



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

Hybridisierungsprozesse im Kontext der
österreichischen Anime- und Manga-Fankultur

Verfasserin

Kerstin Reifberger-Dorfer

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl: A 307

Studienrichtung lt. Studienblatt: Kultur- und Sozialanthropologie

Betreuerin: Univ.-Doz. Dr. Elke Mader

Für Mama, Oma und Renate

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Einleitung.....	8
1. Kultur und Globalisierung.....	13
1.1. Zeit – Raum – Macht.....	14
1.2. Weltweite Vernetzung im Wandel der Zeit	16
1.3. Definitionen und Dimensionen der Globalisierung.....	17
1.4. Deterritorialisierung und Reterritorialisierung	19
1.5. Translokaliät und Transnationalität	20
1.6. Das Konzept der Transkulturalität.....	22
1.7. Global – lokal – glocal	23
2. Austausch- und Verflechtungsprozesse	25
2.1. Definitionen und Diskurse des Hybriden.....	26
2.2. Hybridität, Identität und dritter Raum.....	27
3. Populäre Kultur und Globalisierung	30
3.1. Definitionen und Diskurse des Populären.....	30
3.2. Rezeption und Bedeutungsproduktion	32
3.3. Animes und Mangas in Japan	33
3.4. Japanische Popkultur und Globalisierung	36
3.5. Animes und Mangas in Österreich	38
3.6. Kulturelle Bezüge versus Universalität.....	41
3.7. Medienkonvergenz und transmediales Storytelling	44
4. Fan und Fankultur	46
4.1. Fan-Definitionen und Diskurse.....	46
4.2. Fans in der Kultur- und Sozialforschung.....	49
4.3. Charakteristika und Praktiken der Fankultur	50
4.4. Die Anime- und Manga-Fankultur	53
4.5. Der Otaku	56
5. Mediatisierte Ereignisse und Rituale.....	60

5.1. Medienevents.....	60
5.2. Medienrituale.....	62
6. Das empirische Forschungsprojekt	66
6.1. Fragestellung und Interviewleitfaden	66
6.2. Feldaufenthalt und Methoden.....	68
6.3. Sampling.....	70
6.4. Auswertung und Analyse.....	71
7. Hybridisierungsprozesse im Alltagskontext	73
7.1. Fan versus Otaku.....	78
7.2. Fanproduktivität.....	80
7.3. Repräsentation und Interaktion.....	83
7.4. Wahrnehmung der Inhalte.....	86
7.5. Performativität und Ritualisierung.....	88
8. Hybridisierungsprozesse im rituellen Kontext	91
8.1. Die Geschichte der Wiener AniNite	93
8.2. Organisation und Repräsentation	94
8.3. Interaktion und Produktivität.....	97
8.4. Performativität und Ritualisierung.....	99
9. Resümee.....	102
Anhang	106
Bibliographie	106
Filmographie	119
Mangas.....	119
Internetquellen	120
Bilderverzeichnis	121
Interviewleitfaden.....	122
Abstract	125
Lebenslauf	126

Vorwort

Diese Diplomarbeit widmet sich im Sinne einer *Anthropology at Home* den Anime- und Manga-Fans in Österreich, wobei Hybridisierungsprozesse im Zusammenhang mit ihren produktiven und rituellen Praktiken erforscht wurden. Neben einem unpersönlichen und gendergerechten Schreibstil wurden alle Zitate der InterviewpartnerInnen wortwörtlich übernommen, wobei sich in den Fußnoten Anmerkungen zu schwer verständlichen Phrasen und Dialektausdrücken befinden. Da im Rahmen dieser Arbeit japanische (Populär)kultur eine immanente Rolle einnimmt, wurde ich bei der Literaturrecherche und Online-Feldforschung sehr häufig mit japanischen Ausdrücken konfrontiert. Da ich der japanischen Sprache jedoch nicht mächtig bin, habe ich auf die Verwendung von japanischen Schriftzeichen verzichtet und stattdessen auf Japanoismen zurückgegriffen.

Neben meinen InterviewpartnerInnen und InformantInnen möchte ich zwei weiteren Personen einen besonderen Dank aussprechen – zum einen meiner Diplom-Betreuerin Univ. Doz.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Elke Mader für ihre tatkräftige Hilfe, zum anderen Mag.^a Petra Hirzer für die Unterstützung bei der Themenwahl und allen organisatorischen Belangen, die das Abschließen des auslaufenden Diplomstudiums betreffen.

Einleitung

„(...) the explosion of international interest that began with manga, anime and video games and the increasing interpenetration of ideas, capital, culture and economics throughout Asia have led to things Japanese occupying a very high profile on the global stage. From 'Hello Kitty' merchandise to 'Pokémon' with its associated marketing, from the acclaimed films of Miyazaki Hayao to the less acclaimed but hardly less popular 'Sailor Moon', Japanese popular culture occupies a prominent place in today's increasingly connected globe .“ (Allen/Sakamoto 2006:2)

Durch transnationale Migrations- und Warenströme und den Erdball miteinander verbindende Kommunikations- und Informationstechnologien, oder anders gesagt, durch die fortschreitende Globalisierung befinden wir uns in einer Welt, die durch vielfältige kulturelle Kontakt- und Austauschsituationen gekennzeichnet ist. Dadurch sind uns Bilder, Bedeutungen und (populär)kulturelle Produkte aus den unterschiedlichsten Regionen der Welt zugänglich, mit denen wir unser Leben gestalten können.

Lange Zeit hatten die USA in der globalen Kulturökonomie und hier besonders in den westlichen Industrienationen eine Vormachtstellung in Bezug auf die weltweite Verbreitung von kulturellen Bildern und Inhalten, was zum Teil an fortschrittlichen und kostengünstigen Produktionsmethoden, dem Zugriff auf den Globus umspannende Handelsnetzwerke und großem Engagement im Bereich des Exports lag. Japan war hingegen vor allem über die Herstellung von Autos und Unterhaltungselektronik, wie Spielkonsolen oder dem Walkman präsent, was sich ab Ende der 1980er Jahre durch gezielte Bestrebungen von Seiten der japanischen Regierung und der damit einhergehenden transnationalen Distribution von Populärkultur änderte. (Vgl. Allison 2004:34)

Eine besondere Rolle nehmen dabei Animes und Mangas ein. Während beide Medienformen zu Beginn der 1990er Jahren in Europa und Amerika nur wenigen LiebhaberInnen ein Begriff waren, wurden sie im Lauf der letzten beiden Jahrzehnte durch geschickte Marketing-Strategien und Kooperationen von japanischen und westlichen Pro-

duktionshäusern zielgruppengerecht in unzählige neue lokale Kontexte und so auch in den deutschsprachigen Raum integriert. Die Ausstrahlung von Serien wie „Mila Superstar“, „Sailor Moon“ oder „Dragonball“ über Kabel- und Satelliten-TV im Nachmittagsprogramm machten zunächst japanische Animation und in weiterer Folge auch Mangas unter österreichischen Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen bekannt und beliebt.

Dabei nehmen gewisse Serien und Charaktere im Leben vieler RezipientInnen ganz besonderen und längerfristigen Stellenwert ein, was sich in den Phänomenen des „Fanseins“ und der „Fankultur“ äußert, wobei mit diesen auch eine Vielzahl an produktiven und performativen bzw. rituellen Praktiken einhergehen, die sich auch im Kontext von Fanveranstaltungen, den sogenannten Conventions, manifestieren. Fankulturen bieten größtmögliche individuelle Freiheit und Selbstverwirklichung, zudem erschaffen sich ihre Mitglieder ein neues Werte- und Bedeutungssystem, welches ihren „kulturellen und sozialen Bedürfnissen“ besser gerecht wird. (Wenger 2006:7)

In Österreich wurden bereits Mitte der 90er Jahre die ersten Anime- und Manga-Klubs gegründet, sowie kleinere, regionale Fanveranstaltungen abgehalten. Durch Serien wie „Pokémon“ und Filme des von Miyazaki Hayao gegründeten *Studio Ghibli*, wie z.B. „Prinzessin Mononoke“ (2001) setzte ab der Jahrtausendwende ein wahrer Boom in Bezug auf die Rezeption von Animes und Mangas ein. Sie eroberten die österreichischen Comic-Läden, Trafiken, Buchhandlungen, Büchereien, Elektronikmärkte, Videotheken und natürlich das Internet. Hand in Hand mit diesen Entwicklungen wuchs auch die lokale Fanszene stetig und so wurde bereits 2000 der Verein *AniManga* gegründet, der sich im Lauf der drauf folgenden Jahre zum wichtigsten Akteur in der österreichischen Fankultur etablierte, da er nicht nur zahlreiche Veranstaltungen plant, sondern sich auch gezielt für die Vermittlung von Animes, Mangas und japanischer Kultur einsetzt.

An dieser Stelle wird bereits deutlich, dass österreichische Anime- und Manga-Fans nicht nur über eine besondere Leidenschaft für bestimmte Charaktere und Geschichten verfügen, sondern im Zusammenhang mit der Rezeption auch Interesse für die Kultur ihres Ursprungslandes entwickeln, welche ihnen durch Populärkultur zugänglich gemacht wird. Dieses äußert sich nicht nur über die gezielte Beschäftigung mit Japan und seiner Geographie, Sprache, sowie den dort vorherrschenden Werten, Normen, Traditionen und Gewohnheiten, sondern auch darin, dass sie japanische Kultur durch vielfältige Rituale und Praktiken in ihren Alltag, bzw. in den rituellen Kontext einer Fanveranstaltung transferieren. Es stellt sich jedoch die Frage, wie sich diese Adaptionsprozesse gestalten. Können sie durch eine bloße Übernahme der fremden Kultur begründet werden oder resultieren aus ihnen neue kulturelle Formen?

Durch transnationale Kommunikations- und Informationstechnologien, Migrations- und Warenströme befinden wir uns in einer Welt, die durch vielfältige kulturelle Kontakt- und Austauschsituationen gekennzeichnet ist. Dabei entsteht nicht etwa eine homogene Universalkultur die mit „Verwestlichung“ bzw. einer „McDonaldisierung“ (Ritzer 1993) gleichgesetzt werden kann. Vielmehr manifestieren sich globale Formen in regionalen kulturellen Kontexten auf unterschiedliche Weise - einerseits wird Lokales aufgewertet und andererseits entstehen auch neue Formen, bzw. „dritte Kulturen“. (Beck 1997:30) Unter den eben genannten Voraussetzungen kann Kultur nicht als abgeschlossene und an den Grenzen von Nationalstaaten festgemachte Einheit begriffen werden - vielmehr zeichnet sie sich durch vielfältige Überschneidungen und Verflechtungen aus, was Wolfgang Welsch' mit dem Terminus der Transkulturalität (1997) verdeutlicht.

In der Kultur- und Sozialanthropologie werden Vermischungs- und Verflechtungsphänomene im Kontext transkultureller bzw. transnationaler Austausch- und Adaptionsprozesse gezielt mit dem Konzept der Hybridisierung erforscht. Auf Grund der bisher genannten Überlegungen und im Zusammenhang mit den Beobachtungen im Forschungsfeld ist folgende Forschungsleitende Fragestellung entstanden: Wie manifestieren sich transkulturelle Prozesse und Hybridisierung im Kontext der österreichischen Anime- und Manga-Fankultur? Wie und in welcher Form integrieren Fans japanische Kultur bzw. Populärkultur in ihren Alltag und welche Rolle nimmt diese auf Conventions ein?

Nachgegangen wurde dieser Frage im Zuge einer qualitativen Feldforschung. Dabei wurden in einem Erhebungszeitraum von Juli 2011 bis Februar 2012 unterschiedliche Methoden miteinander kombiniert. Neben teilstrukturierten Leitfadeninterviews mit AkteurInnen der Fanszene wurde auch Teilnehmende Beobachtung betrieben, wobei letztere Methode auf vier österreichischen Conventions zum Einsatz kam. Zusätzlich zum Aufenthalt im offline-Feld wurden auch die Veranstaltungs-, Vereins- und HändlerInnen-Homepages, sowie die online-Aktivitäten bzw. Einträge der TeilnehmerInnen vor, während und nach den besuchten Fanevents beobachtet und in einem Forschungstagebuch festgehalten. Obwohl auf mehreren Conventions Daten erhoben wurden, steht im Rahmen der Analyse, neben der Alltagsebene der AkteurInnen, nur die dreitägige Wiener *AniNite 2011* im Vordergrund. Diese Auswahl begründet darin, dass sie, mit über 7.000 BesucherInnen aus dem In- und Ausland, Österreichs größte Convention darstellt und zudem das vielfältigste Veranstaltungsprogramm aufweist. Die erhobenen Daten wurden an Hand der Performanz ihrer AkteurInnen ausgewertet, wobei sich diese Analysekategorie in zwei weitere Dimensionen gliedert, nämlich in eine produktive und in eine performative bzw. rituelle Ebene.

Bevor im Rahmen dieser Arbeit die Auswertungsergebnisse präsentiert werden, müssen zunächst jene Begriffe und Theorien erläutert werden, die im Zusammenhang mit der Fragestellung und dem spezifischen Forschungsfeld eine unerlässliche Rolle spielen. In Kapitel 2 werden deshalb die wichtigsten Überlegungen zu Kultur und Globalisierung vorgestellt, im Anschluss daran wird in Kapitel 3 auf die Auswirkungen der kulturellen Globalisierung verwiesen, wobei hier Hybridisierungsprozesse und ihre Charakteristika im Mittelpunkt stehen werden. In Kapitel 4 wird die Aufmerksamkeit auf japanische Popkultur, sowie im speziellen auf Anime und Manga gelenkt, woraufhin nicht nur deren Produktion und Distribution im Kontext der Globalisierung eine Rolle spielen wird, sondern auch der Rezeption bzw. Bedeutungsproduktion von Seiten der RezipientInnen Beachtung geschenkt wird.

Danach werden in Kapitel 5 Definitionen, spezifische Charakteristika und Praktiken von Fans bzw. Fankulturen dargestellt, wobei hier auch der Forschungsstand in Bezug auf

die Anime- und Manga-Fankultur präsentiert wird. Anschließend werden in Kapitel 6 Aspekte und Theorien, die im Zusammenhang mit der Mediatisierung von Events und Ritualen stehen, erläutert, da diese auch im Rahmen von Anime- und Manga-Conventions zum Tragen kommen.

