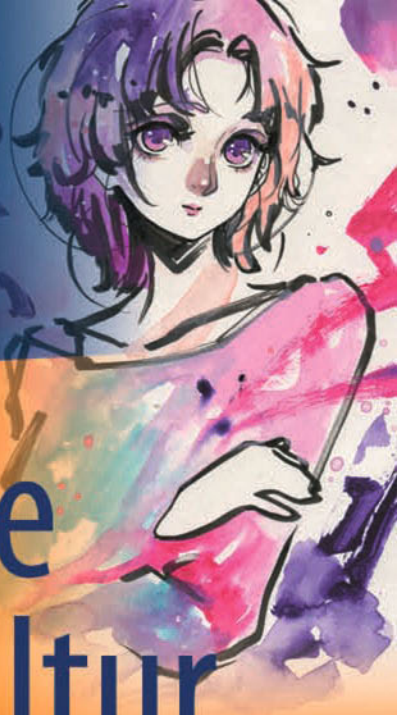
Michiko Mae
Elisabeth Scherer
Katharina Hülsmann *Hrsg.*

Japanische Populärkultur und Gender

Ein Studienbuch



Springer VS



Geschlecht und Gesellschaft

Band 62

Herausgegeben von

B. Kortendiek, Duisburg-Essen, Deutschland

I. Lenz, Bochum, Deutschland

H. Lutz, Frankfurt/Main, Deutschland

M. Mae, Düsseldorf, Deutschland

M. Meuser, Dortmund, Deutschland

U. Müller, Bielefeld, Deutschland

M. Oechsle, Bielefeld, Deutschland

B. Riegraf, Paderborn, Deutschland

K. Sabisch, Bochum, Deutschland

P. I. Villa, München, Deutschland

S. Völker, Köln, Deutschland

Geschlechterfragen sind Gesellschaftsfragen. Damit gehören sie zu den zentralen Fragen der Sozial- und Kulturwissenschaften; sie spielen auf der Ebene von Subjekten und Interaktionen, von Institutionen und Organisationen, von Diskursen und Policies, von Kultur und Medien sowie auf globaler wie lokaler Ebene eine prominente Rolle. Die Reihe „Geschlecht & Gesellschaft“ veröffentlicht herausragende wissenschaftliche Beiträge aus der Frauen- und Geschlechterforschung, die Impulse für die Sozial- und Kulturwissenschaften geben. Zu den Veröffentlichungen in der Reihe gehören neben Monografien empirischen und theoretischen Zuschnitts Hand- und Lehrbücher sowie Sammelbände. Zudem erscheinen in dieser Buchreihe zentrale Beiträge aus der internationalen Geschlechterforschung in deutschsprachiger Übersetzung.

Herausgegeben von

Beate Kortendiek,
Universität Duisburg-Essen

Mechtild Oechsle,
Universität Bielefeld

Ilse Lenz,
Ruhr-Universität Bochum

Birgit Riegraf,
Universität Paderborn

Helma Lutz,
Johann-Wolfgang-Goethe Universität
Frankfurt/Main

Katja Sabisch,
Ruhr-Universität Bochum

Michiko Mae,
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Paula-Irene Villa,
Ludwig-Maximilians Universität
München

Michael Meuser,
Technische Universität Dortmund

Susanne Völker,
Universität zu Köln

Ursula Müller,
Universität Bielefeld

Koordination der Buchreihe:

Beate Kortendiek,
Netzwerk Frauen-
und Geschlechterforschung NRW,
Universität Duisburg-Essen

Michiko Mae • Elisabeth Scherer
Katharina Hülsmann (Hrsg.)

Japanische Populär- kultur und Gender

Ein Studienbuch

 Springer VS

Herausgeberinnen

Michiko Mae
Universität Düsseldorf, Deutschland

Katharina Hülsmann
Universität Düsseldorf, Deutschland

Elisabeth Scherer
Universität Düsseldorf, Deutschland

Geschlecht und Gesellschaft

ISBN 978-3-658-10062-9

ISBN 978-3-658-10063-6 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-10063-6

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Lektorat: Dr. Cori Mackrodt, Daniel Hawig

Titelillustration: Chen-Long Chung

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH ist Teil der Fachverlagsgruppe
Springer Science+Business Media (www.springer.com)

Inhalt

Michiko Mae, Elisabeth Scherer, Katharina Hülsmann
Einleitung: Japanische Populärkultur und Gender 1

Anime und Manga

Michiko Mae
Die Mädchen-Revolution durch *shōjo* (Mädchen)-Manga.
Dekonstruktion von Gender und Liebe 21

Stephan Köhn
Magical Girl als alternative Gender-Räume im Anime.
Genderkonfigurationen und -konstruktionen
am Beispiel der Fernsehserie »Pretty Cure« 51

Christian Weisgerber
Von Kämpfern und kleinen Schwestern –
Geschlechterideale in *shōnen*-Geschichten 75

Kenji-Thomas Nishino
Genderbending-Grenzgänge in Mainstream-Anime und Manga 97

Japanische TV-Serien (*terebi dorama*)

Hilaria Gössmann

Kontinuität und Wandel weiblicher und männlicher
Lebensentwürfe in japanischen Fernsehserien (*terebi dorama*)
seit der Jahrtausendwende 127

Elisabeth Scherer

Alternative Lebensmodelle von der Stange?
Konstruktion und Rezeption von Geschlechteridentität
in japanischen Fernsehserien (*terebi dorama*) 149

Kreative Fan-Produktion

Katharina Hülsmann

Jenseits von Dichotomien. Diversifikation von
Männlichkeitskonstruktionen in *Boys'-Love-dōjinshi* 179

Stephanie Klasen

Von der Lust an der Last des Frau-seins:
Manga-Mitmachfanfiction als Raum für Gender-Experimente? 207

Gender-Spiele

Karen Heinrich

Kostümwechsel: Weibliche Rollendarstellungen im Cosplay 237

Björn-Ole Kamm

Cross-Gender Table-Talk-RPG auf Japanisch; oder:
die beiläufigen Realitäten des Tischrollenspiels 273

Die Autorinnen und Autoren dieses Bandes 305

Einleitung:

Japanische Populärkultur und Gender

Michiko Mae, Elisabeth Scherer, Katharina Hülsmann

Durch die weltweite, nationale und kulturelle Grenzen überschreitende Verbreitung der neuen Medien und durch die zunehmende Vernetzung wird es immer wichtiger, Genderfragen bezogen auf Populärkultur in einer transkulturellen Perspektive zu erforschen. Seit den 1990er Jahren boomt die japanische Populärkultur nicht nur in Ostasien, sondern auch in weiten Teilen der übrigen Welt und hat großen Einfluss besonders auf junge Menschen. Sie begeistert Jugendliche, junge Frauen und junge Männer und verbindet sie durch vielfältige Fangemeinschaften, in lokalen Gruppen ebenso wie in Netzwerken, die über Kontinente hinwegreichen. Sichtbar wird diese Begeisterung für die japanische Populärkultur durch die langen Regalreihen mit Manga in Buchhandlungen, bei großen Conventions in aller Welt und durch Cosplayer, die aufwändige Kostüme selbst herstellen, um in der Gestalt von Figuren aus Anime, Manga und Videospiele aufzutreten zu können. Im Internet tauschen sich junge Menschen aus aller Welt über neue Werke aus, übersetzen Manga und TV-Serien und bewerten gegenseitig ihre eigenen Fan-Produktionen, die von Illustrationen bis hin zu ganzen Romanen reichen können.

Die japanische Populärkultur ist wegen ihrer weltweiten Verbreitung und prägenden Kraft für junge Menschen nicht nur ein wichtiges Thema für die Medienforschung, sondern bietet auch für die transkulturelle Genderforschung aufschlussreiche Frage- und Problemstellungen. Einige ihrer Genres sind von Anfang an in genderspezifischen Formen entstanden und haben sich in dieser Gendersegregation weiter entwickelt. So gibt es spezielle Manga-Zeitschriften, die sich jeweils nur an Jungen oder Mädchen (aber auch an andere Gruppen) richten, und im Fernsehen sind feste Zeitschienen zum Beispiel für Hausfrauen reserviert. In der japanischen Gesellschaft sind die Geschlechterwelten zwar komplementär, bestehen aber relativ unabhängig voneinander (vgl. Saito 1998; Ueno 2007; Fujimoto 2008).

Gendersegregation in der Populärkultur ist aber nicht nur ein spezifisches Phänomen der japanischen Gesellschaft: Bereits die frühen Untersuchungen zur Medienforschung am Centre for Contemporary Cultural Studies in Birmingham in den 1970er Jahren haben deutlich gemacht, dass auch in der Medienproduktion und -rezeption in der westlichen Welt eine deutliche Genderdifferenz besteht. Eine Gendertrennung nach Genres, bei Rezeptionsverhaltensweisen, Fan-Aktivitäten etc. zeigt sich auch in der Rezeption der japanischen Populärkultur in westlichen Ländern; zugleich werden hier Gendergrenzen aber auch aufgebrochen, wenn z. B. Mädchen in Deutschland Manga lesen, die in Japan in Magazinen für Jungen oder junge Männer erscheinen – und nicht selten bei Fan-Conventions in das Kostüm ihrer männlichen Helden schlüpfen. Ob Gendersegregation oder Überwindung von Gendergrenzen – in beiden Fällen zeigt sich, wie stark und prägend der Einfluss von Gender in der japanischen Populärkultur auf Produktion und Rezeption ist. Das macht die japanische Populärkultur zu einem besonders ergiebigen Forschungsfeld für die Genderforschung.