Nach den theoretischen Ausführungen wird in einem zweiten Teil der Arbeit das empirische Forschungsprojekt vorgestellt. Kapitel 7 widmet sich dabei dem methodologischen Vorgehen, in Kapitel 8 und 9 werden die Ergebnisse der Auswertung vorgestellt, wobei zunächst die Alltagsebene der AkteurInnen und anschließend die *AniNite 2011* als Medienevent bzw. -ritual im Mittelpunkt stehen wird. Am Ende der Arbeit wird in Kapitel 10 ein Resümee gezogen, in dem die gewonnen Erkenntnisse einer abschließenden Betrachtung unterzogen werden, wobei auch auf Implikationen für weitere Forschungen verwiesen wird.

1. Kultur und Globalisierung

In der Kultur- und Sozialanthropologie wird Kultur als zentrale Grundlage und Analysekategorie verstanden, dennoch gibt es weder eine fachinterne, noch allgemeingültige Definition dieses Terminus. Seit Gründung der Disziplin befindet sich das Kulturverständnis in einem ständigen Wandel: es orientiert sich u. a. an zeitgemäßen Vorstellungen, akademischen Kontexten oder dem jeweiligen Forschungsgegenstand und auch die Dimensionen von Raum und Zeit spielen eine zentrale Rolle. Jedoch würde eine Abhandlung über die Entwicklungsgeschichte des anthropologischen Kulturbegriffs den Rahmen dieser Arbeit sprengen, weshalb in den nächsten Kapiteln nur ein Abriss über jene Konzepte gegeben wird, die zur Erforschung von transnationalen Prozessen und Hybridisierung im Rahmen der österreichischen Anime- und Manga-Fankultur von Bedeutung sind.

Zunächst müssen einige grundlegende Aspekte geklärt werden – eine Möglichkeit, Kultur zu definieren ist in Abgrenzung zur Natur: *„Es ist von der Natur vorgegeben, dass der Mensch essen muss. Wie er isst, kann er frei gestalten. Kultur in diesem Sinn meint das Produkt solchen Gestaltens und bezieht sich immer auf Erlerntes und nie auf im biotischen Sinn Vererbtes.“* (Lang 2005:220)

Gleichzeitig kann Kultur auch als Gesamtheit jener Formen verstanden werden, die die Lebensführung einer bestimmten Gesellschaft betreffen: *„Wenn (...) von einzelnen Kulturen die Rede ist, sind damit die Handlungs- und Denkweisen, aber auch die materiellen Hervorbringungen bestimmter menschlicher Gemeinschaften gemeint. Allerdings sind nur solche Handlungs- und Denkweisen Bestandteil von Kultur, in denen die Mitglieder der Gemeinschaft übereinstimmen.“* (ebd. 2005:220)

Letztere Auffassung impliziert bereits das Nebeneinander von mehr oder weniger unterschiedlichen Kulturen, dennoch gibt sie noch keinen Aufschluss darüber, wie kulturelle Diversität, auch innerhalb einer Gesellschaft, erklärt werden kann. Ebenso lässt sie offen, wie Kultur im Alltag einer, durch globale Wirtschaft, Medien und Transportmittel

vernetzten Welt definiert werden kann. In den folgenden Kapiteln wird deshalb der Frage nachgegangen, ob Kultur mit bestimmten Territorien oder den Grenzen von Nationalstaaten gleichgesetzt werden kann, wie sich das Aufeinandertreffen von unterschiedlichen kulturellen Systemen gestaltet und wie Kultur im Angesicht der Globalisierungsdebatte definiert werden kann.

1.1. Zeit – Raum – Macht

Bis in die 1950er Jahre wurde in der Kultur- und Sozialwissenschaft überwiegend die Annahme vertreten, dass Kultur an Ethnien, Stämme oder Gruppen eines bestimmten Territoriums gebunden ist. Das gegen Ende des 18. Jahrhunderts formulierte Konzept von Johann Gottfried Herder auf der Grundlage von „Sozialer Homogenisierung“, „Interkultureller Abgrenzung“ und „Ethnischer Fundierung“ war dabei als Vorlage für unterschiedliche Konzepte dienlich. (Vgl. Welsch 1997:67f) Zu nennen wären hier etwa der historische Partikularismus von Franz Boas und seinen NachfolgerInnen der *Culture and Personality School* (Vgl. Halbmayr/Mader 2004:10): Kultur wurde dabei als eigenständige, homogene Einheit begriffen, die nur aus sich selbst heraus verstanden und untersucht werden kann, gleichzeitig beinhaltete diese Sichtweise eine Abkehr von evolutionistisch geprägten Ansätzen, die kulturelle Unterschiede, in eurozentristischer Manier, durch einer Abfolge von hierarchisch aufeinanderfolgenden Entwicklungsstufen begründeten.

Migrationsströme, technologische bzw. kommunikationstechnische Innovationen, steigende Mobilität und deren Auswirkungen nährten bereits Mitte des 20. Jahrhunderts die Erkenntnis, dass Kultur weder als homogene, statische, noch in sich territorial oder sozial abgeschlossene Einheiten betrachtet werden kann. (Vgl. Welsch 1997: 67f) Im selben Zeitraum rückten zudem Machtprozesse, Widersprüche und kulturelle Unterschiede, auch innerhalb einer Gesellschaft, in das Zentrum der Aufmerksamkeit. (Vgl. Lindner 2002:70f) In der Kultur- und Sozialwissenschaft vollzog sich deshalb ein Paradigmenwechsel, der zu neuen Konzepten und Herangehensweisen führte.

Einen wichtigen Beitrag leisteten hierzu Richard Hoggart, Edward P. Thompson und Raymond Williams, aus ihren Ideen zur Analyse populärer Kultur resultierten in weiterer Folge die Cultural Studies, auf die im Zusammenhang mit der Erforschung von Fan- kultur noch einmal verwiesen wird. Bezüglich der Konzeption von Kultur nimmt die Arbeit von Williams besonderen Stellenwert ein. Als „*whole way of life*“ (Williams 1958) wird sie nicht mehr als statische oder abgeschlossene Einheit betrachtet, sondern vielmehr als offen, vielschichtig und zugleich untrennbar verbunden mit den Praktiken, Erfahrungen und Hervorbringungen einer Gesellschaft. (Lindner 2002:73)

Thompson ergänzte diese Perspektive um „*Widersprüche, soziale Konflikte und Auseinandersetzungen*“ (Winter 2000:206), denn die Cultural Studies begreifen Kultur als ein Feld, das von Machtverhältnissen und Widerstand geprägt ist bzw. in dem ein ständiger „*Kampf um Bedeutungen*“ (ebd. 2000:209) stattfindet, gleichzeitig richten sie sich gegen die Vorstellung einer monolithischen bzw. essentialistischen Einzelkultur und betonen stattdessen Pluralität und Vielfalt. (Vgl. ebd. 2000:208). Da gesellschaftlicher Wandel und kulturelle Unterschiede ab Beginn der 1990er im Rahmen der Globalisierungsdebatte diskutiert wurden, wird dieser Diskurs im Rahmen der nächsten Kapitel einer näheren Betrachtung unterzogen.

1.2. Weltweite Vernetzung im Wandel der Zeit

Wie Thomas Hylland Eriksen aufzeigt, ist Globalisierung kein neues Phänomen innerhalb der Geistes und Sozialwissenschaft, denn schon im 18. Jahrhundert und parallel zum Aufkommen des Nationalismus, gab es Konzepte einer über territoriale Grenzen hinaus vernetzten Welt bzw. miteinander in Verbindung stehender Individuen. Zu nennen wäre hier etwa Immanuel Kant mit seiner Vorstellung des „Kosmopolitismus“ bzw. „Weltbürgertums“, worunter er den friedlichen und respektvollen Zustand bzw. Austausch der Menschheit trotz ihrer Differenzen verstand. (Eriksen 2007:1) Auch in der Anthropologie gab es bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts Ansätze, die gesellschaftliche Veränderungen als „lokale kulturelle Dynamiken in regionalen, aber auch globalen Zusammenhängen betrachteten“ (Appadurai 2011:111), im deutschsprachigen Raum hatten dabei der Diffusionismus, sowie die damit im Zusammenhang stehende und seit langem als obsolet geltende Kulturkreislehre der Wiener Schule eine wichtige Rolle inne. Gemeinsamkeiten unterschiedlicher Gesellschaften wurden durch die Verbreitung und Übernahme kultureller Elemente begründet, wobei es sich dabei um Prozesse handelt, die durch Handelsnetzwerke, Völkerwanderungen und ähnliches eingeleitet wurden. (Vgl. Gingrich 2005:118f)

Auch in den 1980er Jahren spielten weltweite Austausch- und Veränderungsprozesse eine Rolle – im Zuge postkolonialer Überlegungen wurden etwa die etablierten Kultur- und Raum-Konzepte in Frage gestellt. Eric Wolfs' Kulturverständnis trägt der Idee einer global vernetzten Welt bereits Rechnung. Mit kritischem Bezug auf Immanuel Wallersteins' kapitalistische Weltssystemtheorie zeigte er in „*Europe and the People Without History*“ (1982) auf, dass kulturelle Systeme keinesfalls als eigenständige Einheiten betrachtet werden dürfen. Vielmehr sind sie durch Handelsnetzwerke und Verwandtschaftsbeziehungen Teil eines weltumspannenden Ganzen und stehen nicht erst seit der europäischen Kolonialherrschaft in wechselseitiger Beziehung zueinander. In diesem Zusammenhang ist auch die Arbeit von Sidney Mintz zu nennen, in „*Sweetness and Power*“ (1985) hat er nachgezeichnet, wie systematischer Anbau und Export von Zucker in der Karibik die Konsum- und Ernährungsgewohnheiten der Europäer verändert hat.

Bis in die 90er Jahre wurden soziokulturelle Veränderungs- und Vernetzungsprozesse unter dem kontroversen Paradigma der Moderne bzw. Postmoderne beleuchtet, anschließend rückten diese Vorgänge verstärkt unter dem Begriff der Globalisierung ins Zentrum der akademischen Forschung und auch im wirtschaftlichen, politischen oder alltäglichen Diskurs hat dieser Terminus seit damals eine immanente Rolle inne. Eriksen nennt drei Gründe, die für diese Entwicklung verantwortlich sind, nämlich das Ende des Kalten Krieges, weltweite Identitätspolitik(en) und die Verbreitung des Internets:

„These three dimensions of globalization – increased trade and transnational economic activity, faster and denser communication networks, increased tensions between (and within) cultural groups due to intensified mutual exposure – do not suggest that the world has been fundamentally transformed after the late 1980s but that the driving forces of both economic, political and cultural dynamics are transnational – and that this is now widely acknowledged.“ (Eriksen 2007:3f)

1.3. Definitionen und Dimensionen der Globalisierung

Nachdem aufgezeigt wurde, dass weltweite Vernetzung kein neues Phänomen ist, wird im Rahmen dieses Kapitels der Frage nachgegangen, wie Globalisierung in ihren unterschiedlichen Dimensionen definiert werden kann. Nach Roland Robertson bezieht sich Globalisierung *„to the compression of the world and the intensification of consciousness about the world as a whole.“* (Robertson 1992:8) Anthony Giddens bezeichnet sie wiederum als *„intensification of worldwide social relations which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa“*. (Giddens 1990:64)

Zudem hebt Giddens vier institutionelle Dimensionen hervor, die den Globalisierungsprozess kennzeichnen (Giddens 1990:92ff): Erstens eine ökonomische Dimension, die sich in der kapitalistischen Weltwirtschaft äußert, zweitens eine politische Dimension, sprich das System der Nationalstaaten, drittens eine militärische Dimension bzw. Weltordnung, bestimmt von nationalstaatlichen Allianzen und viertens die Dimension der internationalen Arbeitsteilung, womit die Ausbreitung von Industrialisierung und globalen Produktionsweisen gemeint ist. Hinter diesen vier Dimensionen ortet Giddens noch eine weitere Ebene, nämlich jene der „kulturelle Globalisierung“ (Giddens 1992:100), womit er auf die durch Medien und Kommunikationsmittel hervorgerufenen kulturellen Austauschprozesse verweist.

Im Lauf der letzten beiden Jahrzehnte entstanden unzählige Versuche, Globalisierung zu definieren. Auf Grund der Vielzahl an unterschiedlichen Konzepten und Begriffen, grenzt der Soziologe Ulrich Beck die Begriffe Globalität, Globalismus und Globalisierung voneinander ab (Beck 1997:27ff): Unter „Globalität“ versteht er im Sinne einer Weltgemeinschaft die den Globus umspannende, von Medien durchdrungene Ordnung, in der die Vorstellung von territorialen bzw. soziokulturell abgeschlossenen Räumen obsolet wird. Im Gegensatz dazu bezieht er den Terminus „Globalismus“ auf die wirtschaftliche Dimension der Globalisierung, genauer gesagt auf die globale und gewinnorientierte Denk- und Handlungsweise des Neoliberalismus bzw. der Weltmarktherrschaft. Unter „Globalisierung“ summiert er letztendlich *„Prozesse, in deren Folge die Nationalstaaten und ihre Souveränität durch transnationale Akteure, ihre Machtchancen, Orientierungen, Identitäten und Netzwerke unterlaufen und querverbunden werden.“* (ebd. 1997: 28f)

1.4. Deterritorialisierung und Reterritorialisierung

Mit dem Einsetzen der Globalisierungsdebatte rückten weltweite Prozesse, genauer gesagt die grenzüberschreitenden Eigenschaften von Kultur immer mehr in den Mittelpunkt der Forschung. Durch laufend neue Innovationen am Kommunikations- und Transportmittelsektor entstanden umfangreiche Vernetzungs- und Austauschmöglichkeiten, ebenso kommt es durch erhöhte Geschwindigkeit und neue virtuelle Räume zu einer zunehmenden Kompression von Raum und Zeit. (Vgl. Halbmayer/Mader:7) Im Zuge dieser Entwicklungen findet eine Deterritorialisierung von Kultur statt, was als „*Verschiebung der kulturellen Verortung einer Gesellschaft in ihrem Bezug zum Territorium*“ interpretieren werden kann. (Kreff 2011:43) Gleichzeitig intendiert dieser Vorgang neue Formen der Reterritorialisierung und des „place-making“ (Gupta/Ferguson 1997), das heißt, Kultur wird an Hand von anderen realen oder imaginierten Bezugspunkten wieder verortet. (ebd. 2011:43)

Arjun Appadurai verweist in diesem Zusammenhang auf die „*Produktion von Lokalität*“ (Appadurai 1996:178), die Entkoppelung von Kultur, Politik und Ökonomie und die zunehmende Bedeutung der Imagination: Globale kulturelle Flüsse durchdringen die Grenzen von Nationalstaaten, zugleich gewinnen imaginierte bzw. virtuelle Räume an Relevanz und finden ihren Ausdruck in „*ethnoscapes*“, „*mediascapes*“, „*financescapes*“, „*technoscapes*“ und „*ideoscapes*“. (Appadurai 1996:27ff) In diesen Landschaften manifestieren sich Kontakt- und Konfliktzonen, es treten unterschiedliche Akteure und Institutionen miteinander in Verbindung und zirkulieren Waren, Bilder und Ideen. Nach Appadurai können kulturelle Austauschprozesse an Hand des veralteten Zentrum- Peripherie-Modells nicht mehr erklärt werden, vielmehr befinden sich heterogenisierende und homogenisierende Tendenzen in einem Spannungsverhältnis. Um das komplexe Zusammenspiel im Zuge der weltweiten Vernetzung zu benennen, spricht Appadurai deshalb von einer „*globalen kulturellen Ökonomie*“. (ebd. 1996:32). Eine andere Perspektive im Zusammenhang mit der Deterritorialisierung von Kultur liefern Andreas Hepp und Ulf Hannerz, worauf im nächsten Kapitel eingegangen wird.

1.5. Translokaliät und Transnationalität

Mit dem Konzept der Translokalität (2004) wendet sich der Medien- und Kommunikationswissenschaftler Andreas Hepp gegen das herkömmliche Verständnis territorial verankerter Kultur. Im Fokus seiner Überlegungen steht die Globalisierung der Medienkommunikation, oder anders gesagt, die zunehmende kommunikative Konnektivität - Hepp spricht in diesem Zusammenhang auch von einer „*Mediatisierung von Kultur*“ bzw. einer „*Medienkultur*“. (Hepp 2011:33) Medien und Kultur stehen in wechselseitiger Beziehung zueinander: Indem Menschen miteinander in Verbindung stehen und kommunizieren erzeugen sie Kultur, diese liefert wiederum Inhalte für Medien und umgekehrt überliefern Medien kulturelle Bedeutungen, Werte und Normen. Medien durchdringen die Grenzen von Nationalstaaten, überqueren ganze Kontinente und ebenso tut dies Kultur, was Hepp als translokal bezeichnet. (Vgl. Hepp 2004:173) Im Zuge der Translokalisierung kommt es jedoch nicht zu einer vollkommenen Deterritorialisierung von Kultur, sie kann weiterhin an bestimmten Territorien bzw. Nationalstaaten verorten sein, muss dies aber nicht. (ebd. 2004:169)

Mit Blick auf die steigende Mobilität und Verbundenheit von Menschen und Bedeutungen spricht Ulf Hannerz wiederum von einer „*transnationalen Arena*“ (Hannerz 1996:6). Große geographische Distanzen können rasch oder vollkommen aufgehoben werden, Personentransportmittel und Medien nehmen dabei eine zentrale Rolle ein - sie sind maßgeblich an der Konstitution von transnationalen, oder anders gesagt, die Grenzen von Nationalstaaten überschreitenden Räumen, beteiligt (Vgl. ebd. 1996:19). Hannerz liefert ein Konzept, wie Kultur unter diesen Voraussetzungen erforscht werden kann. Er operiert mit dem Begriff des „*cultural flow*“ – dieser überschreitet die Grenzen von Nationalstaaten und wirkt sich zum einen auf die Strukturen und Ausdrucksformen einer Gesellschaft aus, zum anderen wird er von einzelnen Individuen, Gruppen oder etwa auch Institutionen und Konzernen selbst mitgestaltet. (Hannerz 1992:4)

Für Ulf Hannerz stellt Kultur ein Netzwerk aus Bedeutungen dar, dass von Individuen einer Gesellschaft aktiv mitgestaltet wird: *„For culture, in the anthropological view, is the meanings which people create, and which create people, as members of societies. Culture is in some way collective“* (ebd. 1992:3).

Um die Komplexität von Kultur im Zusammenhang mit globalen Prozessen zu erforschen, schlägt Hannerz ein dreidimensionales perspektivisches Modell vor: Es besteht zum einen aus den internen Bedeutungsebenen einer Gesellschaft, also aus Ideen und Werten, zum anderen aus deren externen Bedeutungsebenen, wie Symbolen und Zeichen. (Vgl. ebd. 1992:3f) Befinden sich diese beiden Dimensionen im Austausch entsteht in einer dritten Instanz der „Kulturelle Fluss“:

„The cultural flow thus consists of the externalizations of meaning which individuals produce through arrangements of overt forms, and the interpretations which individuals make of such displays – those of others as well as their own.“ (ebd. 1992:4)

Mit Blick auf die kulturelle Komplexität und Diversität in unserer gegenwärtigen Welt betont Hannerz die ungleiche Verteilung und Vielzahl kultureller Flows. In weiterer Folge wendet er sich gegen die herkömmliche Auffassung von Kultur als abgegrenztes, in sich geschlossenes Konstrukt und das lineare Verständnis von Zentrum und Peripherie und spricht stattdessen von einer „globalen Ökumene“ (1992), die er im Sinne eines offenen Pools versteht, *„aus dem Individuen oder Kollektivitäten ihr je spezifisches Kulturrepertoire zusammensetzen“*. (Kreff 2003:117)

Die bisherigen Überlegungen verdeutlichen, dass wir uns in einem ständigen Prozess des kulturellen Austauschs befinden. Dabei werden die die Grenzen von Nationalstaaten überschritten, neben den Medien nimmt in diesem Vorgang die Mobilität von Menschen und Waren, sowie die transnationale Migration eine zentrale Rolle ein. An Hand dieser Erkenntnisse stellt sich nun die Frage, wie Kultur im Zusammenhang mit der Analyse der Praktiken von österreichischen Anime- und Manga-Fans definiert werden kann. Das Konzept der Transkulturalität gibt darüber Aufschluss und wird im Zuge des nächsten Kapitels präsentiert.

1.6. Das Konzept der Transkulturalität

In Anbetracht von transnationalen Vernetzungs- und Austauschprozessen wendet sich auch der Philosoph Wolfgang Welsch gegen die Herdersche Vorstellung einer statischen, homogenen und in sich geschlossenen Einzelkultur. (Vgl. Welsch 1997:67f) Stattdessen verweist er auf Ludwig Wittgensteins' pragmatisches Kulturverständnis, das heißt, Kultur liegt überall dort vor, wo eine „*geteilte Lebenspraxis besteht*“, zugleich ist sie offen, divers und zeichnet sich durch vielfältige Übergänge und Verflechtungen aus. (ebd. 1997: 71) Nach Welsch ist Kultur durch Diversität, Komplexität und über nationalstaatliche Grenzen hinauslaufende Überschneidungen gekennzeichnet, letztere finden nicht nur auf gesellschaftlicher Makroebene statt, sondern auch auf der Mikroebene einzelner Individuen. Auf Grund dieser Überlegungen argumentiert er gegen die Verwendung der Konzepte der Interkulturalität und Multikulturalität, denn obwohl beide den Fokus auf Verständigung und Austausch legen, bleiben sie dem traditionellen Kulturverständnis als abgeschlossene Einheit verhaftet (Vgl. ebd.: 1997:71f). An Hand dieser Überlegungen spricht Welsch stattdessen von Transkulturalität:

„Unsere Kulturen haben de facto längst nicht mehr die Form der Homogenität und Separiertheit, sondern sind bis in ihren Kern hinein durch Mischung und Durchdringung gekennzeichnet. Diese neue Form der Kulturen bezeichne ich, da sie über den traditionellen Kulturbegriff hinaus- und durch die traditionellen Kulturgrenzen wie selbstverständlich hindurchgeht, als transkulturell (ebd. 1997: 4).“

Das Konzept der Transkulturalität impliziert also vielfältige Überschneidungen und Verflechtungen: Zwischen Nationen, in Kunstbereichen und Unterhaltungsindustrien, auf militärischer, ökonomischer und politischer Ebene, zwischen unterschiedlichen Ethnien, Communities und Fan- bzw. Subkulturen. Im Sinne von Welsch manifestieren sich transkulturelle Prozesse auch in Bezug auf einzelne Individuen - sie beeinflussen und inspirieren Gedanken, Handlungen, Werte und wirken ein auf die jeweilige Identität und die Wahrnehmung von Eigenem und Fremdem. Wie sich das Aufeinandertreffen von unterschiedlichen kulturellen Systemen auswirkt und wie sich Austausch- und Aneignung

nungsprozesse auf kollektiver bzw. individueller Ebene gestalten, wird im Lauf der nächsten Kapitel noch eingehender erläutert.

1.7. Global – lokal – global

Wie bereits aufgezeigt wurde, führt weltweite Vernetzung bzw. Globalisierung zur Bildung von Räumen und Beziehungen, die die Grenzen von Nationalstaaten überschreiten. Für Beck beinhaltet sie zudem noch weiteres Potential: Einerseits wertet sie Lokales auf, andererseits treibt sie neue Formen bzw. „dritte Kulturen“ (Beck 1997:30) hervor, womit er bereits auf die Auswirkungen der Globalisierung verweist. Sie manifestiert sich für ihn als „clash of localities“, oder anders gesagt als *„Aufeinandertreffen und Auseinanderziehen von lokalen Kulturen“*. (ebd. 1997:90) Damit knüpft Beck bei Roland Robertsons' Begriff der „Glocalization“ (Robertson 1992) an. Unter Glocalisierung wird die Verquickung von lokalen und globalen Faktoren bzw. Prozessen versinnbildlicht. Das Lokale versteht Robertson als Aspekt des Globalen, gleichzeitig werden lokale Kulturen unter globalen Einflüssen neu bestimmt - die Auswirkungen dieses Vorganges können weder eindeutig mit Heterogenität, noch mit Homogenität gleichgesetzt werden. (Robertson 1998:196ff)

Das Glocalisierungs-Konzept richtet sich gegen die Vorstellung einer „McDonaldisierung“ (Ritzer 1993). Eingeführt wurde letzterer Begriff von George Ritzer, *„um das Vordringen rationeller Organisationsverfahren“* in sämtlichen Lebensbereichen zu beschreiben, verbunden ist dieser Vorgang mit *„Effizienz, Vorhersagbarkeit, Kalkulierbarkeit und Kontrolle, mit in Wirklichkeit dehumanisierenden Konsequenzen für individuelle Lebensführung und kulturelle Diversität“*. (Brüsemeister 2011:235)

Im Sinne der Glokalisierung kann jedoch nicht einfach von einer Übernahme globaler Strukturen und Verfahren gesprochen werden, denn globale bzw. multinationale Lebensmittel- und Textil-Konzerne, sowie die Unterhaltungsindustrie passen sich immer den lokalen Geschmacks- und Wertvorstellungen an. Der Fastfood-Konzern McDonalds vertreibt in Indien etwa den „Chicken Maharaja-Mac“¹, zudem wird aus Rücksicht auf religiöse Essensgebote weder Rind-, noch Schweinefleisch zubereitet. In Österreich veranstaltet selbiger Konzern Themenwochen, bei denen regionale Spezialitäten als Inspirationsquelle für Burger wie den „McTafelspitz“ oder den „McRösti“ dienen. Hinzu kommt, dass mit dem Einsatz von regionalen Produkten, wie Kartoffeln und Rindfleisch, geworben wird. Umgekehrt beteiligen und bedienen sich lokale Konzerne, Gemeinschaften, sowie auch einzelne Individuen, an globalen Strukturen und Diskursen.

1 <http://www.mcdonaldsindia.com/>

2. Austausch- und Verflechtungsprozesse

Die bisherigen Überlegungen verdeutlichen, dass der Globalisierungsprozess nicht in einer homogenen Universalkultur bzw. Weltgesellschaft mündet, vielmehr führt er zu einer Differenzierung kultureller Formen bzw. dem Entstehen von etwas Neuem. Es stellt sich nun die Frage, wie sich das Aufeinandertreffen unterschiedlicher Kulturen gestaltet. Wie verläuft der Austausch von Ideen, Bedeutungen und Werten, wenn Kultur als grenzüberschreitender, prozessualer Aspekt gedacht wird? Wie wirken sich kulturelle Kontakt- und Austauschvorgängen aus und wie kann kultureller Wandel erklärt werden?

In Bezug auf letzteres gibt es unterschiedliche Erklärungsversuche - viele ForscherInnen sehen ihn in einer Vermischung unterschiedlicher kultureller Formen begründet, wobei hier auch unterschiedliche Termini verwendet werden, wie etwa „Kreolisierung“ (Hanerz 1996), „Mélange“ (Rushdie 1992) oder „Hybridisierung“ (Hall 1994). Das Hybridisierungskonzept wurde in den letzten Jahren vermehrt im Zusammenhang mit der Rezeption populärer Medien untersucht, wie etwa im Kontext von Bollywood-Fankulturen. Hybridisierungsprozesse manifestiert sich dabei in der transnationalen Zirkulation, Rezeption und Aneignung von Medienprodukten. Bevor jedoch erläutert wird, wie sich Hybridisierung gestalten, ist es zunächst notwendig, einen Blick auf die Bedeutung und Rezeptionsgeschichte dieses Begriffes zu werfen.