Die Bedeutung von Gender ist in der Populärkulturforschung längst erkannt worden und es gibt zahlreiche Forschungsarbeiten dazu; allerdings beziehen sie sich meist auf einzelne Genres oder Werke. Zu japanischer Populärkultur gibt es in westlichen Sprachen bereits einige Bücher und Aufsätze, die den Gender-Aspekt in Bezug auf ein bestimmtes Medium, Genre oder Zielpublikum zum Fokus ihrer Betrachtung machen, zum Beispiel die Arbeiten zu TV-Serien von Hilaria Gössmann (2000) und Muramatsu Yasuko (2002), die Beschäftigung mit Mädchen-Kultur (u. a. Aoyama und Hartley 2010; Dollase 2003, 2008; Shamoon 2007, 2012), die umfangreiche Forschung zu *Boys'-Love-Manga* (u. a. Levi et al. 2010; Kamm 2010; Nagaike und Suganuma 2013), Aufsätze zur weiblichen und männlichen Leserschaft des populären Mangas *Naruto* (in Berndt und Kümmerling-Meibauer 2013), sowie Forschungen über Gender in der Kultur der sogenannten Otaku, die als besonders enthusiastische Fans populärkultureller Produkte gelten (u. a. Freedman 2009; Galbraith 2009).

Der vorliegende Band gibt nun erstmals in einer westlichen Sprache einen breiten Überblick über verschiedene Genres der japanischen Populärkultur aus der Perspektive der Genderforschung. Kommerzielle Medien wie Manga, Anime und TV-Serien, aber auch Fan-Praktiken wie Amateur-Manga oder Cosplay werden vorgestellt und anhand von Beispielen auf ihre Bedeutungsdimensionen in Bezug auf Gender hin analysiert. Dabei zeigt sich ein vielfältiges Spektrum: Es reicht von innovativen, Gendergrenzen überschreitenden Werken, über die versteckte ›Komplizenschaft‹ populärkultureller Werke mit konservativen Kräften bis hin zu widerständigen Praktiken und vielfältigen Aktivitäten von Fans, die kommerzielle Mainstream-Geschichten entsprechend ihrer Wünsche und Sehnsüchte kreativ weiterentwickeln.

Medien- und Populärkultur in feministischen Perspektiven

In vielen feministischen Analysen zur Darstellung von Gender in Medien und Populärkultur seit den 1970er Jahren war der Fokus auf Frauenbilder und -images gerichtet; dadurch konnten bestimmte Stereotypen von Frauen wie Mutter, Ehefrau, Karrierefrau etc. herausgearbeitet und kritisch beleuchtet werden. Diese Art der Analyse hat die Sensibilität für stereotypisierende Genderdarstellungen in den Medien erhöht. Man hat erkannt, dass Medien die in der Gesellschaft bestehenden stereotypen Bilder von Männlichkeit und Weiblichkeit nicht einfach nur widerspiegeln, sondern dass sie – als »Ort der Erzeugung geschlechtlicher Bedeutungen« (Fritzsche 2011, S. 26) – aktiv beteiligt sind an der diskursiven Hervorbringung von Gender-Definitionen (vgl. Hepp 2010, S. 62 f.). Zunächst ist man dabei von der Annahme ausgegangen, dass die Rezipierenden die in den Medien vorgegebenen Genderbilder passiv übernehmen würden. Es wurde aber bald deutlich, dass sie durchaus nicht immer mit den jeweiligen medialen Gender-Positionierungen übereinstimmen und dass sie in ihrer Medienaneignung auch widerständige Lesarten entwickeln, wie zahlreiche Untersuchungen zeigen.

Aktiven Widerstand gegen die bestehenden Weiblichkeitsbilder zu leisten und gegen die Männergesellschaft zu rebellieren, darum ging es auch in verschiedenen populärkulturellen Aktivitäten und Ausdrucksformen wie der Riot-Grrrl-Bewegung seit Anfang der 1990er Jahre. Solche neuen populärkulturellen Tendenzen der feministischen Bewegung waren das Projekt einer Generation junger Frauen, die als »born into feminism« charakterisiert wird (Eisenhauer 2004, S. 82). Mit ihnen rückte die Kategorie ›Girl‹ (junge Frauen als »citizens, consumers, producers«; Fine 2004, S. xiv) ins Zentrum. Diese jungen Frauen wurden zu den »new heroes of popular culture« (Harris 2004a, S. xvii). In der Populärkultur und in den Mainstreammedien entstand ein Diskurs über ›Girl Power«, die vor allem als ›individual power‹ verstanden wurde. Junge Frauen, die bestimmte Verhaltensweisen und Ausdrucksformen von Feminität zeigten und dies als Praxis der Emanzipation verstanden, wurden als »powerful« charakterisiert. Dies sollte suggerieren, dass Gendergleichheit und Freiheit zur Selbstverwirklichung bereits erreicht sind und dass es nun um das ging, was Girls/junge Frauen lieben, was sie denken, worüber sie sprechen und was sie bewegt (Baumgardner 2004, S. 65).

Aber Girl Power steht nicht nur für ›individual power‹, sondern auch für ›consumer power‹. Anita Harris zeigt, wie in der Medien- und Konsumgesellschaft besonders für junge Menschen das Konzept der sozialen und politischen citizenship transformiert wird in eine ›consumer citizenship‹. Weil man die neoliberale Ideologie mit dem Girl-Power-Konzept verknüpft hat, waren es vor allem Girls/junge Frauen, durch die »[t]he reinvention of youth citizenship as consumer power« umgesetzt werden sollte (Harris 2004b, S. 165). Girl Power präsentiert sich als ein

Diskurs über den citizenship-Status, der Autonomie, soziale Rechte, Unabhängigkeit, ›Power‹ umfasst, die – so wird suggeriert – am besten durch freie individuelle Konsumententscheidungen verwirklicht würden (Harris 2004b, S. 167).

Die Botschaft der Medien- und Konsumgesellschaft, dass Girls nur dann ›powerful citizens‹ sind, wenn sie konsumieren, hat bei vielen jungen Frauen dazu geführt, ihr Konsumverhalten und ihren Lifestyle als eine »Möglichkeit zur Entfaltung einer symbolischen Kreativität« (Fritzsche 2011, S. 33) zu verstehen. Aber sie sehen nicht nur den Konsum als eine neue Quelle für die Ermächtigung von Frauen, sondern suchen auch als Produzentinnen ein aktives Mitwirken an der Kulturindustrie (Harris 2004b, S. 168). Durch die neuen Medien schaffen sie sich Räume für Selbstaussdruck und politische Partizipation und werden so zu »new girl citizen[s]« (Harris 2004b, S. 171).

Das Engagement dieser jungen Frauen äußert sich nicht mehr, wie bei den Frauen der zweiten Welle des Feminismus, in kollektiven sozialen Protestbewegungen und Aktionen gegen eine die Frauen diskriminierende Politik und das patriarchale Gesellschaftssystem insgesamt. Vielmehr richtet sich ihr Interesse auf etwas, das man eine feministische Mikropolitik nennen könnte, also auf individualistische, nicht organisierte Formen von Widerstand und ihre eigenen neuen Ausdrucksmöglichkeiten. Als Konsumentinnen und Produzentinnen handeln sie in der sich weiter entwickelnden Kulturindustrie die Bedingungen für ihren freien kulturellen Ausdruck aus.

Der Schwerpunkt des feministischen Kampfes dieser jungen Frauen verlagert sich so in die Welt der Images und der Kultur, und Öffentlichkeit bedeutet heute vor allem Medienöffentlichkeit. Um politische und öffentliche Macht zu erringen, muss man deshalb Macht und Präsenz in den Medien und im Konsum gewinnen, denn es geht jetzt vor allem um die Macht der Repräsentation, um Images und darum, wie diese in Diskursen gedeutet und welche Bedeutungen ihnen gegeben werden.

Dabei besteht allerdings die Gefahr, dass die medialen Interessen und Praxen von Mädchen und jungen Frauen von der Medien- und Konsumindustrie vereinnahmt und benutzt werden; die populärkulturelle Ermächtigung der Frauen und ihre individualistischen Tendenzen könnten dann zu einer Schwächung der feministischen Idee führen. Gegen diese kritische Betrachtung, wie sie z. B. von Angela McRobbie vertreten wird (McRobbie 2010), kann man aber auch argumentieren, dass Widerstand gegen die Vereinnahmung durch die Medien- und Konsumgesellschaft nur durch mediale und kulturelle Praxen geleistet werden kann und dass man auf diese Weise gegen die Entpolitisierung der feministischen Idee kämpfen sollte (Harris 2004a, S. 8; 2004b, S. 163–171). Viele junge Frauen und Feministinnen, die soziale Medien und Websites nutzen, versuchen, eine neue Öffentlichkeit und neue kulturelle und soziale Räume, die sich auch in den Mainstream-Medien

eröffnen, zu finden und zu schaffen. Um diese neue »Politik der Subjektwerdung« (Munford 2007, S. 268) genauer zu untersuchen, richtet man in der feministischen Forschung den Fokus auf die kulturellen und sozialen Praxen von Frauen als Trägerinnen der Populärkultur. Für diese Forschung, in der es um die Pluralität der Bedeutungsinterpretationen der Gender-Images in den Medien und um subversive Deutungen als wichtige kulturelle Praxen geht, müssen sich Genderforschung, Cultural Studies und Medienforschung verbinden und miteinander kooperieren.

Vom Konsum zur Eigen-Produktion – Partizipation an Populärkultur

Viele Untersuchungen zu japanischer Populärkultur und Gender beschränken sich auf die Text-Ebene und arbeiten heraus, wie dort Weiblichkeit und Männlichkeit konstruiert werden. Die Frage, wie diese fiktionalen Gender-Konstruktionen aufgenommen werden, ob sie zur Reflexion anregen oder gar eine emanzipatorische Wirkung entfalten können, bleibt in solchen Arbeiten jedoch offen.