2.1. Definitionen und Diskurse des Hybriden

Im Duden wird „hybrid“ als „Mischung“ oder „*Gebilde aus zwei oder mehreren Komponenten*“² angeführt, die oder der „Hybride“ bezeichnet wiederum eine „*aus Kreuzung verschiedener Arten hervorgegangene Pflanze*“ bzw. ein „*aus Kreuzung verschiedener Rassen hervorgegangenes Tier*“³. Wie daran ersichtlich ist, wird dieser Begriff in der Biologie zur Bezeichnung von Elementen herangezogen, die in ihrer Kombination etwas Neues ergeben. Jedoch weist die Verwendungsgeschichte des Hybriditäts-Konzepts eine problematische Vergangenheit auf, da es im 19. Jahrhundert im Zuge von Rassenlehre und Eugenik entlehnt und später auch in der Zeit des Nationalsozialismus verwendet wurde. (Vgl. Nünning 2005:68)

Seit den 1980er Jahren hat sich das Hybriditäts-Konzept weitgehend von seiner negativen Konnotation befreit: diente es vormals zur Beschreibung von Prozessen in Natur und Technik wurde es im Lauf der Zeit auch auf soziale bzw. kulturelle Phänomene ausgeweitet. Zunächst wurde es in der Literaturwissenschaft rezipiert und wenig später auch von anderen Disziplinen und Strömungen aufgegriffen, zu nennen sind hier unter anderem die Postcolonial Studies und die Cultural Studies. (Vgl. Mader/Hirzer 2011:75)

In Naturwissenschaft und Technik wird unter Hybridität die Kombination verschiedener Elemente verstanden, mit denen eine Effizienzsteigerung bzw. ein erhöhter Komplexitätsgrad erreicht werden kann, man denke etwa an Hybridmotoren oder -rechner. (Vgl. Schneider 1997:18f) Auch in anderen Bereichen und Forschungsrichtungen spielen diese Eigenschaften eine Rolle, Irmela Schneider unterscheidet etwa zwischen „*naturwissenschaftlichen, technikwissenschaftlichen, soziologischen, ästhetischen, philosophischen, linguistischen*“ und „*medientheoretischen Diskursen des Hybriden*“. (ebd. 1997:17)

2 <http://www.duden.de/rechtschreibung/Hybrid>

3 <http://www.duden.de/rechtschreibung/Hybride>

In der Kultur- und Sozialanthropologie wurde das Konzept der Hybridisierung vor allem im Zusammenhang mit unterschiedlichen Verflechtungs- und Vermischungspänomenen im Rahmen lateinamerikanischer Kolonisations- und Globalisierungsprozesse aufgegriffen. Eine besonders wichtige Rolle nimmt hier die Arbeit von García Canclini zu „*mezcla intercultural*“ (1989) ein - nach ihm ist Hybridisierung von folgenden zentralen Merkmalen bestimmt: Der „*Dekollektivierung kultureller Systeme*“ durch vielseitige und gleichzeitig verfügbare Kulturangebote, der „*Deterritorialisierung symbolischer Prozesse*“, die im Zusammenhang mit kommunikativer Vernetzung entsteht, sowie der „*Verbreitung unreiner Genres*“, womit transkulturelle Medien wie etwa Graffiti gemeint sind. (Mader/Hirzer 2011:77)

Die Arbeit von Canclini hatte maßgeblichen Einfluss auf die Betrachtungsweise von transkulturellen Austausch- und Aneignungsprozessen, sei es nun innerhalb der Disziplin oder etwa auch in Bezug auf die Cultural Studies. (Vgl. ebd. 2011: 75f) Im Zuge des nächsten Kapitels werden den Überlegungen von Canclini zwei weitere zentrale Ansätze hinzugefügt. Abschließend soll hier aber noch folgendes verdeutlicht werden: Nach Elke Mader und Petra Hirzer liegt das Hauptaugenmerk bei der Erforschung von Hybridisierungsprozessen nicht mehr auf der Vermischung zwischen „*zwei oder mehreren als abgeschlossenen oder statisch gedachten Kulturen*“, sondern auf der Beschreibung spezifischer Dynamiken „*im Rahmen eines permanenten Kulturwandels*“. Dieser hat „*zu jeder Zeit und an allen Orten*“ stattgefunden, mittlerweile erfolgt er jedoch „*unter den beschleunigten Konditionen der Globalisierung*“. (ebd. 2011:76)

2.2. Hybridität, Identität und dritter Raum

Wie bereits angedeutet, werden in diesem Kapitel zwei weitere Perspektiven im Zusammenhang mit dem Phänomen der Hybridisierung vorgestellt. Hierbei nimmt die Arbeit des postkolonialen Theoretikers Homi K. Bhabha besonderen Stellenwert ein. In

„Die Verortung der Kultur“ (2000 [1994]) nähert er sich dem Thema Hybridität, indem er das Verhältnis zwischen Kolonisierten und Kolonisierenden aufbricht und grundlegend neu betrachtet. Hybridisierung stellt für ihn nicht die bloße Vermischung zweier Kulturen dar, sondern eine kreative und strategische Aneignung von Bedeutungen von Seiten einzelner Akteure, die sich in einem „dritten Raum“ bzw. „third space“ artikuliert. Kultur ist demnach ein Text, dessen Praktiken und Symbole in einem kontinuierlichen, sowie subversiven Vorgang neu verhandelt und interpretiert werden. (Bhabha 2000:57f)

Dem Konzept der kulturellen Diversität setzt Bhabha jenes der Differenz entgegen: Der dritte Raum wird somit zum Verhandlungsraum, in dem durch die Artikulation von Gegensätzen eine hybride Kultur entsteht. Identität ist unter diesen Bedingungen nicht als festgeschriebene Einheit zu betrachten, sondern gestaltet sich als ambivalenter und aktiver Prozess im Spannungsfeld kultureller Differenzen. (Vgl. Dayioğlu-Yücel 2005:59f) Wie Dayioğlu-Yücel verdeutlicht, wendet sich Homi K. Bhabha mit seinen Überlegungen gegen das Konzept des Multikulturalismus: *„In diesem erscheinen Kulturen zwar als gleichgestellt, aber zugleich als getrennte Entitäten. In Bhabhas Konzept der Hybridität ist aber gerade die untrennbare Vermischung zentral.“* (ebd. 2005: 61)

Was Hybridität und die Bildung von Identität betrifft, so hat auch Stuart Hall, Soziologe und Vertreter der Cultural Studies, einen wichtigen Beitrag geleistet. Im Zuge der Identitätsbildung verweist er im Besonderen auf die Rolle der Medien, letztere stellen nicht nur Potential zur Vermittlung von Inhalten bzw. Identitätskonzepten bereit, sondern bieten auch Möglichkeiten der Repräsentation und Selbstorganisation sozialer Gruppen und Individuen:

„Überall entstehen kulturelle Identitäten, die nicht fixiert sind, sondern im Übergang zwischen verschiedenen Positionen schweben, die zur gleichen Zeit auf verschiedene kulturelle Traditionen zurückgreifen und die das Resultat komplizierter Kreuzungen und kultureller Verbindungen sind, die im wachsendem Maße in einer globalisierten Welt üblich werden.“ (Hall 2000:218)

Mit seinen Überlegungen wendet sich Hall, ebenso wie Bhaba, gegen die Vorstellung einer passiven Übernahme hegemonialer kultureller Strukturen und Bedeutungen. Vielmehr nehmen Individuen aktiv an der kulturellen Bedeutungsproduktion teil, diese spiegelt sich auch in der Rezeption von Medien wider, was in den nächsten Kapiteln noch eingehender betrachtet wird.

Zunächst soll an dieser Stelle aber noch ein weiteres Konzept vorgestellt werden, welches Hybridisierung im Zusammenhang mit der Rezeption von Populärkultur behandelt, nämlich jenes der „*imaginären kulturellen Identität*“ bzw. der „*imaginären Ethnizität*“ (Mader/Hirzer 2011:94f) Im Rahmen der Erforschung hybrider Prozesse peruanischer Bollywood-Communities zeigen Elke Mader und Petra Hirzer auf, dass sich einzelne Fan-Gruppen nicht auf eine spezifische orts- oder regionsgebundene bzw. transnationale Identität berufen - vielmehr konstruieren sie sie im Sinne von Sunaina Marr Maira als „*symbolische Ethnizität*“ (Marr Maira 2002) über die Welt des indischen Films. (Mader/Hirzer 2011:94)

3. Populäre Kultur und Globalisierung

Wie die bisherigen Überlegungen verdeutlichen, sind uns durch weltweite Vernetzungs- und Austauschprozesse Produkte und Medien aus den unterschiedlichsten Regionen der Welt zugänglich, wie etwa auch Animes und Mangas – diese können wiederum als populärkulturelle Produkte bezeichnet werden. Was die Definition von Populärkultur bzw. Popkultur betrifft, so gibt es sehr unterschiedliche Bestimmungsversuche. Es würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, auf alle Überlegungen einzugehen, weshalb im Rahmen des nächsten Kapitel nur jene präsentiert werden, die im Zusammenhang mit der Rezeption von Animes und Mangas von Bedeutung sind.

3.1. Definitionen und Diskurse des Populären

Populärkultur kann zunächst einmal in Abgrenzung zur so genannten Hochkultur definiert werden, wobei dieser Zugang impliziert, dass sich der Konsum und die Produktion von kulturellen Gütern nach klassenspezifischen Geschmacks und Wertvorstellungen richten. Der Hochkultur wird dabei intellektueller bzw. anspruchsvoller Charakter zugestanden, Popkultur wird im Gegenzug als vulgäre und einfache Unterhaltungsform abgetan. (Vgl. Kelly 2004:4f) So wurden etwa Comics in Europa und der USA lange Zeit als triviale und minderwertige Bildgeschichten angesehen, die für Erwachsene keine ernstzunehmende Form der Lektüre darstellen. (Vgl. Grünewald 2000:77f)

In der wissenschaftlichen Literatur wird Popkultur häufig mit dem Begriff der Massenkultur gleichgesetzt. Darunter können dem Geschmack der Masse entsprechende Produkte und Medien verstanden werden, sowie deren billige und massenhafte Verbreitung und Konsumtion von Seiten des Publikums. Das Verständnis von Masse richtet sich hier entweder nach Publikums- und Veröffentlichungszahlen oder dem für die Masse

konzipierten Inhalt. In weiterem Sinn kann Populärkultur auch als „*Marktkultur*“ verstanden werden, die durch Werbeversprechen, Interessensermittlung der Konsumenten und Konkurrenzbehauptung auf kommerziellen Erfolg abzielt. (Hügel 2003:49)

Ein Terminus, der im Zusammenhang mit der massenhaften Verbreitung von Waren und Medien steht, ist jener der *Kulturindustrie*, wobei dieser auf Max Horkheimer und Theodor W. Adorno zurückgeht. Damit richteten sie sich Mitte der 1940er Jahre äußerst kritisch gegen die wachsende Medien- und Warenindustrie und deren standardisierte Erzeugnisse, die sie als manipulative und trügerische Unterhaltung für die Massen ansahen. Die RezipientInnen wurden dabei als passive und machtlose Individuen angesehen, die den Produkten der Kulturindustrie und den darin enthaltenen Bedeutungen bzw. Ideologien hilflos ausgeliefert sind. (Vgl. Kelly 2004:5)

An dieser Stelle kommen die Cultural Studies ins Spiel. In Kapitel 2.2 wurde bereits auf deren Forschungsausrichtung, Entstehungsgeschichte und Relevanz in Bezug auf die Analyse von populärer Kultur verwiesen. 1964 wurden die Cultural Studies von Richard Hoggart durch die Gründung des *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) in Birmingham institutionalisiert. Gegen Ende der 60er Jahre übernahm Stuart Hall dessen Leitung und entwickelte die Ideen seiner Vorgänger weiter. Besondere Bedeutung in Bezug auf die Erforschung von Populärkultur nehmen seine Überlegungen zum Rezeptionsvorgang ein, die im nächsten Kapitel präsentiert werden.⁴

4 Vgl. Rainer Winter: http://www.rainer-winter.net/index.php?option=com_content&task=view&id=5&Itemid=24&limit=1&limitstart=1

3.2. Rezeption und Bedeutungsproduktion

Nach Stuart Hall ist Populärkultur *„einer der Orte, auf dem Kämpfe für und gegen die Kultur der Mächtigen ausgetragen werden; sie ist auch der Einsatz, der in diesem Kampf gewonnen oder verloren werden kann. Sie ist die Arena für Zustimmung und Widerstand“* (Hall 1981: 239, zitiert nach Winter 2003:152).

An diesem Verständnis von populärer Kultur kann mit Halls' Überlegungen zum Rezeptionsvorgang angeknüpft werden. Sein "encoding-decoding"-Modell (1973), richtet sich gegen das herkömmliche Verständnis von aktivem Sender und passivem Empfänger und bildet zugleich einen kritischen Gegenpunkt zur Frankfurter Schule und ihren Überlegungen zur Kulturindustrie. Beim „encoding“ werden Nachrichten bzw. Bedeutungen in ein Medium eingeschrieben, im Zuge des „decoding“ werden diese vom Rezipienten entschlüsselt, wobei letzteres nicht mit einer bloßen Übernahme des beabsichtigten Inhalts gleichzusetzen ist. (Vgl. Bonfadelli 2002:172f)

Nach Hall findet von Seiten des Empfängers eine aktive Bedeutungsproduktion statt, die aber zugleich von seinem sozialen und lokalen Kontext abhängig ist, wobei er hier von Klassenzugehörigkeit spricht. Er führt deshalb drei unterschiedliche Arten an, wie Bedeutung von Seiten des Publikums konstruiert wird. Erstens die *„Vorzugsleseart“*, bei der sie vollständig übernommen wird, zweitens die *„ausgehandelte Leseart“*, bei der vorgegebene Inhalte zwar anerkannt werden, jedoch gleichzeitig, in Hinblick auf den eigenen Kontext, umgedeutet werden, sowie drittens die *„oppositionelle Leseart“*, bei der die beabsichtigte Bedeutung abgelehnt und in völlig gegensätzlicher Weise ausgelegt wird. (Winter 1997:51ff).

An Halls "encoding-decoding"-Modell knüpfen die Überlegungen der amerikanischen Cultural Studies an. Als wichtigster Vertreter ist hier John Fiske zu nennen, der dem Konsumenten im Zuge der Bedeutungsproduktion noch mehr Relevanz zugesteht. Nach Fiske verfügen Populärkulturelle Medien lediglich über gewisse *„Präferenzstrukturen“*, die *„bestimmte Bedeutungen nahelegen und andere in den Hintergrund drängen“*. (Winter 2003:154) Er argumentiert damit gegen Halls' Auffassung einer Vorzugsleseart

und definiert stattdessen eine abweichende Leseart als charakteristisches Merkmal des Rezeptionsvorganges. Zudem erweitert er den dabei involvierten Faktor der Klassenzugehörigkeit um Kategorien wie Geschlecht, Ethnie, Beruf oder Bildung. (Vgl. Winter 1997:55f) Somit versteht Fiske Medienrezeption bzw. Kommunikation als Prozess, der einerseits durch ungleiche Machtverhältnisse gekennzeichnet ist und andererseits auf dem aktiven Aushandeln von Bedeutungen auf Ebene der Rezipienten beruht, wobei sich hier, in logischer Konsequenz, Differenzen und Widersprüche manifestieren. (Vgl. Müller 1993:54f)

Nachdem einige zentrale Perspektiven der Cultural Studies bezüglich der Definition und Rezeption von Populärkultur präsentiert wurden, wird im Verlauf der nächsten Kapitel aufgezeigt, wie sich deren Produktion und Distribution im Kontext globaler Märkte und translokaler Medienkommunikation gestaltet, wobei japanische Popkultur im Mittelpunkt der Betrachtung stehen wird. Im folgenden Kapitel wird zunächst auf die Begriffe Manga und Anime eingegangen, ebenso wird ein kurzer Abriss über die Entstehungsgeschichte und Charakteristika dieser populären Medien gegeben.

3.3. Animes und Mangas in Japan

Mangas, deren Leserichtung im Vergleich zu westlichen Comics von rechts nach links verläuft, machen heute mehr als ein Drittel aller Druckerzeugnisse in Japan aus, im Jahr 1994 wurden etwa 2.27 Billionen Exemplare veröffentlicht und auch die Verkaufszahlen sprechen für sich. In keinem anderen Land der Welt ist die Produktion von Bildgeschichten dermaßen spezialisiert und so gibt für fast alle Alters- und Interessensgruppen eigene Genres. (Vgl. Wong 2006:24)

Das aus dem japanischen stammende Wort Manga setzt sich aus „*man*“ (=spontan, ziellos, unverantwortlich) und „*ga*“ (=Bild, Skizze, Zeichnung) zusammen und bedeutet so viel wie „*Unverantwortliches Bild*“. (Bichler 2004:60) Vermutlich wurde dieser Termi-

mus bereits 1814 vom Holzschnittkünstler Hokusai eingeführt, der damit seine Skizzenbücher bezeichnete, erst seit Beginn des 20. Jahrhunderts wurde er dann zur Benennung von japanischen Comics verwendet. (Vgl. Schodt 1983:18) Die Entwicklungsgeschichte des Manga lässt sich weit in die Vergangenheit zurückverfolgen, hier wären unter anderem die Illustrationen aus dem 12. Jahrhundert von Bishop Toba oder die Farbholzschnitte aus dem 18. und 19. Jahrhundert zu nennen. (Vgl. Kinsella 2000:19)

Mit der Öffnung Japans ab 1868 und in weiterer Folge durch die US-amerikanische Besetzung zwischen 1945 und 1952 fand ein Austausch zwischen westlichen Comics, Filmen und japanischen Medienformen statt. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts wurden westliche Drucktechniken aufgegriffen, was die Entstehung von periodischen Printmedien begünstigte und bereits 1902 wurde die erste japanische Bildergeschichte einmal wöchentlich in einer Sonntagszeitschrift veröffentlicht. (Vgl. Schodt 1983:41f) Im Lauf der darauf folgenden Jahrzehnte erfreuten sich neben den Mangas auch westliche Erzeugnisse großer Beliebtheit, was sich nicht nur in der Übersetzung von amerikanischen Comics widerspiegelte, sondern auch dadurch, dass viele ihrer Stilelemente von japanischen ZeichnerInnen aufgegriffen wurden. Hier wäre etwa die „*Panel*“-Struktur zu nennen, das heißt, mit vier aneinandergereihten Bildern wird eine kurze Geschichte erzählt. (Vgl. ebd. 1983:45) In dieser Phase wurden neben den Bildergeschichten in Tageszeitungen besonders beliebte Werke in Heften zusammengefasst, sowie eigene Manga-Magazine für Kinder erstellt (Vgl. Koyama-Richard 2007:122)

In den Nachkriegsjahren entwickelten sich Mangas laufend weiter und wurden auf Grund der geringen Produktionskosten sehr rasch zu einem äußerst beliebten Unterhaltungsmedium für alle Altersstufen. In diesem Zeitraum entstand auch der sogenannte „*Story-Manga*“ (Berndt 1995:18), das sind in Buch- oder Heftform publizierte Fortsetzungsgeschichten, ebenso etablierten sich zahlreiche Genres für unterschiedliche Alters- und Interessensgruppen, zu nennen wären hier etwa „*Shōnen*“-Mangas für Jungen, „*Shōjo*“-Mangas für Mädchen oder die „*Silver*“-Mangas für SeniorInnen. (Vgl. ebd. 1995: 21f)

Jüngere Genres sind etwa das „*Shōnen-ai*“ und „*Shōjo-ai*“ wobei bei ersterem die Liebe zwischen zwei Jungen, bei letzterem selbiges in Bezug auf Mädchen thematisiert wird. Obwohl Erotik in diesen Erzählungen eine zentrale Rolle spielt, sind sie nicht mit Pornographie gleichzusetzen – sexuelle Handlungen werden zumeist nur angedeutet und in weiterer Folge der Phantasie der LeserInnen überlassen. „*Hentai*“-Mangas stehen im Gegensatz dazu explizit für pornographische Inhalte und richten sich dementsprechend an erwachsenes Publikum. (Vgl. Koyama-Richard 2007:238f) Grundsätzlich werden in Mangas vielfältige Themen behandelt, wie etwa Freundschaft, Liebe, Sport oder der Schul- und Berufsalltag, des Weiteren gibt es Genres, die in unterschiedlicher Gewichtung Magie, Superkräfte, Gewalt oder Technik thematisieren. (Vgl. Schodt 1983:15f)

Bei der Weiterentwicklung des Manga zu seiner gegenwärtigen Form ist vor allem der als „*God of manga*“ verehrte Tezuka Osamu verantwortlich. Inspiriert von den großen Augen und langen Beinen der Figuren in Walt Disney- und Max Fleisher-Filmen adaptierte er diese in seine Werke. (Wong 2006:28) Des Weiteren integrierte er filmische Techniken wie „*Close-Ups*“ oder verschiedene Blickwinkel in die Bildersprache des Manga und revolutionierte somit auch dessen Erzählform. Mit seinen neuen, standardisierten Produktionsmethoden legte Osamu zudem den Grundstein für die gegenwärtige Manga-Industrie. (Vgl. Schodt 1983:63f) Bei Tezuka Osamu knüpft auch die Entstehungs- und Erfolgsgeschichte der japanischen Anime an: in den 1960er Jahren entwickelte er auf Basis seiner Mangas die ersten japanischen Anime-Serien, zu nennen wären hier etwa „*Astro Boy*“⁵ oder „*Kimba the white lion*“⁶. Um seine Produktionen zu finanzieren, führte er gleichzeitig den Vertrieb von Merchandising-Artikeln ein, die auf den Figuren seiner Serien basierten (Vgl. Bouissou 2000:4ff). Zur Bezeichnung der japanischen Trickfilme wurde der Begriff Anime gewählt, eine Abkürzung des englischen Wortes „animation“. (Napier 2005:5)

Im Lauf der nächsten Jahrzehnte entwickelte sich die Produktion von Animes laufend weiter: ihre Zielgruppe wurde von Kindern und Jugendlichen auf Erwachsene ausgeweitet, es entstanden immer komplexere Erzählstrukturen und Handlungen und auch im Kino erfreuen sie sich seit den 1960er Jahren großer Beliebtheit. (Vgl. ebd. 2005:16ff).

5 jap.: „*Tetsuwan Atomu*“ (1963)

6 jap.: „*Janguru taitei*“ (1964)

Seit Tezuka Osamus' „Astro Boy“ hat sich zudem die Adaption von Charakteren und Geschichten aus Mangas als fruchtbare Produktions- und Verkaufsstrategie etabliert, Wong bezeichnet dies als „*media mix*“-Strategie. (Wong 2006:26) Nachdem ein kurzer Überblick über die Entstehungsgeschichte von Animes und Mangas in Japan, sowie deren Charakteristika gegeben wurde, wird im Zuge des nächsten Kapitels aufgezeigt, wie sich beide Formen am globalen Markt und hier besonders in Österreich etablieren konnten.

3.4. Japanische Popkultur und Globalisierung

Wie bereits an Hand der Überlegungen der Cultural Studies aufgezeigt wurde, ist Populäre Kultur „*an arena of struggle and negotiation between the interests of dominant groups and the interests of subordinate groups.*“ (Storey 2003:51), wobei sich dieser komplexe Prozess nicht nur auf die Rezeption von Seiten des Publikums, sondern auch auf deren Produktion und Distribution bezieht. Durch weltweite Vernetzung stehen uns Waren, Informationen und Ideen aus den unterschiedlichsten Regionen der Welt zur Verfügung, wie chinesisches Essen, australische Digeridoos, Hollywood- und Bollywood-Filme oder lateinamerikanische Musik. Einerseits werden KonsumentInnen gezielt mit Attributen wie Seltenheit, Außergewöhnlichkeit, kultureller Authentizität oder Exotik angelockt, man denke etwa an karibischen Rum, irisches Bier oder amerikanische Restaurant-Ketten wie „Friday's“ oder „Subway“. Andererseits wurde mit den Überlegungen zu Kultur, Ökonomie und Globalisierung im Rahmen dieser Arbeit bereits aufgezeigt, dass Konzerne ihre Strukturen und Produkte immer auch an lokale Geschmacks- und Wertvorstellungen angleichen, um erfolgreiche Absatzzahlen zu garantieren.

Auch in der Produktion und Verbreitung von Anime, Manga und anderen japanischen Produkten manifestieren sich die komplexen Vorgänge einer „globalen kulturellen Ökonomie“ (Appadurai 1996). Das Zusammenspiel zwischen Japan, Populärkultur und Globalisierung wurde von Allen und Sakamoto eingehend beleuchtet – Produktion, Distribution, Interpretation, sowie daraus resultierende Hybridisierungsprozesse sind nach ihnen immer abhängig von kulturellem Kontext, Ort, Audienz, Ökonomie, Politik und Geschichte:

„(...) there are many 'insides' (localities) and many more 'outsides' (extra-localities), which inform the production and consumption of 'Japanese popular culture'. The 'Japan' in 'Japanese popular culture' is always already dislocated, contaminated, cross-pollinated and criss-crossed .“ (Allen/Sakamoto 2006:3)

Lange Zeit war Japan in der globalen Kulturökonomie fast ausschließlich über die Herstellung von Autos und Unterhaltungselektronik wie Spielkonsolen oder dem Walkman präsent. Im Gegensatz dazu hatten die USA durch Medien und Güter aller Art eine Vormachtstellung in Bezug auf die weltweite Verbreitung von kulturellen Bildern und Inhalten, was zum Teil an fortschrittlichen und kostengünstigen Produktionsmethoden und großem Engagement im Bereich des Exports lag. (Vgl. Allison 2004:34)

Ab Ende der 1980er Jahre hat sich jedoch ein Wandel vollzogen – Japan hatte sich seit der Öffnung des Landes als wirtschaftliche, finanzielle und technologische Macht etabliert. Nach Harumi Befu nimmt der weltweite Export technologischer Hardware eine besondere Rolle ein, da sich mit ihr zugleich (populär)kulturelle Produkte, sprich japanische Unterhaltungsmedien und Praktiken wie Karaoke, Kampfsportarten oder Animes und Mangas verbreitet haben. (Vgl. Befu 2001:13f) Durch den globalen Handel mit Populärkultur wurde auch die Japanische Kultur immer präsenter, wie Wendy Wong mit Bezug auf Befu bemerkt:

„Consider the recent phenomenon of “Asianization of the West,” in which we “witness japonisme – diffusion of manga and anime, Japanese cuisine, karaoke, and the like. There is no name for this phenomenon, but it is an obverse of ‘Japanization of the West.’” (Wong 2006:22)

Es stellt sich nun die Frage, warum japanische Popkultur außerhalb Asien dermaßen erfolgreich und beliebt wurde. In der Literatur gibt es unterschiedliche Auffassungen, was im Zuge der nächsten Kapitel und im Zusammenhang mit der Verbreitung von Anime und Manga und hier im Besonderen in Österreich, noch näher erläutert wird.

3.5. Animes und Mangas in Österreich

Bereits in den 1960er Jahren startete Japan den Export von Mangas und anderen populärkulturellen Produkten in den asiatischen Raum, genauer gesagt wurden sie zunächst in Hong Kong eingeführt, ab Mitte der 1980er wurden dann auch, um nur einige Märkte zu nennen, Taiwan, Singapur und Malaysia erschlossen. Damit konnten zum einen amerikanische Produktionen vom Markt verdrängt werden, zum anderen beeinflussten sich die japanischen und dort ansässigen Produzenten gegenseitig. (Vgl. Wong 2006:30ff)

Zwischen 1970 und 1980 richtete sich der Blick der japanischen Produzenten auf den amerikanischen und europäischen Markt. In den USA konnten sich Mangas und Animes erst gegen Ende der 90er Jahre etablieren, da die Distributionswege vor Ort von der landeseigenen Comic- und Zeichentrickproduktion kontrolliert wurden. (Vgl. Bouissou 2000:4) Japanische Produktionen wurden zudem an lokale Geschmacksvorstellungen angeglichen oder völlig zensiert, da man asiatischen und anderen kulturellen Einflüssen lange Zeit skeptisch bzw. ablehnend gegenüberstand. (Vgl. Wong 2006:37)

Im Gegensatz dazu wurden in Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland und Österreich bereits in den 70er Jahren zahlreiche synchronisierte Animes bzw. japanisch-europäische Koproduktionen ausgestrahlt, wobei letztere zunächst nicht als japanische Erzeugnisse wahrgenommen wurden, da sie auf europäischen Geschichten basierten. Im deutschsprachigen Raum kooperierten etwa die Fernsehsender ZDF und ORF mit diversen japanischen Produktionshäusern, woraus in weiterer Folge äußerst beliebte Kinder-serien wie „Pinocchio“ oder „Biene Maja“ entstanden. (Vgl. Meyer-Tien 2007:163f)