Die Erforschung von Gender in der Populärkultur sollte deshalb die Erkenntnisse der Active-Audience-Theorien einbeziehen, die auf die große Bedeutung von Rezeptionsprozess und Fan-Aktivitäten hinweisen und zeigen, dass die Schwelle zwischen Medienproduktion und Medienrezeption immer niedriger wird. Fritzsche versteht Fan-Aktivitäten und -Praktiken als ein kulturelles Handeln mit hohem Kreativitätspotential und betont die performative Dimension dieses fan-kulturellen Handelns. Sie werde besonders deutlich bei der »performative[n] Herstellung von Geschlechtsidentität« (Fritzsche 2011, S. 63); denn hier dienen, so Fritzsche, die kreativen Fanpraktiken »auch einer experimentellen geschlechtlich konnotierten Selbstinszenierung« (Fritzsche 2011, S. 64). Diese Fanpraktiken können sich gegenüber der Mediennutzungssituation verselbständigen und eine eigene Sinnhaftigkeit entwickeln. So können Freiräume für alternative (Gender-)Repräsentation und ›Orte des Widerstandes‹ entstehen, indem sich die Fans fremdbestimmte Medienprodukte zu eigen machen, sie umdeuten und umfunktionieren. Der Medienkonsum und die Aneignungspraktiken werden so zu einem aktiven Prozess der Bedeutungsproduktion und des »Kampf[s] um Bedeutung« (Ang 1996, S. 8).

Erst durch die aktive Beteiligung der Rezipierenden und durch deren Deutungsmacht können sich laut Fiske populärkulturelle Medientexte in einem Prozess der »sozialen Zirkulation von Bedeutung« entfalten (Mikos 2009, S. 157). Voraussetzung dafür ist ihre Polysemie, d.h. Offenheit für die Möglichkeit von verschiedenen Deutungen und Lesarten. Medientexte können auch gegen ihren ursprünglichen Sinn gelesen werden und sie müssen Lücken haben, die groß ge-

nug sind, »um ganz neue Texte [...] entstehen zu lassen« (Fiske in Hepp 2010, S. 71). Dadurch wird den Rezipierenden die Möglichkeit gegeben, ihre eigenen Interessen, Wünsche und Sehnsüchte zu artikulieren und differente neue Bedeutungen zu produzieren. Fans können so Bezüge zwischen ihrem eigenen Leben und dem Leben der fiktionalen Figuren herstellen, die ihr ›emotionales Involvement‹ intensivieren und zu starken ›emotionalen Bindungen‹ zu diesen Figuren führen. Wichtig für einen populärkulturellen Medientext ist seine Anschlussfähigkeit an die Alltagspraktiken der Rezipierenden. Die durch den Text und dessen Aneignung produzierten Bedeutungen müssen in einem direkten Bezug zu der alltäglichen Erfahrung der Rezipierenden stehen und dem eigenen »Alltagsleben einen Sinn [...] verleihen« (Hepp 2010, S. 73). Medienpraxis kann so zu einem Ort des Konflikts zwischen verschiedenen Kräften der Produktion und unterschiedlichen Lesarten werden und macht einen Text zu einem offenen Kontext, in dem die Konsumierenden ihre Autonomie gewinnen können.

Fiske sieht gerade in Fans besonders aktive Produzierende von Bedeutungen und beschäftigt sich in seinem Artikel *The Cultural Economy of Fandom* mit dem kulturellen Kapital, das Fans bei der Partizipation an Populärkultur erwirtschaften (Fiske 1992, S. 33). Aber weil Fans laut Fiske dieses Kapital nicht in ökonomisches Kapital umwandeln können, befinden sich die Konsumierenden von populärkulturellen Texten in einer marginalisierten Position gegenüber denjenigen, die von der Erwirtschaftung von kulturellem Kapital im eigentlichen bourdieuschen Sinne profitieren. Dadurch erhalten Fan-Aktivitäten nach Fiske eine subversive Tendenz.

Wenn man Populärkultur als einen »Ort der Hervorbringung von Widerständigkeit« (Thomas 2012, S. 222) z. B. gegenüber etablierten Geschlechterverhältnissen versteht, muss man fragen, wie eine solche Widerständigkeit Wirkungsmacht entfalten kann und wie aus ihr »Praktiken des Widerstands« hervorgehen können, die sich der Vereinnahmung und Vermarktung durch Kultur- und Medienindustrie entziehen. Solche Fragen thematisiert Thomas, die in ihrem Aufsatz über Populärkultur als Vergesellschaftungsmodus zwischen Konformität und Widerständigkeit zeigt, dass eine letztgültige Bestimmung von einzelnen populärkulturellen Produkten als ›subversiv‹ oder als ›affirmativ‹ nicht sinnvoll ist. Subversive und affirmative Elemente können im Text selbst wie auch in der Lektüre von Texten gefunden werden. Im Zusammenspiel von populärkulturellem Text und seiner Lektüre ist Widerständigkeit, so Thomas, besonders in der sozialen Bedeutung von Texten und im sozialen Geschehen um Texte zu finden (Thomas 2012, S. 221).¹

1 Gleichzeitig vertritt Thomas die These, dass sich die Frage nach der sozialen Bedeutung von Widerständigkeit und nach ihrer Wirkungsmächtigkeit nur retrospektiv beantworten lässt.

Die verschiedenen Lesarten von Texten und das soziale Geschehen um Texte sind Fokuspunkte der Fan Studies. Basierend auf Michel de Certeaus Arbeit beschäftigt sich Henry Jenkins mit dem *Textual Poaching* (Jenkins 2009), das besonders weibliche Fans in populärkulturellen Texten betreiben, indem sie sich solche Texte ohne Autorisierung durch die eigentlichen Urheber aneignen. Während die emotionale Bindung zum Text ein wichtiger Bestandteil ihrer Motivation ist, mit dem Text kritisch umzugehen, kann ein anderer Teil dieser Motivation auch aus einer Frustration hervorgehen, die der populärkulturelle Text möglicherweise hervorruft. Diese Ambivalenz der Gefühle führt dazu, dass Fans das Bedürfnis verspüren, den Text zu korrigieren und an ihre Vorstellungen anzupassen. Jenkins' Konzept des textuellen Wilderns liefert so ein Modell, das die scheinbar entgegengesetzten Pole von affirmativen und konträren Einstellungen gegenüber populärkulturellen Texten vereint und aufzeigt, wie sich gerade eine ambivalente Einstellung gegenüber Texten in ermächtigenden Aktivitäten niederschlagen kann. Dabei zeigt Jenkins auf, dass Fans keineswegs wahllos konsumieren, sondern dass sie sorgfältig Texte aussuchen, die, wie oben erwähnt, Berührungspunkte zu ihren bereits bestehenden sozialen Bindungen und kulturellen Interessen aufweisen. Umso interessanter ist es zu sehen, inwiefern die populärkulturellen Texte auf subversive Weise gelesen oder gar auf subversive Weise bearbeitet und umgewandelt werden.

Das alles sind wichtige Aspekte und Motive, die beachtet werden müssen, wenn man sich mit Gender und Populärkultur beschäftigt. Auch Texte der japanischen Populärkultur, wie Anime, Manga und TV-Serien, enthalten vielfältige Potentiale der Subversion. Dies wird in den Aufsätzen im ersten und zweiten Teil des vorliegenden Buches deutlich, die sich Medientexten selbst sowie deren Produktion widmen. Die Beiträge zeigen, dass populärkulturelle Medienprodukte als für viele Lesarten offene Texte immer auch affirmative Elemente enthalten und auf diese Weise die binäre Gender-Ordnung bestätigen. Der dritte Teil des Buches widmet sich der Interaktion von Fans mit populärkulturellen Texten durch Fanfiction und *dōjinshi* (Amateur-Manga-Magazine). Diese Beiträge zeigen auf, wie in diesen Fan-Medien subversive Potentiale realisiert werden, indem normative Strukturen der Ursprungstexte hinterfragt und umgedeutet sowie neue Konstruktionen von Gender geschaffen werden. Fan-Aktivitäten sind aber nicht nur auf der Text-Ebene ein wichtiger Bereich der Populärkultur, sondern äußern sich auch in performativen und spielerischen Praktiken. Thema des vierten Teils dieses Studienbuchs sind deshalb Gender-Performanzen in der populären Fan-Praxis des Cosplay und in sogenannten Tischrollenspielen (Table-Talk-RPG). Bei beiden Aktivitäten schlüpfen die Teilnehmenden in die Rolle fiktiver Figuren und bringen so in performativer und spielerischer Weise selbst Gender hervor.

Durch diese verschiedenen Perspektiven eröffnet das Studienbuch einen um-

fassenden Blick auf japanische Populärkultur und Gender. Es werden nicht nur die Texte selbst beleuchtet, sondern auch die soziale Bedeutung und das soziale Geschehen um die Texte werden in den Fokus genommen. Dabei zeigen sich eine starke Ambivalenz und eine große Vielfalt von Deutungsmöglichkeiten und Praktiken. Dies bestätigt die These von Thomas, dass eine letztgültige Kategorisierung von Populärkultur in ›subversiv‹ und ›affirmativ‹ in Hinblick auf Gender nicht mehr möglich ist. Umso wichtiger ist es, die Ambivalenz und die Vielfältigkeit herauszuarbeiten, die im Spannungsfeld von Gender und japanischer Populärkultur entstehen.