Mitte der 1990er begann mit der Ausstrahlung von „Sailor Moon“ die Erfolgsgeschichte von Animes und Mangas in Österreich sowie im restlichen Europa. (Vgl. Wong 2006:36) Dabei handelt es sich um eine auf den Mangas von Naoko Takeuchi basierende Anime-Serie, die dem *Magical-Girl*-Genre, einer Unterkategorie des *Shōjo*, zugeordnet wird, welches für junge Mädchen konzipiert wird (Vgl. Kap. 4.3). Die Handlung von Sailor Moon lässt sich folgendermaßen zusammenfassen: Das tollpatschige Schulmädchen Bunny Tsukino wird von der sprechenden Katze Luna zu einer Kriegerin für Liebe und Gerechtigkeit berufen. Mit Hilfe einer Brosche, eines Zepters und durch das beschwören der Formel „*Macht der Mondnebel, mach auf!*“ verwandelt sie sich Bunny in Sailor Moon. Durch Attribute wie Kristalle und Zepter verfügt sie über magischen Kräfte und kämpft mit anderen Sailor-Kriegerinnen gegen das Böse.⁷ In Österreich, Deutschland und andern europäischen Ländern wurde „Sailor Moon“ mit großer Begeisterung aufgenommen, in Amerika floppte die Serie hingegen, da sie sich nicht mit dem Geschmack der Zielgruppe deckte und als zu unterschiedlich und fremd betrachtet wurde. (Vgl. Wong 2006:36f)

Der Erfolg von Sailor Moon förderte in den darauffolgenden Jahren „*nicht nur den Absatz von Manga und Spielzeugpuppen der Hauptfiguren, sondern inspirierte auch TV-Shows und Musicals und zierte über 5.000 Franchise-Produkte, darunter Schultaschen, Kleidung, Nahrungsmittel, Sticker und Computerspiele.*“ (Manzenreiter 2007:9) Eine andere Produktion, die im selben Zeitraum in Europa und im Besonderen auch in Deutschland und Österreich Aufsehen erregte ist das von Akira Toriyama kreierte

7 http://www.sailorwikimoon.de/de/Sailor_Moon

Manga „Dragonball“, wobei sich dieses mit seinen surrealen und Aktion-geladenen Kampfszenen an Jungen richtet und dem *Shōnen*-Genre (Vgl. Kap. 4.4) zuordnen ist. Nach der erfolgreichen Veröffentlichung der Manga-Serie 1997 wurde zwei Jahre später auch die Anime-Version von „Dragon Ball“ auf RTL2, einem deutschen Privatsender, ausgestrahlt. (Vgl. Wong 2006:37)

In Bezug auf die globale Verbreitung von Mangas kommt der Serie „Akira“ von Katsuhiro Otomo besondere Bedeutung zu. Zunächst wurde die in schwarz-weiß gehaltene Geschichte in den USA koloriert, ins Englische übersetzt und in westlicher Leserichtung gespiegelt. Vom Carlsen Verlag wurde diese Version zu Beginn der 1990er übernommen und für den deutschen Markt aufbereitet. (Vgl. Bouissou 2000:22ff) Mit seiner düsteren und mystisch anmutenden Endzeitstimmung und den komplexen Figuren und Handlungssträngen richtete sich „Akira“ im Gegensatz zu „Sailor Moon“ oder „Dragon Ball“ an junge Erwachsene. Während „Akira“ in den 1990er Jahren nur mäßigen Erfolg in Deutschland und Österreich erzielte und vorübergehend eingestellt wurde hat diese Manga Serie mittlerweile einen gewissen Kultstatus innerhalb der Anime- und Manga-Fankultur erreicht. Etwa zehn Jahre nach der Erstveröffentlichung wurde sie erneut von Carlsen publiziert, wobei dieses Mal die schwarz-weiße-Farbgestaltung des Originals beibehalten wurde⁸.

Ab der Jahrtausendwende kam es weltweit und auch in Österreich zu einem wahren Manga-Boom, was vor allem in der Kooperation von japanischen und westlichen Produktionshäusern und gut durchdachten Vermarktungsstrategien begründet liegt. Eine besondere Rolle nimmt dabei das „Pokémon-Imperium“ ein: *„Ursprünglich als Spiel für den Nintendo-Gameboy entwickelt, wurde Pokémon Ende der 1990er Jahre nahezu gleichzeitig als Manga, TV-Serie und Tauschkartenspiel auf den Überseemärkten eingeführt und etablierte sich sofort als Verkaufsschlager.“* (Manzenreiter 2007:9) Die Fernsehserie wurde in 30 Sprachen übersetzt, in 65 Ländern ausgestrahlt und alleine am US-amerikanischen Markt übernahmen über 100 Unternehmen Lizenzrechte für die Veröffentlichung. (Vgl. ebd. 2007:9f)

8 <http://www.carlsen.de/manga/serie/akira/18391>

Was die Anerkennung von Animes und Mangas im Westen betrifft, so nehmen der Zeichner, Autor und Produzent Hayao Miyazaki und das von ihm mitbegründete *Studio Ghibli* eine Sonderstellung ein. Im Jahr 2002 gewann Miyazaki mit „Spirited Away“⁹ einen Oskar für den besten animierten Film und verhalf der japanischen Animationskunst zu internationalem Ansehen. Im Jahr 2003 veröffentlichte das Label *Universum Anime* „Spirited Away“ als deutsche DVD-Version unter dem Titel „Chihiros Reise ins Zauberland“. Unter dem Druck der damals bereits gewachsenen Fanszene kam auch Miyazakis' „Prinzessin Mononoke“¹⁰ zeitgleich als DVD-Version auf den Markt. Dieser Film wurde bereits 2001 auf der Berlinale gezeigt und gilt als einer der erfolgreichsten Kinofilme Japans. (Vgl. Manzenreiter 2007:10f)

Im deutschsprachigen Raum richteten sich Animes und Mangas mit größerer Auflage zunächst an die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen, seit der Jahrtausendwende und mit den Filmen von Hayao Miyazaki wurden vermehrt Produktionen für (junge) Erwachsene veröffentlicht bzw. gesendet, zudem wurden ab diesem Zeitpunkt auch Animes im Original-Ton und mit deutschen Untertiteln ausgestrahlt. (Vgl. Meyer-Tien 2007:168) In der Literatur gibt es unterschiedliche Standpunkte, weshalb Animes und Mangas außerhalb von Japan so beliebt wurden, einige davon werden im Rahmen der nächsten Kapitel erläutert.

3.6. Kulturelle Bezüge versus Universalität

Wie bereits im Lauf der letzten Kapitel aufgezeigt wurde, haben sich japanische und amerikanische ProduzentInnen gegenseitig beeinflusst, man denke etwa an Tezuka Osamu, der die, für Animes und Mangas typischen, großen Augen adaptierte. Hinzu kommen helle Haare und unproportionale Gesichts- und Körperzüge, die weder dem

9 jap.: „Sen to Chihiro no kamikakushi“ (2001)

10 jap.: „Mononokehime“ (1997)

Aussehen von japanischen, noch dem von europäischen oder amerikanischen Menschen entsprechen. Nach Napier erleichtert dieser Stil die Identifikation mit den Figuren, zudem bietet er besonders für junge RezipientInnen einen Spielraum, um die eigene Identität zu ergründen. (Vgl. Napier 2005:26f) Auch was die Handlungen und Spielräume betrifft, bemerkt sie ähnliches. Neben „universellen“ Themen wie Liebe, Freundschaft oder Geschlechterverhältnissen können die Handlungsräume in Animes und Mangas sehr häufig weder dem japanischen, noch einem anderen nationalen Kontext zugeordnet werden und treten stattdessen als „staatenlose“ Phantasiewelten in Erscheinung. (Napier 2005:24f) Auch beim Manga Akira, der von Katsuhiro Otomo bereits in Hinblick auf den weltweiten Export kreiert wurde, treffen diese Eigenschaften zu, wie Bouissou festhält:

„Akira is an empty structure for every reader to fill with his or her own experiences, dreams and desires. This is quite the opposite of Disney's way to reach „global“ audience - but nevertheless an efficient one.“ (Bouissou 2000:1)

Koichi Iwabuchi bezeichnet diese Charakteristika von Animes und Mangas als „*culturally odorless*“, d.h. „kulturell geruchsfrei“. (Iwabuchi 2004:57) Wie bereits dargelegt wurde, werden Animes und Mangas im Zuge des Exports für den jeweiligen lokalen Kontext modifiziert und synchronisiert, was sich unter anderem in der Zensur von kulturellen Bezügen, Inhalten und Begriffen ausdrückt. Gleichzeitig wird in vielen Animes und Mangas gezielt der „*cultural odor*“ (ebd. 2004:57) integriert, da westliche RezipientInnen die Konfrontation mit kulturellen Unterschieden als faszinierend oder bereichernd empfinden. So finden sich in vielen Animes und Mangas Verweise auf japanische Ideale, Geschichte, Mythologie, Traditionen und Feste. Napier führt hier etwa die „Matsuri“ an, das sind japanischen Volksfeste, die sich oftmals auf shintoistische oder buddhistische Traditionen stützen und zum Beispiel im Frühling im Zusammenhang mit der Kirschblüte als „Hanami“ (dt. Kirschblütenfest) gefeiert werden. (Napier 2005:30) Des Weiteren ordnet sie in den „Matsuri“ Ähnlichkeiten zum westlichen Karneval, beide Feste zeichnen sich durch liminale Phasen, das außer Kraft Setzen des Alltags, sowie „kontrolliertes Chaos“ aus:

„While some observers emphasize that the Japanese festival is less out of control than the Western carnival and is more concerned with a (temporary) leveling of the social order than its complete reversal, the two forms seem very similar in celebrating a spirit of anarchy that offers a brief playful respite from conformity.“ (Napier 2005:30)

Ein weiteres Beispiel mit deutlichen kulturellen Bezügen ist die Anime-Reihe „Mila Superstar“ (1969) von Chikako Urano, die ab Mitte der 1990er in Österreich und Deutschland ausgestrahlt wurde. Die Handlung dreht sich um die japanische Schülerin Mila, die eine ausgeprägte Leidenschaft für Volleyball aufweist. Nach Sepp Linhart manifestieren sich kulturelle Bezüge zu Japan nicht nur in den ProtagonistInnen, der Umgebung, den Begriffen und Namen, sondern auch in einer „japanischen Ethik“ (Linhart 2000:12), welche etwa durch Pflichtbewusstsein, Leistungsdruck oder -bereitschaft in Erscheinung tritt. Interessant ist an dieser Stelle auch, dass „Mila Superstar“ dazu geführt hat, dass Volleyball bei österreichischen Mädchen „zum beliebtesten Schulsport“ wurde. (ebd. 2000:11)

Wie die bisherigen Überlegungen aufzeigen, können Animes und Mangas in ihrer langen und komplexen Entwicklungsgeschichte als hybride Produkte gewertet werden, in denen asiatische und westliche Stile und Bedeutungen vermischt sind. Inwieweit japanische kulturelle Bezüge in Animes und Mangas integriert werden, hängt vom jeweiligen Genre, der Zielgruppe und dem lokalen Kontext ab, für den eine Serie bestimmt ist. Was den Erfolg und die besonderen Qualitäten von Animes und Mangas betrifft, so gibt es auch noch andere Erklärungsversuche. Diese beziehen sich im Besonderen auf deren mediale Beschaffenheit, worauf im nächsten Kapitel näher eingegangen wird.

3.7. Medienkonvergenz und transmediales Storytelling

Seit Tezuka Osamu's „Astro Boy“ (Vgl. Kap. 4.3) hat sich die Adaption von Charakteren und Geschichten aus Mangas in Animes und auch umgekehrt, als fruchtbare Produktions- und Verkaufsstrategie etabliert, was Wong als „*media mix*“-Strategie bezeichnet. (Wong 2006:26) Allison erkennt zudem in vielen Produktionen, die sich über mehrere Medienformen erstrecken, eine „*postmoderne Spiel-Ästhetik*“. (Allison 2004:36) Bei der Manga-, Anime-, Spiele- und Merchandising-Serie „Pokémon“ können sich Kinder und Jugendliche über mehrere Ebenen aktiv einbringen, wie etwa durch das Sammeln und Tauschen von Aufklebern, wobei sie hier auch mit anderen Fans interagieren. Ebenso können die Serienfiguren über Spielkarten, Merchandising-Figuren oder Gameboy-Spiele in jeden erdenklichen Kontext mitgenommen werden. (Vgl. ebd. 2004:37)

Diese Perspektive wird durch Henry Jenkins' Konzept der Medienkonvergenz erweitert. Darunter versteht er, vereinfacht ausgedrückt, einen Prozess, in dem neue und alten Medienformen verbunden werden. Dieser wirkt sich zum einen auf die Produktions- und Distributionsformen der Medienindustrie aus, zum anderen ermöglicht er den RezipientInnen Teilnahme an medialen Prozessen, sowie neue Formen des Medienkonsums (Vgl. Jenkins 2006:16), wie folgendes Zitat von Jenkins verdeutlicht:

„Media companies are learning how to accelerate the flow of media content across delivery channels to expand revenue opportunities, broaden markets and reinforce viewer commitments. Consumers are learning how to use these different media technologies to bring the flow of media more fully under their control and to interact with other users. They are fighting for the right to participate more fully in their culture, to control the flow of media in their lives and to talk back to mass market content.“ (Jenkins 2004:37)

Im Zusammenhang mit seinem Konzept der Medienkonvergenz hat Jenkins den Begriff des „transmedialen Storytelling“ eingeführt (Jenkins 2006:96), worunter er eine Strategie versteht, eine bestimmte Geschichte über mehrere Medienformen hinweg zu erzäh-

len: „*Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience.*“¹¹

Er stützt sich dabei auf das „Matrix“-Franchise, das nicht nur aus der Filmtrilogie, sondern auch aus animierten Kurzfilmen, Videospielen, Comics und anderem besteht: „*In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best – so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics; its world might be explored through game play or experienced as an amusement park attraction*“. (ebd. 2006: 96)

Während Jenkins hierbei besonders die Handlung als ausschlaggebenden Faktor erachtet, verweist Ian Condry bei Anime und Manga auf die Relevanz der Charaktere. Selten herrscht hier, etwa im Vergleich zum „Matrix“-Franchise, narrativer Zusammenhalt. Nach Condry sind es vielmehr die Charaktere und nicht die Story, die eine erfolgreiche und kreative Verbindung zwischen den unterschiedlichen Medien herstellen. Er bezeichnet die Anime-Produktion als „*cross-media process of collaborative creativity*“, auf die nicht nur die AnimatorInnen selbst, sondern auch die Medien- und Merchandisingindustrie, einzelne Serien-Charaktere, KonsumentInnen und lokale, sowie globale Gegebenheiten einen Einfluss haben. (Condry 2009:143)

Auf Grund dieser Besonderheiten ergeben sich nach Condry auch weitere Erkenntnisse für die Forschung:

In this respect, anime can deepen our understanding of media anthropology in part because of the blurred boundaries between media on the screen, whether packaged, broadcast, theatrically released or streamed on the Internet, and the emergent potential of character-related businesses and activities later, from lucrative licensing deals with pachinko manufacturers to non-commercial fan uses as cosplay (dressing in costume as one's favorite character). (Condry 2009:14)

11 http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html

4. Fan und Fankultur

Nach den Exkursen über Kultur, Globalisierung und japanische Popkultur wird es nun Zeit, sich der Ebene der besonders engagierten RezipientInnen – den Fans zu widmen. In den nächsten Kapiteln werden zunächst die Phänomene Fan und Fankultur einer eingehenden Betrachtung unterzogen. Neben unterschiedlichen Definitionsversuchen wird auch ein kurzer Abriss in der Forschungsgeschichte präsentiert. Danach werden spezifische Praktiken und Charakteristika, die im Zusammenhang mit Fankultur stehen vorgestellt. In einem weiteren Kapitel wird die Anime- und Manga-Fankultur, sowie ein damit verbundener und spezieller Typus des Fans, nämlich der „Otaku“, vorgestellt.

4.1. Fan-Definitionen und Diskurse

Ähnlich wie beim Kultur-Begriff, so gibt es auch beim Terminus „Fan“ unterschiedliche Zugänge und Definitionsversuche, die sich je nach Diskurs, Fragestellung, oder dem Untersuchungsgegenstand richten. Bevor auf einige Definitionen eingegangen wird, ist es zunächst sinnvoll, einen Blick auf die etymologischen Wurzeln des Fan-Begriffs zu werfen.

In der Online-Version des Duden werden unter dem maskulinen Substantiv „Fan“ männliche und weibliche AnhängerInnen „*von jemandem oder etwas*“¹² bezeichnet. Der „Fan“ ist dabei die Kurzform vom englischen Begriff „fanatic“, zu Deutsch „Fanatiker“, worunter eine Person verstanden wird, die von „*bestimmten Ideen, einer bestimmten Weltanschauung o. Ä. so überzeugt ist*“, dass sie „*sich leidenschaftlich, mit*

12 <http://www.duden.de/rechtschreibung/Fan>

*blindem Eifer und rücksichtslos dafür einsetzt*¹³. Illustriert wird diese Definition mit den Beispielen von religiös oder politisch motiviertem Fanatismus, was zum lateinischen Terminus „fanaticus“ führt: Ursprünglich stammt dieser aus dem religiösen Kontext und wurde anschließend für die Benennung politischer Massenbewegungen herangezogen, gleichzeitig impliziert diese Verwendung emotionales und affektives Handeln eines Individuums in Bezug auf die Beziehung zu Situationen, Gegenständen oder Personen. (Vgl. Göttlich/Krischke-Ramaswamy:168)

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts fand der Terminus „Fan“ Eingang in den journalistischen Diskurs und wurde zur Berichterstattung von fanatischen Anhängern professioneller Sportmannschaften und weiblichen Theatergängerinnen verwendet. Letzteren wurde mehr Interesse für die SchauspielerInnen, als die konkrete Inszenierung bzw. Handlung unterstellt, was nach Göttlich und Krischke-Ramaswamy auf die *„Bedeutung der Stars für die Konstitution des Fanbegriffes“* verweist. (ebd. 2003:169)

Definitionen von Fans über alle Genres, Gruppen und Objekte der Fankultur hinweg werden nur selten formuliert, da sie im konkreten Forschungsfeld nur wenig hilfreich sind. Wie Mike Schäfer und Jochen Roose treffend festhalten, steht zumeist die emotionale, leidenschaftliche bzw. übersteigerte Beziehung zwischen Fan und Fanobjekt im Mittelpunkt solcher Definitionsversuche. Obwohl eine wertfreie Festlegung des Begriffes möglich ist, geht mit diesem Fokus oftmals eine Pathologisierung von Fans einher. Ebenso besteht die Gefahr einer wenig sinnvollen Psychologisierung – denn ob Fans über bestimmte Charakterstrukturen verfügen, die sich auch auf andere Lebensbereiche erstrecken, ist äußerst fragwürdig. (Vgl. Schäfer/Roose 2010:2) Um die Durchführbarkeit und Sinnhaftigkeit einer Forschung zu garantieren, arbeiten viele AutorInnen mit Definitionen, die im Zusammenhang mit einer bestimmten Fanszene und in einem eindeutigen Kontext erstellt wurden. Gleichzeitig gibt es auch ForscherInnen wie Matt Hills, die eine explizite Definition des Fanbegriffs ablehnen. Stattdessen richten sie sich nach der Wahrnehmung der AkteurInnen und lassen sie untereinander aushandeln, wer in die Kategorie des Fans gehört. (Vgl. ebd. 2010:2).

13 <http://www.duden.de/rechtschreibung/Fanatiker>

Schäfer und Roose definieren Fans als „Menschen, die längerfristig eine leidenschaftliche Beziehung zu einem für sie externen, öffentlichen, entweder personalen, kollektiven, gegenständlichen oder abstrakten Fanobjekt haben und in die emotionale Beziehung zu diesem Objekt Zeit und/oder Geld investieren“. (ebd. 2005:49) Auf Basis dieses Verständnis und an Hand einer Online Befragung ermittelten sie die Charakteristika und Vorlieben von deutschen Fans mit Internetzugang. Eingeladen wurden jene Personen, die „begeistert oder Fan von etwas“ sind (ebd. 2010:5), die Teilnahme beruhte dabei auf Selbstselektion. Die AutorInnen gehen davon aus „dass ein beachtlicher Teil der Bevölkerung“ nach eben genannter Definition als Fan anzusehen ist und dass vermutlich die meisten Menschen im Lauf ihres Lebens „einmal Fan von etwas oder jemandem waren“. (ebd. 2010:4)

Dabei kommen sie zu folgenden Ergebnissen: „Fan-Sein bedeutet, in einem nennenswerten Teil seiner Freizeit die Geschehnisse des Fanobjektes zu verfolgen, Informationen zu sammeln, sich mit anderen über das Fanobjekt auszutauschen und oftmals auch, das Fanobjekt zu unterstützen oder Zugehörigkeit zu demonstrieren. Zudem wird deutlich, dass die Palette möglicher Fanobjekte sehr breit ist – Fan kann man scheinbar von fast allem werden.“ (ebd. 2010:10)

Zwar sind Fans Menschen, die sich ihrem Fanobjekt mit Begeisterung und „einigem Aufwand“ widmen, nur selten ist dies aber mit völliger Hingabe oder Kritiklosigkeit verbunden. 37 % der Film- und Fernsehfans und 17% der Sportfans aus der von Roose und Schäfer ausgewerteten Studie sprechen ausschließlich gut von ihrem Fanobjekt und nur für eine kleine Minderheit stellt das Fanssein den absoluten und „unhinterfragten“ Lebensmittelpunkt dar. (ebd. 2010:9f) Nachdem der Fanbegriff einer näheren Betrachtung unterzogen wurde, wird im nächsten Kapitel ein kurzer Abriss darüber gegeben, welche Rolle Fans im Rahmen der Forschung spielten und wie sich aktuelle Zugänge auf diesem Gebiet gestalten.

4.2. Fans in der Kultur- und Sozialforschung

Durch das Aufkommen neuer Kommunikations- und Marketingsysteme in den westlichen Industriestaaten zu Beginn des 20. Jahrhunderts entstanden neue Produktions- und Konsummöglichkeiten, die sich auch auf das Rezeptionsverhalten von Sport, Film oder Musik auswirkten. (Vgl. Cavicchi 2007:247) Hand in Hand mit diesen Veränderungen rückten Fans vermehrt ins Zentrum der Aufmerksamkeit – sei es nun im Alltags- und Mediendiskurs, oder in der Kultur- und Sozialwissenschaft. Bis in die 1980er Jahre wurden Fans innerhalb der Forschung vor allem pathologisiert und unter negativen Aspekten repräsentiert. Sie galten als hysterische, passive und unkritische RezipientInnen profaner Populärkultur oder wurden als gesellschaftliche Außenseiter vorgeführt. (Vgl. Jenson 1992:9ff) Im Zusammenhang mit den Erkenntnissen der Media Studies und Cultural Studies wurde ein Paradigmenwechsel herbeigeführt, was einerseits in der Erforschung spezifischer Rezeptionspraktiken und andererseits in der Neubewertung populärkultureller Produkte begründet liegt (Radway 1984, Fiske 1989). Das Fan-Bild erfuhr im Zuge dieser Arbeiten Aufwertung, da sie darin als aktive bzw. kreative Rezipienten und Bedeutungsproduzenten auftraten.

In den 1990er Jahren entstanden zahlreiche Forschungen im Kontext spezifischer Fan-kulturen, wobei hier der Fokus auf Fan-Aktivitäten und den Besonderheiten von Fan-kulturen liegt (Jenkins 1992, Harris/Alexander 1998). Thematisiert wurden Aspekte wie Vergemeinschaftung, Organisation, Fan-Identität, Genderverhältnisse, Identitätsstiftung oder spezifische Rezeptions- und Produktionspraktiken. Hervorzuheben sind hier die Forschungen von John Fiske (1992) und Henry Jenkins (1992), auf die im nächsten Kapitel noch ausführlicher eingegangen wird. Der Arbeit von letzterem kommt zudem besondere Bedeutung zu, da er sich selbst als Fan bezeichnet und somit vor seinen Forschungssubjekten nicht als Außenstehender repräsentierte. (Vgl. Gray 2007:3)

Ab der Jahrtausendwende wurden vermehrt Globalisierungsprozesse, sowie neue Medientechnologien und die daraus resultierenden Möglichkeiten für Fans (Jenkins 2006, Gray et al 2007) einer eingehenden Betrachtung unterzogen. Bei neuen Produktions- und Kommunikationsmitteln und deren Möglichkeiten setzt auch die Medienanthropologie an, die an Hand von Medienethnographie die Relevanz und Praktiken von Medienprodukten im Alltag von Gemeinschaften und einzelnen Individuen untersucht, wobei letztere ebenso als aktive und kreative RezipientInnen und ProduzentInnen im Zentrum der Bedeutungsproduktion stehen. (Vgl. Peterson 2003: 124f)

Nachdem zentrale Entwicklungen in der Fankulturforschung aufgezeigt wurden, wird in einem nächsten Schritt das Phänomen der Fangemeinschaft bzw. -kultur einer näheren Betrachtung unterzogen. Im Rahmen des nächsten Kapitels wird aufgezeigt, welche Charakteristika und Praktiken im Zusammenhang mit Fankultur stehen und welche Bedeutung sie für ihre Mitglieder hat.

4.3. Charakteristika und Praktiken der Fankultur

Auf Henry Jenkins wurde im vorigen Kapitel bereits verwiesen. In seiner Untersuchung „*Textual poachers: television fans and participatory culture*“ (1992) zeigte er auf, dass Fans aktive und kritische Rezipienten und Produzenten sind, die aus Fernsehserien eigene Bedeutungen und Texte kreieren. Er bezieht sich dabei auf Michel De Certeau und „die Kunst des Handelns“ (1988) und spricht in diesem Zusammenhang von „*textual poaching*“, was so viel wie textuelles Wildern bedeutet. (Jenkins 1992:24) Der Akt der Bedeutungsproduktion ist dabei ein kreativer und spielerischer Vorgang, in dem sich nicht nur Begeisterung und Zustimmung, sondern auch Frustration und Widerstand ausgedrückt. (Vgl. ebd. 1992:23)

Nach Jenkins werden Fans deshalb auch zu eigenen ProduzentInnen und entwerfen Texte, die ihren Vorstellungen entsprechen. So kreieren sie etwa Fanmagazine, sogenannte Fanzines, oder Fanfiction, in denen die Charaktere oder Handlungen von Serien oder Comics aufgegriffen, transformiert und weitergesponnen oder völlig neu auslegen werden, diese Erzeugnisse werden dann über Medien oder Treffen zirkuliert und anderen Fans zugänglich gemacht. (Vgl. ebd. 1992:45f) Durch Interpretieren, Schreiben und Verbreiten von eigenen Texten entsteht nach Jenkins eine organisierte und alternative Form der Gemeinschaft, die sich durch eigene ästhetische Traditionen, Bedeutungen und Praktiken definiert - Fans stehen somit in einer „*interpretive community*“ (ebd. 1992:87) miteinander in Verbindung. In einem umfassenden Netzwerk aus ProduzentInnen und LeserInnen diskutieren sie über Genres, Handlungsstränge, Stars und Charaktere und nehmen zugleich auf Adaptionen und Neuauslegungen anderer Fans Bezug. (Vgl. ebd. 1992:87f)

Auch John Fiske hat sich mit den Lesarten und Interpretationspraktiken populärer Kultur und den damit zusammenhängenden Praktiken auseinandergesetzt. Besondere Bedeutung in Bezug auf die Erforschung von Fans nimmt seine Arbeit „*The Cultural Economy of Fandom*“ ein, bei der er sich kritisch auf Pierre Bourdieu (1984) bezieht und Fankultur als komplexe kulturelle Ökonomie beschreibt, in die Kapital investiert wird und aus der gleichzeitig auch solches akkumuliert wird. (Vgl. Fiske 1992:30f) Auch er bezieht sich auf De Certeau (1988) und betrachtet Fans als aktive RezipientInnen, die sich insofern vom „normalen“ Publikum unterscheiden, als dass die aus Populärkultur auch eigene Produkte kreieren und vertreiben, was Fiske als „*shadow cultural economy*“ bezeichnet. (ebd. 1992:30) Nach Fiske zeichnen sich Fankulturen durch drei Charakteristika aus, nämlich „*Discrimination and Distinction*“, „*Capital Accumulation*“ und „*Productivity and Participation*“. (ebd. 1992:34)