Japanische Populärkultur und Gender: Die Beiträge dieses Bandes

Gender war in Japan in den Medien immer ein prägender Faktor. Bereits seit Mitte des 19. Jahrhunderts gab es eigene Publikationen für Kinder und Jugendliche; die erste Wochenzeitschrift für junge Menschen (*shōnen*) war die *Eisai Shinshi* (»Neue Zeitschrift für Begabte«), die ab 1877 erschien. Das Wort *shōnen* meint ursprünglich junge Menschen im Allgemeinen, d. h. Jungen und Mädchen.² Als im modernen Japan die allgemeine Schulpflicht eingeführt wurde (im Jahr 1872), gab es in Bezug auf die Inhalte der Schulfächer noch keine Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen. Mit dem Erziehungserlass von 1882 wurde dann aber die Bildung für Mädchen und Jungen stärker differenziert und mit dem gendertrennten Bildungssystem schritt die Gendersegregation insgesamt weiter fort. In der Zeitschrift *Shōnen Sekai* (»Welt der jungen Menschen«; gegründet im Januar 1895), in der zwischen Jungen und Mädchen zunächst noch nicht unterschieden wurde, entstand ab September 1895 eine *shōjo* (»Mädchen«)-Kolumne. Als dann 1897 der Prototyp des *shōjo shōsetsu* (»Mädchen-Erzählung«) geschaffen wurde, verbreitete sich damit auch die Bezeichnung *shōjo* (Kume 2013, S. 25). Nach der ersten Mädchenzeitschrift *Shōjokai* (»Die *shōjo*-Welt«), die im Jahr 1902 gegründet wurde, erschienen immer mehr Mädchenzeitschriften und damit entstand in Japan die Tradition der nach Geschlecht getrennten Zeitschriften. Während diese Mädchen- und Jungenzeitschriften bis 1945 hauptsächlich literarische Werke enthielten, wurden in den entsprechenden Publikationen ab den 1950er Jahren vermehrt Manga veröffentlicht, bis sich schließlich reine Manga-Zeitschriften ent-

2 *Shōnen* bedeutet wörtlich »junge Menschen« und meint heute noch juristisch sowohl Jungen als auch Mädchen. Seitdem aber das Wort *shōjo* (»Mädchen«) entstanden ist (1890), das von *shōnen* abgeleitet, aber als »weibliche« (junge Menschen) markiert wurde, bedeutet das Wort *shōnen* im allgemeinen Gebrauch nur noch »Jungen«.

wickelten. Auch diese Jungen- und Mädchen-Mangazeitschriften hatten ihre jeweils unterschiedliche Entwicklung und bildeten ein je eigenes Genre. Aber mit der Zeit gewannen Jungen-Mangazeitschriften wie *Shōnen Jump* auch weibliche Fans, und junge Männer lasen Manga, die eigentlich für Mädchen gedacht waren. Heute gibt es eine immer größere Überschneidung von männlichen und weiblichen Rezipierenden; dies wird auch durch verschiedene Fallstudien belegt (vgl. u. a. Oshiyama 2012; Fujimoto 2013).

Die medien- und genderbezogene Praxis der Populärkultur ist heute in Japan viel komplexer, als es Marketingstrategien vermuten lassen. Dolores Martinez weist darauf hin, dass Serien und Filme mit vielen Kampfscenen oder unheimlichen Figuren auch beim weiblichen Publikum gut ankommen: »[...] I have seen Japanese girls just as fascinated by walking, roaring Godzilla toys as they are with their dolls.« (Martinez 1998, S. 7). Aber auch der umgekehrte Fall, d. h. die Übernahme von Elementen ›weiblich‹ konnotierter Populärkultur in männliche Fankreise, kann in Japan schon seit einiger Zeit beobachtet werden. Der Gender-Forscher Itō Kimio berichtet, wie er selbst (und viele andere junge Männer) in den 1970er und 1980er Jahren Mädchen-Manga für sich entdeckte: »[...] shōjo manga offered me the opportunity to reconsider masculinity and to critically review the present situation of gender.« (Itō 2010, S. 174). Diese Geschichten – so Itō – boten den Männern eine Alternative zu der kompetitiven Arbeitswelt und ermöglichten ihnen die Reflexion über verschiedene Lebensmodelle und -chancen.

Diese Beliebtheit von *shōjo*-Werken bei Männern blieb nicht ohne Folgen: Honda Tōru stellt fest, dass in den 1980er Jahren das Genre der Liebeskomödie (jap. *rabukome*) in Anime und Manga für eine männliche Zielgruppe auftauchte – laut Honda eine deutliche Übernahme aus der *shōjo*-Kultur (Honda 2005, S. 149). Pionierin dieser neuen *shōnen*-Narrationen ist die Manga-Zeichnerin Takahashi Rumiko, die mit *Urusei Yatsura* (1981–1986) im Magazin *Shōnen Sunday* eine Serie etablierte, die sich ganz um die Liebe (zwischen Außerirdischen und Menschen) dreht. Mit *Maison Ikkoku* (1980–1987) und *Ranma ½* (1987–1996) führte Takahashi dieses Konzept der romantischen *shōnen*-Geschichte sehr erfolgreich fort. Die Zeichnerin hat sich als erste weibliche Künstlerin in den männlich dominierten Manga-Zeitschriften etabliert und damit auch dazu beigetragen, Genre-Grenzen aufzubrechen und die verschiedenen Zielgruppen wieder enger zusammen zu führen.

Mit Geschichten wie *Ranma ½*, die Action, Comedy und Romantik verbinden, gewannen die *shōnen*-Magazine auch eine immer größere weibliche Fanbasis. Diese Entwicklung setzt sich bis heute fort: Fujimoto legt anhand von nach Geschlecht aufgeschlüsselten Verkaufszahlen von Sammelbänden (*tankōbon*) dar, dass ein signifikanter Teil der Leserschaft von populären Serien wie »Naruto«, »One Piece« und »Prince of Tennis« weiblich ist (Fujimoto 2013, S. 178–180). Einen noch viel

wichtigeren Indikator für z. B. die Naruto-Begeisterung von Frauen sieht sie jedoch in der großen Anzahl von Fan-Manga (*dōjinshi*), die auf *shōnen*-Geschichten basieren, von Frauen produziert werden und sich klar an ein weibliches Publikum richten. Auf der wichtigsten Messe für japanische Amateur-Manga, der Comiket, nehmen solche Fan-Werke nachweisbar viel Raum ein (Fujimoto 2013, S. 182).

Der erste Teil dieses Studienbuchs widmet sich diesen Mädchen- und Jungenwelten in Anime und Manga. Die Beiträge zeigen die Vielfalt von Geschlechterkonstruktionen in diesen populärkulturellen Medien und nehmen dabei auch gesellschaftliche Hintergründe und die Zielsetzungen der Produktion in den Blick.

Die Entwicklung des *shōjo*-Manga, besonders seit den 1970er Jahren, als einige Manga-Autorinnen durch ihre neuartigen, qualitativ hochwertigen Werke die Manga-Welt revolutionierten, untersucht Michiko Mae in ihrem Beitrag. Durch die Darstellung von Transgender-Mädchen in männlicher Performanz und durch *shōnen-ai*-Geschichten, in denen statt Mädchen-Figuren schöne junge Männer die Position der Mädchen-Protagonistinnen einnehmen und nach der ›wahren‹ Liebe suchen, wurde im *shōjo*-Manga dieser Durchbruch geschaffen. Mae analysiert, welche Bedeutung diese beiden Ausprägungen von *shōjo*-Geschichten auch in Bezug auf das Konzept der *shōjo* haben. Im zweiten Teil ihres Beitrags interpretiert sie zwei herausragende Beispiele der neuen *shōjo*-Manga: In *Shōjo kaku-mei Utena* (»Revolutionary Girl Utena«) von Saitō Chiho wird in einer allegorischen Geschichte über das Transgender-Mädchen Utena die heteronormative Genderordnung dekonstruiert, indem deren problematische Grundstruktur symbolisch aufgedeckt und negiert wird. In *Zankokuna kami ga shihaisuru* (»The Savage God Reigns«) von Hagio Moto wird – in einer Geschichte von hohem literarischem Rang – die Liebe, die traditionell das Grundmotiv des *shōjo*-Manga war, in ihren verschiedenen Formen grundlegend in Frage gestellt, dekonstruiert und die beiden Protagonisten suchen nach einer neuen Möglichkeit menschlicher Bindung.

In der weltweiten Wahrnehmung und Begeisterung für die japanische Populärkultur hat eine Manga- und Anime-Serie einen besonderen Stellenwert: »Sailor Moon«. Mit »Sailor Moon« wurde das Genre des *Magical Girls* in den 1990er Jahren international als eines der wichtigsten *shōjo*-Genres etabliert. Diese *Magical Girls* verwandeln sich vom »Mädchen von nebenan« in tapfere Kämpferinnen, die für das Gute kämpfen.

Über zwanzig Jahre nach dem Erscheinen von »Sailor Moon« sind *Magical Girls* weiterhin ein ebenso beliebtes wie lukratives Element populärkultureller Erzählungen in Japan. Stephan Köhn richtet in seiner Untersuchung zu Genderkonfigurationen und -konstruktionen am Beispiel von »Pretty Cure« sein besonderes Augenmerk auf den Produktionsprozess von Anime-TV-Serien und weist nach, wie die spezifischen Produktionsbedingungen und ökonomischen Prozes-

se Genderrepräsentationen determinieren können. Ein Überblick über die Entwicklung dieses Genres zeigt, dass seit »Sailor Moon« ein zunehmender Fokus auf den Transformationsprozess der Heldinnen und eine gezielte Feminisierung – als Zeichen von Stärke – festzustellen sind. Die Erzählungen um heldenhafte magische Mädchen erweisen sich in Köhns Beitrag als sehr stark zielgruppenorientierte Produkte, die zwar alternative Gender-Projektionsflächen bieten, dabei aber immer den Gesetzen des Marktes folgen: So dürfen magische Gegenstände, die in den *Magical-Girl*-Serien die Verwandlung ermöglichen, schon seit »Akko-chan« (1969–1970) nicht mehr fehlen, da sie für die Produktionsfirmen hervorragend zu vermarktende Merchandise-Objekte sind. Auch das aktuelle Beispiel der Anime-Serie »Pretty Cure« verdeutlicht die Vielschichtigkeit und Komplexität von populären Gender-Repräsentationen in Zeiten der »convergence culture« (Jenkins 2006). Köhns Beitrag relativiert die anfangs häufig allzu positive Einschätzung des *Magical-Girl*-Genres und seiner Subversivität im westlichen akademischen Kontext und ist somit auch ein Plädoyer für eine stärkere Kontextualisierung von populären Texten.

Christian Weisgerber beschäftigt sich in seinem Beitrag mit dem Genre der *shōnen*-Manga, das bisher in der Forschung noch vergleichsweise wenig Beachtung gefunden hat. Anhand der Entwicklung dieses Genres zeigt Weisgerber auf, wie sich in diesen Geschichten für Jungen der Idealtypus eines gerechten, jugendlich-männlichen Kämpfers entwickelt hat, der für gesellschaftlichen Aufstieg oder gegen (häufig »ausländische«) Feinde kämpft. Dem gegenüber stehen Konstruktionen von Weiblichkeit, die von Schönheit, Hilfsbedürftigkeit und Mütterlichkeit geprägt sind. Als einen Hintergrund dieser *shōnen*-Geschichten, in denen Sieg im Kampf oder im gesellschaftlichen Wettbewerb die höchsten Ziele darstellen, sieht Weisgerber den Topos des »Pfirsichjungen« Momotarō, der der japanischen Märchenwelt entstammt (siehe auch Weisgerber 2013). Wenngleich die *shōnen*-Manga des Mainstreams dieses Muster im Wesentlichen beibehalten, so gibt es in Bezug auf die Geschlechterideale doch ein großes Veränderungspotential in Teilbereichen. In seiner Analyse der Figur der »kleinen Schwester« in drei Baseball-Manga von Adachi Mitsuru (*Touch*, *H2* und *Cross Game*) zeigt Weisgerber, dass es seit den 1980er Jahren einen Wandel in der Geschlechterkonstruktion gegeben hat. Auch wenn für den *shōnen*-Helden der Sieg weiter im Vordergrund steht, hat sich sein weiblicher Gegenpart von der mütterlich-sorgenden Unterstützerin zu einer gleichberechtigten Partnerin mit ebenbürtigen Fähigkeiten entwickelt.

Der erste Teil des Studienbuchs wird abgerundet durch den Beitrag von Kenji-T. Nishino, der einen genre- und medienübergreifenden Blick auf die Darstellung von Genderbending in *shōjo*-, *shōnen*- und *seinen* (junge Männer)-Geschichten wirft. Genderbender, das heißt Figuren, die mit Geschlechtergrenzen spielen und nicht eindeutig männlichen oder weiblichen Konstruktionen von

Geschlecht zuzuordnen sind, sind ein Motiv, das sich in vielen Manga und Anime findet. Auf der Grundlage der Hybriditätstheorie von Homi Bhabha versteht Nishino Genderbending als eine Strategie, mit der die herrschende heteronormative Geschlechterordnung hybridisiert werden kann, und dabei spielt für ihn der Subversionsbegriff im Sinne Judith Butlers eine entscheidende Rolle. Anhand von Beispielen aus populären Serien wie »Sailor Moon«, »Naruto«, »One Piece« und »Ouran Highschool Host Club« zeigt Nishino, wie Genderbending in die Heteronormativität übersetzt wird und unter welchen Voraussetzungen sich die Subversion des hegemonialen Konzepts der Gender-Binarität in Mainstream-Medien niederschlagen kann und darf. Durch Heterosexualisierung und Kontextualisierung (das Genderbending der Figuren ist nicht von Dauer) kann Genderbending mit seinen subversiven Elementen in die untersuchten Medientexte aufgenommen, übersetzt und ›gefahrlos‹ dargestellt werden, da es zu einem »integrale[n] Bestandteil der Idee dichotomer Geschlechterrollen« gemacht wird. Wie Nishino darlegt, bleibt daher offen, in welchem Ausmaß Genderbending ein subversives Potential entfalten kann.

Der zweite Teil dieses Studienbuchs wirft einen kritischen Blick auf ein weiteres wichtiges Mainstream-Medium der japanischen Populärkultur: TV-Serien (*terebi drama*). In Japan gibt es verschiedene Formate von *terebi drama*, die zu verschiedenen Uhrzeiten und über unterschiedliche Zeitspannen hinweg ausgestrahlt werden. Die Serien sind dabei sehr genau auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten, um diese als mögliche Kunden für die Werbesponsoren der Sendungen ansprechen zu können. Gender wird auf diese Weise zu einem wichtigen Faktor des Produktionskalküls, und viele *terebi drama* – vor allem solche, die sich an Frauen richten – stellen Gender-Fragen sogar thematisch in den Mittelpunkt. Beliebte Themen sind die Selbstbehauptung von Frauen in der Arbeitswelt, die Auseinandersetzung mit traditionellen Familienmodellen und alternative Beziehungsformen, z. B. zwischen einer älteren Frau und einem jüngeren Mann. Dabei sind die Serien meist auf eine starke Identifikation des Publikums mit den handelnden Figuren hin angelegt. *Terebi drama* eignen sich daher besonders dafür, die populärkulturelle Auseinandersetzung mit Genderkonstruktionen und Lebensentwürfen sowie deren Rezeption zu untersuchen.

Hilaria Gössmann erarbeitet in ihrem Beitrag einen breiten Überblick über die Verhandlung von weiblichen und männlichen Lebensentwürfen in *terebi drama* seit den 1990er Jahren. Dabei zeigt sie anhand einiger besonders prägnanter Beispiele, wie TV-Serien zu einem Diskursforum gesellschaftlicher Problematiken werden können. Sie beschäftigt sich mit dem Wandel wie auch mit der Kontinuität von Gender und Beziehungsmustern und macht deutlich, wie mit Themen wie arbeitenden Frauen, Hausmännern, Single-Dasein und unkonventionellen Liebesbeziehungen umgegangen wird. Gössmann arbeitet in ihrem Beitrag heraus, dass

die untersuchten Serien seit der Jahrtausendwende deutlich die Pluralisierung von Lebensentwürfen im gegenwärtigen Japan widerspiegeln.

Elisabeth Scherers Beitrag zeigt, wie bei japanischen Fernsehserien auf den drei Ebenen Produktion, Serientext und Rezeption die Kategorie Gender verhandelt wird. Dadurch eröffnet sich ein Blick auf die verschiedenen Instanzen, die Genderkonstruktionen in *terebi dorama* bestimmen und auf die Potentiale und Grenzen dieser Form der Mainstream-Unterhaltung. Für ihre Untersuchung des japanischen Serien-Marktes zieht sie das Beispiel der Serie *Magerarenai onna* heran, in der es um eine »unbeugsame Frau« geht, die weitgehend frei von den gesellschaftlichen Erwartungen an eine Frau lebt. *Magerarenai onna* macht durch die Darstellung eines ungewöhnlichen Frauentyps den Zuschauenden verschiedene Angebote zur Identifikation und Reflexion der eigenen Gender-Performanz, die aber, wie Scherer anhand der Rezeption der Serie herausarbeitet, nicht immer angenommen werden. Deutlich zeigt sich, dass gesellschaftliche Rahmenbedingungen und die persönliche Lebenssituation der Rezipierenden einen großen Einfluss darauf haben, wie wirksam alternative Gender-Bilder werden können.

Im Mittelpunkt des dritten Teils dieses Studienbuchs steht die aktive Rezeption japanischer Populärkultur. Hier geht es um zwei Arten von Fan-Texten, die von aktiven Lesenden und Zuschauenden selbst geschaffen werden: *dōjinshi* (japanische Amateur-Manga) und Fanfiction (von Fans selbst geschriebene Geschichten). Diese beiden Ausdrucksformen der Fankultur haben in der anglophonen Welt und in Japan eine teils parallel verlaufende Entwicklung hinter sich und bieten sich besonders an, um die Interpretationen und Reflexionen von Fans zu Werken populärkultureller Medien zu ergründen.

Katharina Hülsmann untersucht in ihrem Beitrag japanische *dōjinshi*, die sich auf die *seinen*-Manga-Serie *Berserk* beziehen. Während der Manga sich bewusst an junge Männer (jap. *seinen*) richtet, sind die Autor/-innen von *dōjinshi* oft Frauen. Der Beitrag zeigt, wie anhand von Umdeutungen des Mangas und durch Ausfüllen von Leerstellen die Männlichkeit der Protagonisten in den *dōjinshi* jeweils anders inszeniert wird. Es wird einerseits herausgearbeitet, dass die visuelle Darstellung der Protagonisten in den *dōjinshi* durchaus eine zum Teil explizite Darstellung von Männlichkeit ist, die Figuren aber emotional anders konstruiert werden und eine Verletzungsoffenheit zeigen, die mit dem im Ursprungsmaterial vorhandenen Ideal der hegemonialen Männlichkeit bewusst bricht.

Stephanie Klasen beschäftigt sich in ihrem Beitrag mit deutschsprachiger Fanfiction zu der auch hierzulande sehr beliebten Anime- und Manga-Serie *Naruto*. Dabei stellt sie die Annahme auf den Prüfstand, dass Fanfiction als marginalisiertes Medium inhärent eine subversive Botschaft vertrete. Bei der untersuchten Fanfiction handelt es sich um eine »Mitmach-Fanfiction«, ein spezielles Sub-Genre, das bisher nur wenig wissenschaftliche Beachtung gefunden hat. In diesem Genre

treten die Autor-/innen der Fanfiction in direkten Kontakt mit den Lesenden und es findet ein reger Austausch über die jeweilige Geschichte statt. Klagen analysiert nicht nur die Geschichte der Fanfiction selbst (die den Geschlechtertausch verschiedener Figuren aus *Naruto* zum Thema hat), sondern auch die Reaktionen und Äußerungen der Lesenden, die sich über das Geschehen und besonders über die Geschlechterkonstruktionen in der Geschichte austauschen. In der Geschichte und in der Kommentarsektion entstehen, wie Klagen verdeutlicht, verschiedenste Deutungen von Genderverhältnissen – ein »Geschlechtertausch« als narrativer Kern bedingt allerdings nicht automatisch, dass hier auch eine subversive Lesart des Ursprungstextes vorliegt.

Der letzte Teil dieses Studienbuchs beschäftigt sich mit populärkulturellen Praktiken, bei denen Genderkonstruktionen durch kreative und reflexive Handlungen von Rezipierenden spielerisch umgesetzt und dabei neu ausgehandelt werden. Die Beiträge widmen sich der Performanz von Gender in den international verbreiteten und beliebten Praktiken Cosplay (das Sich-Verkleiden als fiktionale Figuren) und Tabletalk-RPG (Live-Rollenspiele am Tisch).

Karen Heinrich beleuchtet in ihrem Beitrag weibliche Rollendarstellungen im Cosplay. Cosplay ist eine Fanpraktik, die sich im Austausch von japanischer und westlicher Fankultur entwickelt hat. In seiner heutigen Form und unter der Bezeichnung Cosplay wird das Sich-Verkleiden als fiktionale Figuren vor allem von Fans japanischer Populärkultur praktiziert und ist besonders bei jungen Frauen beliebt. Heinrich zeigt auf, auf welcher vielschichtigen Weise Vorstellungen von Weiblichkeit und Genderrollen für Cosplayerinnen relevant werden: Von der Identifikation mit der Figur, über die Entscheidung, das Kostüm herzustellen, bis hin zum Akt des Sich-Verkleidens und der Teilnahme an Conventions. Einerseits bieten japanische populärkulturelle Medien wie Anime, Manga und Videospiele den Cosplayerinnen eine Vielzahl an starken und attraktiven weiblichen Rollen an, in die sie sich hineinversetzen können und die sie durch die Praxis des Cosplay aktiv zur Schau stellen. Andererseits sind diese fiktionalen Figuren aber auch ein Objekt des männlichen Blickes, mit dem sich Cosplayerinnen bei der Selbstdarstellung ebenfalls auseinandersetzen müssen.

Mit einer anderen Form der Performanz von Geschlechterrollen beschäftigt sich Björn-Ole Kamm in seinem Beitrag über Tischrollenspiele (Table-Talk-RPG) in Japan. Bei diesen Rollenspielen übernehmen die Spielenden die Rollen von fiktionalen, zum Teil selbst erfundenen Figuren, die sie im festgelegten Rahmen eines Rollenspiels darstellen. Diese Spielpraktik hat bisher noch nicht viel Beachtung im akademischen Diskurs gefunden. Der Beitrag zeigt jedoch, dass dieses Feld auch für die Genderforschung einige tiefgreifende Erkenntnisse offenbart. Im Fokus dieses Beitrages steht Gender als eine »beiläufige Realität«, das heißt als etwas, das spontan und teils unbewusst im Gespräch bzw. in der Praxis des Spiels

konstruiert und als »gegeben« betrachtet wird. Dabei ist besonders interessant, wie weibliche Figuren von männlichen Spielern dargestellt werden und welche Darstellungsweisen von Geschlecht am Spieltisch als natürlich betrachtet werden. Die Spielpraktik des Table-Talk-RPG ist im japanischen Kontext auch deshalb von besonderem Interesse, weil es hier durch die Verwendung von geschlechtsspezifischer Sprache eine Dimension gibt, die im westlichen Kontext in dieser Form nicht vorkommt.

Insgesamt umfasst der vorliegende Band eine breit gefächerte, aber auch detaillierte Betrachtung von Genderrepräsentationen und Genderkonstruktionen in den Medien und der Praxis der japanischen Populärkultur. Während die ersten beiden Teile verschiedene Dimensionen von Gender in den Mainstream-Medien japanischer Populärkultur untersuchen, beschäftigen sich der dritte und vierte Teil vertiefend mit Konstruktionen von Gender, die in der Interaktion der Rezipierenden mit populärkulturellen Texten entstehen – sei es durch die Produktion eigener Fanwerke oder durch spielerische Auseinandersetzung in Fanpraktiken wie Cosplay und Rollenspielen. Es wird kritisch aufgezeigt, wo Potentiale zu neuen und befreienden Genderkonstruktionen bestehen, aber gleichzeitig herausgearbeitet, inwiefern auch konservative und ambivalente Elemente enthalten sind. Das Studienbuch geht über bisherige Veröffentlichungen hinaus, da es eine große Bandbreite verschiedener japanischer populärkultureller Medien aus medienanalytischer Perspektive einbezieht und zudem den für die Betrachtung von Gender aufschlussreichen Kontext der Interaktion zwischen Fans und populärkulturellen Texten aufgreift. So zeigt sich Populärkultur als gelebte Partizipationskultur, in der Gender-Bedeutungen ausgehandelt und vielfältige Gender-Praktiken mit einbezogen werden.

Literatur

- Ang, I. (1996). *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. London: Psychology Press.
- Aoyama, T. & Hartley, B. (Hrsg.). (2010). *Girl Reading Girl in Japan*. Abingdon, New York: Routledge.
- Baumgardner, J. & Richards, A. (2004). Feminism and Femininity: Or How We Learned to Stop Worrying and Love the Thong. In A. Harris (Hrsg.), *All About the Girl: Culture, Power, and Identity* (S. 59–67). London: Routledge.
- Berndt, J. & Kümmerling-Meibauer, B. (Hrsg.). (2013). *Manga's Cultural Crossroads*. New York, London: Routledge.
- Dollase, H. (2003). Early Twentieth Century Japanese Girls' Magazine Stories: Examining Shōjo Voice in *Hanamonogatari* (Flower Tales). *The Journal of Popular Culture* 36, Issue 4, 724–755.

- Dollase, H. (2008). Girls on the Home Front: An Examination of *Shōjo no tomo* Magazine 1937–1945. *Asian Studies Review* 32, Issue 3, 323–339.
- Eisenhauer, J. (2004). Mythic Figures and Lived Identities: Locating the ›Girl‹ in Feminist Discourse. In A. Harris (Hrsg.), *All About the Girl: Culture, Power, and Identity* (S. 79–90). New York: Routledge.
- Fine, M. (2004). Foreword. In A. Harris (Hrsg.), *All About the Girl: Culture, Power, and Identity* (S. xi–xv). London: Routledge.
- Fiske, J. (1992). The Cultural Economy of Fandom. In L. A. Lewis (Hrsg.), *The Adoring Audience* (S. 30–49). New York, London: Routledge.
- Freedman, A. (2009). Train Man and the Gender Politics of Japanese ›Otaku‹ Culture: The Rise of New Media, Nerd Heroes and Consumer Communities. *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, Issue 20, April 2009. Via <http://intersections.anu.edu.au/issue20/freedman.htm>. Zugegriffen: 29. 07. 2015.
- Fritzsche, B. (2011). *Pop-Fans: Studie einer Mädchenkultur*. Wiesbaden: Springer VS.
- Fujimoto, Y. (2008). *Watashi no ibasho wa doko ni aru no? Shōjo manga ga utsusu kokoro no katachi* [Wo ist mein Platz? Die Gefühlswelt, die der shōjo-Manga darstellt]. Tokyo: Asahi Shinbun Shuppan.
- Fujimoto, Y. (2013). Women in ›Naruto‹, Women Reading ›Naruto‹. In J. Berndt & B. Kümmerling-Meibauer (Hrsg.), *Manga's Cultural Crossroads* (S. 172–191). New York, London: Routledge.
- Gössmann, H. (2000). New Role Models for Men and Women? Gender in Japanese TV Dramas. In T. J. Craig (Hrsg.), *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture* (S. 207–221). New York: M. S. Sharpe.
- Galbraith, P. W. (2009). Moe – Exploring Virtual Potential in Post-Millennial Japan. *Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies* (Oktober). Via <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2009/Galbraith.html>. Zugegriffen: 29. 07. 2015.
- Harris, A. (2004a). Introduction. In A. Harris (Hrsg.), *All About the Girl: Culture, Power, and Identity* (S. xvii–xxv). London: Routledge.
- Harris, A. (2004b). Jamming Girl Culture: Young Women and Consumer Citizenship. In A. Harris (Hrsg.), *All About the Girl: Culture, Power, and Identity* (S. 163–172). London: Routledge.
- Hepp, A. (2010). *Cultural Studies und Medienanalyse: Eine Einführung*. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hills, M. (2007). Media Academics as Media Audiences – Aesthetic Judgments in Media and Cultural Studies. In C. Harrington, J. Gray & C. Sandvoss (Hrsg.), *Fandom – Identities and Communities in a Mediated World* (S. 33–47). New York: New York University Press.
- Honda, T. (2005). *Moeru otoko* [Der erblühende Mann]. Tokyo: Chikuma Shinsho.
- Itō, K. (2010). When a ›Male‹ Reads Shōjo Manga. In J. Berndt (Hrsg.), *Comics Worlds and the World of Comics: Towards Scholarship on a Global Scale* (S. 169–175). Kyoto: International Manga Research Center (Global Manga Studies, vol. 1). Via <http://imrc.jp/2010/09/26/20100924Comics%20Worlds%20and%20the%20World%20of%20Comics.pdf>. Zugegriffen: 29. 07. 2015.

- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York, London: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. 2. Auflage. New York [u. a.]: Routledge.
- Kamm, B. (2010). *Nutzen und Gratifikation bei Boys' Love Manga: Fujoshi oder verdorbene Mädchen in Japan und Deutschland*. Hamburg: Kovač.
- Kume, Y. (2013). ›Shōjo shōsetsu‹ no seisei: jendā poritikusu no seiki [Die Entstehung der ›Mädchenromane‹: Das Jahrhundert der Gender-Politik]. Tokyo: Seikyūsha.
- Levi, A., McHarry, M. & Pagliassotti, D. (Hrsg.). (2010). *Boys' Love Manga: Essays on the Sexual Ambiguity and Cross-Cultural Fandom of the Genre*. Jefferson: McFarland.
- Martinez, D. P. (1998). Introduction. In D. P. Martinez, (Hrsg.), *The Worlds of Japanese Popular Culture. Gender, Shifting Boundaries and Global Culture* (S. 1–18). Cambridge: Cambridge University Press.
- McRobbie, Angela (2010). *Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes*. Wiesbaden: Springer VS.
- Mikos, L. (2009). John Fiske: Populäre Texte und Diskurs. In A. Hepp, F. Krotz & Tanja Thomas (Hrsg.), *Schlüsselwerke der Cultural Studies* (S. 156–164). Wiesbaden: Springer VS.
- Munford, R. (2007). Wake Up and Smell the Lipgloss. Gender, Generation and the (A)politics of Girl Power. In S. Gillis, G. Howie & R. Munford (Hrsg.), *Third Wave Feminism: A Critical Exploration* (S. 266–279). New York: Palgrave.
- Muramatsu, Y. (2002). Gender Construction Through Interactions Between the Media and Audience in Japan. *International Journal of Japanese Sociology* 11, 72–87.
- Nagaike, K. & Suganuma, K. (Hrsg.). (2013). *Transnational Boys' Love Fan Studies. Transformative Works and Cultures*, 12.
- Oshiyama, M. (2012). Manga, Anime, Cosplay – yuragu seibetsu-bunka no genjō to kadai [Die Gendersegregation gerät ins Wanken – Gegenwärtiger Zustand und Problemstellungen]. In Kitakyūshūshi Danjōkyōdo Sankaku Sentā Move (Hrsg.), *Popculture to gender* (S. 20–33). Tokyo: Akashi Shoten.
- Saitō, M. (1998). *Kō itten ron: anime, tokusatsu, denki no hiroin-zō* [Theorien über nur ein Mädchen unter lauter Jungen: Anime, Spezialeffekte und biografische Abbildungen von Heldinnen]. Tokyo: Kabushikigaisha Village Center Shuppanyoku.
- Shamoon, D. (2007). Revolutionary Romance: *The Rose of Versailles* and the Transformation of Shojo Manga. *Mechademia* 2, 3–17.
- Shamoon, D. (2012). *Passionate Friendship: The Aesthetics of Girl's Culture in Japan*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Thomas, T. (2012). Zwischen Konformität und Widerständigkeit – Populärkultur als Vergesellschaftungsmodus. In P. Villa, J. Jäckel, Z. S. Pfeiffer, N. Sanitter & R. Steckert (Hrsg.), *Banale Kämpfe? Perspektiven auf Populärkultur und Geschlecht* (S. 211–228). Wiesbaden: VS-Verlag.

- Ueno, C. (2007). *Fujoshi to wa dareka? – Sabukaru no jendā – bunseki no tame no oboegaki* [Wer sind *fujoshi*? – Gender der Subkultur – Worauf man bei der Analyse achten muss]. *Eureka* 39, No. 7, Juni, 30–36.
- Weisgerber, C. (2013). *Der weinende Mann in der Momotarō-Fabula. Männliche Tränenausbrüche in ausgewählten shōnen-Werken der Milleniumsdekade*. München: Iudicium.
- Walker, R. (1991). Becoming the Third Wave. *Ms.* (Januar/Februar), 42–46.

Anime und Manga

Die Mädchen-Revolution durch *shōjo* (Mädchen)-Manga

Dekonstruktion von Gender und Liebe

Michiko Mae

Zusammenfassung

Die *shōjo* (Mädchen)-Kultur, die in Japan Anfang des 20. Jahrhunderts entstanden ist, hat im Genre des *shōjo*-Mangas in den 1970er Jahren durch die Manga-Autorinnen der »24-er Gruppe« einen Höhepunkt erreicht. Mit der hohen Qualität der *shōjo*-Manga in ihren Narrativen und visuellen Darstellungen und durch die Idee der *shōjo*, die durch ihr »unmarked gender« und ihren unbestimmten sozialen Status ein Widerstandspotential gegen die heteronormative Gesellschaftsordnung entwickeln kann, wurde eine ›Mädchen-Revolution‹ hervorgebracht. Mit Transgender-Figuren und als männlich repräsentierten Figuren wurden (im Sinne von Butlers Performanztheorie) seit den 1970er Jahren im *shōjo*-Manga subversive Gender-Bilder und -Strategien entwickelt, um die Einschränkungen und Zwänge der patriarchalen Gesellschaft für Frauen umgehen und freie Lebensformen entwerfen zu können. Dies wird an zwei Beispielen gezeigt: »Revolutionary Girl Utena« von Saitō Chiho und »The Savage God Reigns« von Hagio Moto. In Saitōs Werk wird Gender, das zentrale Thema des *shōjo*-Manga-Genres, dekonstruiert und in Hagios Werk wird Liebe, der leitende Topos des Genres, dekonstruiert; mit beiden Werken werden neue Perspektiven für die weitere Entwicklung des Genres aufgezeigt.

Einleitung

»In der Welt des Mangas, als er gesellschaftlich noch nicht anerkannt war, wurde der *shōjo*-Manga, der nur für Mädchen geschrieben war, als niedrigste Stufe [Genre] betrachtet und war selbst für Manga-Fans ein Gegenstand der Geringschät-

zung. Es hieß, in ›staatenlosen‹ (*mukokuseki*)¹ Manga fliegen im Hintergrund Blumen und Sterne herum, *shōjo* wie Puppen mit großen Augen verbringen Tag und Nacht in Liebe und Tränen. Sinnlose Mode-Zeichnungen und schwer lesbare Bildfläche ...« (Yonezawa 2007, S. 18).²

So stellt der Manga-Kritiker Yonezawa Yoshihiro die Situation des *shōjo*-Mangas zu Beginn der 1970er Jahre dar, um zu betonen, welche bemerkenswerte Entwicklung und welchen rasanten Aufstieg dieses Genre erlebte, als es in den folgenden zehn Jahren zum Mainstream-Genre wurde. Lange Zeit hatte man bei dem Wort *shōjo*-Manga an »Stereotypisierung« und »Manierismus« gedacht und ihn nur abschätzig betrachtet;³ dann aber wurde er zum Mainstream in der Manga-Welt. Bis vor einigen Jahren sei es noch undenkbar gewesen, aber inzwischen – so meinte Murakami Tomohiko 1978 – könne man »ohne den *shōjo*-Manga nicht mehr von Manga sprechen« (Murakami 1978, S. 54).

Um das Phänomen *shōjo*-Manga zu verstehen, ist es wichtig, ihn nicht nur als ein Unterhaltungsmedium, sondern vor allem als ein soziales Medium mit einem großen Kommunikations-, Interaktions- und Vernetzungspotential zu betrachten. Anknüpfend an Manga bilden sich Fanggemeinschaften; dies ist aber kein neues Phänomen des Internetzeitalters, sondern es gab in Japan etwas Ähnliches bereits in der *shōjo*(Mädchen)-Kultur vor 100 Jahren, die mit dem Aufkommen der Mittelschicht und dem steigenden Bildungsniveau von Mädchen entstanden war (vgl. dazu Imada 2007; Mae 2013). Auch die Mädchen-Zeitschriften damals waren Kommunikationsforen für Leserinnen, die durch Leserbriefe kommunizierten und untereinander in Verbindung standen. Diese Kultur wurde in den 1950er Jahren weitergeführt in der Form von Manga, die sich dann seit den 1970er Jahren in sehr kurzer Zeit zu einem Medium von und für Mädchen/Frauen entwickelten. Heute wird mit Recht darauf verwiesen, wie bedeutend und wichtig *shōjo*-Manga sind, um heutige japanische Frauen und Gender-Verhältnisse zu verstehen, »in any social, cultural, economic, or legal development you could name« (Thorn 2005). In keinem anderen Medium kann die Thematik der weiblichen Adoleszenz und des psychischen Innenlebens von Mädchen und jungen Frauen so dargestellt werden wie durch den *shōjo*-Manga mit seinen spezifischen Stilmitteln. Durch die Verbindung von Text-Narration und Visualisierung ergeben sich vielfältige Mög-

1 Mit *mukokuseki*-Manga ist gemeint, dass die Geschichten sich nicht in Japan, sondern in nicht eindeutig bestimmbar westlichen Ländern abspielen und die Figuren auch nicht japanisch aussehen. Dies bezeichnet man als ›staatenlose‹ Manga.

2 Alle Übersetzungen aus dem Japanischen stammen von der Verfasserin.

3 Dazu muss man anmerken, dass diese abschätzigste Bewertung die verständnislose und hierarchisierende Betrachtungsweise von männlichen Manga-Kritikern widerspiegelt, die ihre eigene Perspektive für maßgeblich gehalten haben, und keineswegs die der weiblichen Fans. Aufschlussreich ist, dass diese Kritiker allmählich ihre Einschätzung ändern mussten.

lichkeiten zur psychologischen Vertiefung durch die Darstellung der Gedanken der Protagonistinnen, ihrer Gefühle, Stimmungen, Kommunikationen und zwischenmenschlichen Beziehungen. Und für die Rezipientinnen ergeben sich dadurch ganz neue Möglichkeiten zur Identifikation mit den Protagonistinnen.

Das Medium *shōjo*-Manga stellt aber nicht nur die Welt der Mädchen und jungen Frauen dar, sondern bietet als Forschungsobjekt ein breites Spektrum von grundlegenden Gender-Fragen, weil dort vielfältige Experimente mit Gender, Gender-Performanz und Geschlechterverhältnissen durchgespielt werden. Damit wird das *shōjo*-Manga-Genre zu einem Laboratorium für Gender-Experimente par excellence.

Dass es in Japan mit dem *shōjo*-Manga ein Genre für Mädchen/junge Frauen gibt, das so deutlich abgegrenzt ist von anderen Genres, hat auch mit der nach Geschlecht (und Alter) differenzierten japanischen Gesellschaft und Kultur zu tun. In der japanischen populärkulturellen Welt gibt es entsprechend dazu nicht nur das *shōjo*- und das *shōnen* (Jungen)-Manga-Genre, sondern auch Genres jeweils für junge Männer (*seinen manga*) und junge Frauen (*josei manga* bzw. Ladies' Comic) etc. Dies spiegelt die gesellschaftliche Realität wider, in der sich die geschlechtliche Differenz durch alle sozialen Bereiche hindurchzieht und homo-soziale Gruppen und Bindungen eine wichtige Rolle spielen. Die Literaturkritikerin Saitō Minako drückt es so aus: Im »Land des Anime« (*anime no kuni*; darin sind nach ihrem Verständnis auch Manga miteinbezogen) gibt es zwei getrennte und gegensätzliche »Länder«: das »Land der Jungen« (*otoko-no-ko no kuni*) und das »Land der Mädchen« (*onna-no-ko no kuni*), denen sie jeweils die »Momotarō-Kultur«⁴ für Jungen und die »Cinderella-Kultur«⁵ für Mädchen zuordnet. Das »Land des Anime/Manga« könne man in diesem Sinn als »Gesellschaft im Kleinen« bezeichnen (Saitō 1998, S. 30). Auch die Soziologin Ueno Chizuko weist darauf hin, dass in Japan eine »nach Geschlecht getrennte Kultur« (*seibetsu kakuri bunka*) bis heute immer weiter reproduziert wird und dass sich deshalb keine »Paarkultur«⁶ wie im Westen etabliert hat – trotz der »starken Amerikanisierung nach dem Zweiten Weltkrieg« (Ueno 2007, S. 33). Dies führte nach Ueno in der Zeit, als die Manga-Forschung im Westen populär wurde, zu einem Missverständnis und zu der Missdeutung bei westlichen Manga-Forscher/innen, dass sie

4 Momotarō ist ein japanischer Märchenheld, der aus einem Pfirsich geboren wurde und später Feinde besiegt und ein Held wird. Zu Momotarō vgl. auch Weisgerber in diesem Band.

5 Saitō benennt das »Land der Mädchen« nicht nach einer japanischen Märchenheldin, weil die »romantic love«-Ideologie, die im »Land der Mädchen« ein Hauptmotiv ist, ein westliches/amerikanisches Konzept wie bei Disney ist (vgl. dazu Saitō 1998, S. 33–34).

6 Damit ist gemeint, dass nach der romantischen westlichen Liebes-Ideologie das heterosexuelle Paar in verschiedenen gesellschaftlichen Zusammenhängen als Grundeinheit betrachtet wird.

»unter Manga nur Jungen-/Männer-Manga verstanden und diese im Blick hatten, wenn sie sexuelle Darstellungen mit leicht verständlichen Kategorien wie ›Gewalt‹ oder ›Sexismus‹ zu analysieren versuchten« (Ueno 2007, S. 33), ohne die spezifische Genderdifferenzierung in den Genres zu berücksichtigen und sie in ihre Forschung miteinzubeziehen. Die deutliche Trennung der populärkulturellen Genres und der jeweiligen Fans entsprechend der Geschlechtertrennung könnte die These von Ueno unterstützen, obwohl heute viele Überschneidungsphänomene in den Genres zu beobachten sind.

Während man also von nach Geschlecht getrennten Welten in den populärkulturellen Genres allgemein sprechen muss, zeigen Hashimoto Osamu und Fujimoto Yukari auf, wie stark die (westliche) romantische Liebesideologie (Paarkultur) im *shōjo*-Manga verankert ist. Fujimoto spricht sogar von einem Schock, als sie Hashimotos Hinweis in seiner Analyse las, dass der »Wunsch nach Selbstbejahung durch einen anderen« (*tasha ni yoru jiko-kōtei e no yokkyū*) als zentrales Motiv dem *shōjo*-Manga-Genre zugrunde liege (Fujimoto 2008, S. 198). Sie erkannte diese ›Einschreibung‹ der »Liebesillusion« (sie nennt es auch »Liebes-Falle«) auch bei sich selbst, einer sehr intensiven Manga-Leserin. In ihrem eigenen Buch von 1998 über *shōjo*-Manga seit den 1970er Jahren hat sie in ihren Analysen – wie bereits vorher Hashimoto (1979) – die Liebe als Hauptmotiv gesehen, der das Bedürfnis der *shōjo* nach einer Bestätigung ihres Selbst und ihrer Existenz durch einen Partner zugrunde liegt. Das Ergebnis dieser Analyse fasste sie im Titel ihres Buchs treffend zusammen: »Wo ist mein Platz?« (Fujimoto 2008, Erstausgabe 1998).

Während *shōjo*-Manga einerseits Ausdruck einer Kultur der Geschlechtertrennung sind, wird in ihnen also gleichzeitig auch nach dem romantischen Liebesideal (Paarkultur) gesucht. Im Folgenden wird zunächst die Entwicklung des *shōjo*-Mangas seit den 1970er Jahren dargestellt und dann an zwei Beispielen analysiert, wie in diesen Geschichten die Hauptmotive Liebe und Selbstbestätigung behandelt werden: *Shōjo kakumei Utena* von Saitō Chiho (»Revolutionary Girl Utena«, 1996–1997) und *Zankokuna kami ga shihaisuru* von Hagio Moto (»The Savage God Reigns«, 1993–2001). Beide Beispiele thematisieren zwar diese Motive, zeigen aber auch die Antithesen dazu und dekonstruieren die Motive Liebe und Selbstbestätigung. Damit verweisen sie – das ist die Hauptthese des vorliegenden Beitrags – auf eine Weiterentwicklung und Erneuerung des *shōjo*-Manga-Genres.

Der Aufstieg des shōjo-Mangas zum Mainstream und die shōjo-Manga-Revolution

In Japan gibt es eine lange Tradition der Mädchenkultur in den Medien vom Beginn des 20. Jahrhunderts bis heute. Zuerst entwickelte sich die Mädchenkultur durch das Aufkommen einiger Mädchenzeitschriften, die vor allem literarische Werke enthielten. Das japanische Wort für Mädchen, *shōjo*, wurde Ende des 19. Jahrhunderts aus der gemeinsamen Bezeichnung für Jungen und Mädchen *shōnen* (»junge Menschen«) abgeleitet. Die *shōjo*-Kultur der Mädchenzeitschriften blieb mit Unterbrechung über die Kriegszeit hinaus bestehen. Seit den 1950er Jahren wurde diese Kultur weiter in Zeitschriften fortgesetzt, nun allerdings in der Form von Manga. Dieser neue Typus des *shōjo*-Mangas wurde zunächst von dem berühmten Manga-Zeichner Tezuka Osamu (1928–1989) geschaffen, der in Japan als »Gott des Mangas« bezeichnet und verehrt wird. Lange Zeit wurde das Genre des *shōjo*-Mangas von männlichen Zeichnern geprägt; erst in den 1970er Jahren gab es zunehmend Manga-Verfasserinnen. Besonders bekannt sind einige Zeichnerinnen, die nach ihrem gemeinsamen Geburtsjahr um das Jahr 1949 (nach der japanischen Zeitrechnung ist es das 24. Jahr der Shōwa-Zeit, 1926–1989) als »24-er Gruppe« bezeichnet werden⁷; sie haben heute Kultstatus. Frauen wie Takemiya Keiko, Hagio Moto und andere nahmen nun als Produzierende das Medium Manga selbst in die Hand und schufen das Genre des *shōjo*-Mangas neu, indem sie ihm eine eigene Stilrichtung, eigene Narrative und eigene vielfältige Inhalte gaben.

Der eingangs zitierte Manga-Kritiker Yonezawa Yoshihiro spricht in seinem Buch (Erstausgabe 1980) von einem *shōjo*-Manga-Boom seit den 1970er Jahren und stellt mit den Veränderungen in Qualität und Quantität eine neue »Macht des *shōjo*-Mangas« (Yonezawa 2007, S. 16) fest. Während man sich noch Anfang der 1970er Jahre gewundert habe, dass auch Studenten Manga lesen, habe es Ende der 1970er Jahre kein großes Aufsehen mehr erregt, dass Männer mittleren Alters *shōjo*-Manga lasen; so weit ging bereits damals die allgemeine Verbreitung der *shōjo*-Manga (Yonezawa 2007, S. 17). Yonezawa führt die frühere Geringschätzung des *shōjo*-Manga-Genres darauf zurück, dass *shōjo*-Manga nur für Mädchen geschrieben wurden; dies habe den *shōjo*-Manga isoliert und ein Nischendasein führen lassen. Erst die »gesellschaftliche Sensation« des erfolgreichen Mangas »Die Rosen von Versailles« (*Berusaikyū no bara*, 1972–1973) von Ikeda Riyoko und der »Hagio-Moto-Schock«⁸ (Yonezawa 2007, S. 18) haben den *shōjo*-Manga aus die-

7 Allerdings ist nicht klar definiert, wer genau dazu gehört, und auch nicht alle repräsentative Mitglieder sind Jahrgang 1949, wie z. B. Takemiya, die Jg. 1950 ist.

8 Yonezawa nennt die Begeisterung, die einzelne Werke Hagios bei Leser/innen hervorriefen, »Hagio-Schock«. Die »elaborierte Struktur, verfeinerte Technik, neuartige Motive und poe-