Durch Diskriminierung bzw. Abgrenzung und Unterscheidung definieren Fans, wer und was in den Bereich ihrer Fankultur gehört, dies geschieht durch die Differenzierung und Selektion von Bedeutungen, Produktionen, Stars oder ihren PartizipantInnen. (ebd. 1992: 34ff) In Bezug auf das Sammeln von Kapital hält Fiske fest, dass Fans das Fehlen von sozialem und kulturellem Kapital, wie etwa Prestige und Anerkennung, ausglei-

chen, indem sie Kapital akkumulieren, das in der Fankultur anerkannt ist. Das offizielle kulturelle Kapital einer Gesellschaft und jenes der Fankultur stehen dabei in einem widersprüchlichen und komplexen Verhältnis zueinander. (ebd. 1992: 42ff) Christian Wengers' Forschung setzt hier an - nach ihm nimmt ökonomisches Kapital keine vordergründige Rolle in Fangemeinschaften ein, im Gegensatz dazu stellen soziales und kulturelles Kapital vitale Quellen in Bezug auf die Partizipationsmöglichkeiten und Identitätsentwicklung ihrer AkteurInnen dar. Unter sozialem Kapital summiert er „Treffpunkte, Institutionen, Rituale, Räume für Selbstdarstellung“ und „Produktivität und Anerkennung“. (Wenger 2006:340) Unter kulturellem Kapital fasst er die Akkumulation von Wissen und Know How zusammen, aus der einerseits ein „größeres Vergnügen“ beim Rezipieren von Texten resultiert und andererseits dient diese auch als Ressource für Fanproduktivität, wobei manche AkteurInnen zur „Professionalisierung“ neigen und ihre Leidenschaft zum Beruf machen. (ebd. 2006: 340)

Was die Produktivität Fankulturen betrifft, unterscheidet Fiske in drei unterschiedliche, miteinander in Verbindung stehende Formen – nämlich in „semiotische“, „mitteilende“ und „textuelle“ Produktivität. (ebd. 1992: 37ff) Fans werden semiotisch produktiv, indem sie Bedeutungen aus Medien und Erzeugnissen konstruieren. Mitteilende Produktivität äußert sich in Gesprächen über die Fankultur, deren Produkte, Praktiken und Teilnehmer. Die textuelle Produktivität betrifft wiederum das Verfassen von Fanfictions, Abhandlungen oder Kritiken über bestimmte Filme, Comics und andere Ressourcen. (Vgl. ebd. 1992: 37ff)

Mit Blick auf die gegenwärtigen Entwicklungen in Fankulturen plädieren Elke Mader und Philipp Budka für eine Erweiterung von Fiskes' Kategorien und führen deshalb zwei zusätzliche ein. Einerseits verweisen sie auf die visuelle Produktivität von Fans, denn im Zuge medialer und technologischer Entwicklungen entstanden neue Möglichkeiten, Bilder zu sammeln, zu gestalten und zu zirkulieren, man denke etwa an Grafikprogramme wie Adobe Photoshop oder an auf Web 2.0 basierende Internetplattformen wie Facebook, YouTube oder Twitter. (Vgl. Mader/Budka 2011:119) Andererseits kommt es bei Zusammentreffen von Fans zu unterschiedlichen rituellen bzw. performativen Szenarien und Handlungen: Fanveranstaltungen oder auch Filmfestivals sind Bei-

spiele für „Medienrituale“ (Couldry 2003), die sich vom Alltag ihrer TeilnehmerInnen abheben und von diesen nicht nur erlebt, sondern auch aktiv mitgestaltet werden. (ebd. 2011:119)

Größere Fanveranstaltungen und Treffen, auch Conventions genannt, finden in sämtlichen Fangemeinschaften statt. Nach Cheryl Harris werden solche Ereignisse zumeist über mehrere Tage und in großen Hallen oder Veranstaltungsräumen zelebriert. Neben dem Verkauf von Merchandising finden auch Filmvorführungen, Autogrammstunden von Stargästen, Vorträge oder Workshops statt. (Vgl. Harris 1998:8) In Bezug auf die Erforschung solcher Events entstanden in den letzten beiden Jahrzehnten unterschiedliche Zugänge, die an späterer Stelle dieser Arbeit noch einer eingehenden Betrachtung unterzogen werden. In den nächsten beiden Kapiteln werden zunächst noch einige zentrale Begrifflichkeiten, Praktiken und Charakteristika präsentiert, die im Zusammenhang mit der Anime- und Manga-Fankultur stehen und deshalb unerlässlich zum Verständnis ihrer globalen Ausprägung in Österreich sind.

4.4. Die Anime- und Manga-Fankultur

Im Rahmen dieses Kapitels sollen einige wesentliche Eigenschaften und Praktiken von Anime- und Manga-Fans vorgestellt werden. In Deutschland und Österreich gibt es mit Ausnahme von einigen wenigen Diplomarbeiten keine empirischen Untersuchungen, die sich explizit mit der lokalen Fangemeinschaft und ihren Praktiken auseinandersetzen. Die nachfolgenden Erkenntnisse stammen deshalb aus dem anglophonen Sprachraum, in dem in den letzten beiden Jahrzehnten einige Forschungen entstanden sind, die sich mit Anime- und Manga-Fans und ihren Gewohnheiten befassen, wie etwa der sechsteilige und interdisziplinäre Sammelband „Mechademia“ (2006-2011), herausgegeben von Frenchy Lunning.

Wie bereits im Zusammenhang mit den Arbeiten von Fiske und Jenkins verdeutlicht wurde, sind Fans aktive RezipientInnen und kreative ProduzentInnen, letzteres äußert sich etwa in der Produktion von Fanfiction (Vgl. Kap. 5.3). Auch Anime- und Manga-Fans sind auf diesem Gebiet überaus engagiert, neben den herkömmlichen Fanfictions werden vor allem sogenannte „*Dōjinshi*“ hergestellt. Dabei handelt es sich um Mangas, die an den Charakteren und Stilen von bereits publizierten Werken anknüpfen. Diese werden über das Internet zirkuliert oder im Eigenverlag publiziert und auf Conventions oder Comic-Messen zum Verkauf angeboten. (Vgl. Lam 2006:232ff)

Nach Natsuki Fukunaga motivieren Animes und Mangas Fans auch dazu, sich mit der Kultur und Sprache Japans auseinanderzusetzen. Dabei bezieht er sich auf eine Studie von Ginny Parker (2004), die sich darin mit dem Einfluss von japanischer Populärkultur auf die Studienwahl von US-amerikanischen AkademikerInnen beschäftigt hat. Während das Lernen von Japanisch vor wenigen Jahren noch als „kluge Wahl“ für erfolgsorientierte StudentInnen galt, haftet ihm heute ein cooles Image an, dass nach Parker durch Mangas, Animes und Videospiele beeinflusst wurde. (Fukunaga 2006:206) Inwieweit sich österreichische Fans mit japanischer Sprache auseinandersetzen, wird im empirischen Teil der Arbeit noch näher beleuchtet. Vorerst soll aber noch ein weiterer und besonders populärer Aspekt der Anime- und Manga-Fankultur erläutert werden, nämlich jener des Cosplay.

Der Terminus „Cosplay“ setzt sich aus den Worten „costume“ und „play“ zusammen, was so viel wie Kostümspiel bedeutet. Er wird in unterschiedlichen Fankulturen als Bezeichnung für diverse Arten von kostümierten Rollenspielen verwendet. (Vgl. ebd. 2006:65) Nobuyuki Takahashi, Gründer des Verlages *Studio Hard* hat diesen Begriff Mitte der 1980er eingeführt. Bei einem Besuch auf der „World-Con“, einer Science Fiction-Convention in Los Angeles wurde er mit Fans konfrontiert, die sich als Serien- oder Comic-Charaktere kostümiert hatten und diese auch in ihrem Verhalten imitierten. Dermaßen fasziniert von diesem Vorgehen ermutigte er seine japanischen LeserInnen, Kostüme und Rollenspiele in die Anime- und Manga-Fankultur zu integrieren (Vgl. Winge 2006:66f). Mittlerweile wird Cosplay bei den unterschiedlichsten Veranstaltungen und Treffen praktiziert, wie Theresa Winge verdeutlicht:

„The cosplay social settings may include, but are not limited to, the following: masquerades (i.e., characterbased costume or performance competitions), photograph sessions, themed parties, karaoke, club meetings, and conventions. While the social settings for cosplay may vary greatly, conventions are often the primary space where large numbers of cosplayers gather, socialize, and perform.“ (Winge 2006:68)

Laut Cathy Sell gibt es einige wesentliche Unterschiede zwischen westlichen und japanischen Cosplay-Praktiken. In der japanischen Gesellschaft ist Cosplay eher negativ konnotiert, von Außenstehenden wird es mit Realitätsflucht oder kindlichem Verhalten gleichgesetzt. Auf Conventions gibt es zumeist eigene Bereiche, in denen sich Cosplayer aufhalten und von BesucherInnen fotografiert werden dürfen, zudem verkleiden sich viele erst in diesem geschützten Rahmen, da sie außerhalb mit negativen Reaktionen oder Diskriminierung zu kämpfen haben. Im Rahmen von Wettbewerben wird der jeweilige Charakter vor Publikum präsentiert, nach Sell sind die Handlungsmodalitäten dabei zumeist sehr beschränkt: *„In Japan, cosplay performances are generally limited to emulating the character’s signature pose or reciting their motto.“* (Sell 2011:95)

Im Gegensatz dazu hat sich in Fankulturen außerhalb Japans eine sehr vielseitige Performanz- und Interaktions-Praktik etabliert.¹⁴ Häufig Präsentieren sich Cosplayer auf der gesamten Convention in ihrem Kostüm, wobei hier die Imitation von Aussehen, Bewegungen, Eigenheiten und Sprechweise des Charakters im Vordergrund steht. Dieses Rollenspiel kann im Rahmen einer Bühnenperformance erweitert werden, indem Geschichten aus Animes und Mangas neu interpretiert oder eine, auf den Charakteren basierende, Story frei erfunden wird: *„Western cosplayers, however, also perform skits that do not necessarily repeat the anime or manga literally, which allows space for creativity.“* (Sell 2011 :95)

¹⁴ Das Verkleiden und die damit zusammenhängenden Rollenspiele lassen Parallelen zum westlichen Karneval (Vgl. Kap. 4.6) bzw. dem österreichischen Fasching erkennen. Auf Conventions werden dadurch die Normen des Alltages außer Kraft gesetzt, des Weiteren werden „soziale Interaktionen“ erleichtert, sowie ein Gefühl der Zusammengehörigkeit bzw. Communitas hergestellt. (Niekrenz 2011:252)

So finden im Rahmen von Conventions Cosplay-Wettbewerbe statt, bei denen man einzeln oder in einer Gruppe ein selbst kreierte Stück vor Publikum aufführt. Anschließend wird man von einer Jury bewertet und erhält Preise wie Film-DVDs oder Merchandising. Die Kostüme werden zudem sehr häufig auch außerhalb von Fanveranstaltungen mit Stolz getragen, wobei hier das Herausstechen aus der Masse, oder die Freude an der Provokation im Vordergrund steht. (Sell 2011:95)

4.5. Der Otaku

Im Zuge dieser Arbeit wurde bereits auf die Phänomene Fan und Fankultur verwiesen. In Bezug auf die Selbst- und Fremdbezeichnung von Anime- und Manga-Fans konnte sich, ausgehend von Japan, ein spezieller Begriff bzw. Typus des Fans etablieren, nämlich der des „Otaku“. Otaku bedeutet so viel wie „Haus“ und kann im weiteren Sinn mit „du“ oder „Sie“ übersetzt werden. Mitte der 1980er Jahre begannen japanische Anime-Fans sich gegenseitig mit dieser Bezeichnung anzusprechen, wobei der Terminus in diesem Kontext Höflichkeit und Distanz ausdrückte. (Vgl. Schodt 1996:43f)

Gegen Ende der 80er wurde der Begriff in den Japanischen Medien zur Beschreibung des Serienmörders und Kinderschänders Miyazaki Tsutomu aufgegriffen. Dieser verfügte nicht nur über eine riesige Auswahl an Anime und Manga, sondern produzierte und verkaufte letztere auf Amateurmärkten auch selbst (Vgl. Schodt 1996:45). Der Otaku-Begriff fand im Zusammenhang mit den Miyazaki-Mordfällen Eingang in die japanische Alltagssprache und wurde mit negativen Eigenschaften, wie etwa fanatisch, sozial, zurückgezogen und realitätsfern assoziiert. In den 1990er Jahren wurde er dann als Ansprache auf Personen ausgeweitet, die sich mit exzessiver Hingabe auf bestimmte Themen und Tätigkeiten fixieren und darüber auch umfangreiches und spezialisiertes Wissen ansammeln. (Vgl. Ishikawa 2007:40f)

Ende der 1990er wurde das japanische Otaku-Phänomen auch im deutschsprachigen Raum von den Soziologen Volker Grassmuck und Eike Hebecker aufgegriffen, beide verwenden in diesem Zusammenhang das Konzept der Informationsgesellschaft. Japan wird von ihnen als „informationelle Gesellschaft“ begriffen, mit einer „spezifischen Form sozialer Organisation, in der die Schaffung, die Verarbeitung und die Weitergabe von Information unter den neuen technologischen Bedingungen (...) zu grundlegenden Quellen von Produktivität und Macht werden“ (Castells 2001:22, zitiert nach Manfé 2005:26).

An dieser Stelle sei vermerkt, dass sich in Japan bereits in den 1960er Jahren unabhängig vom europäischen und amerikanischen Diskurs, eine eigenständige Theorie der Informationsgesellschaft unter der Bezeichnung „joho shakai“ entwickelt hat. Tadao Umetsuo formulierte 1963 ein dreistufiges Modell zur Entwicklung von Gesellschaften, an dessen Spitze er die Informationsgesellschaft setzte. (Vgl. Becker 2002:3) Jedoch ist dieses Konzept und auch jene Auseinandersetzungen mit Wissens- und Informationsgesellschaft aus dem westlichen Kontext sehr kritisch zu hinterfragen. Einerseits postulieren sie eine Dichotomie in „informierte“ und „un-informierte“ Gesellschaften (ebd. 2002:4), was andererseits jene Ländern und Individuen als rückständig brandmarkt, die nicht über hochentwickelte Medientechnologien verfügen.

Bildung, Information und Konsum nehmen eine fundamentale Rolle in der japanischen Gesellschaft ein, zugleich herrscht hoher Konformitätsdruck vor (Vgl. Manfé 2005:26). Otakus hinterfragen diese Werte und wenden sich zugleich „gegen die dominante Ideologie einer hegemonialen Uniformierung“. (ebd.: 2005:19) Die Möglichkeiten, die aus neuen Medien resultieren wirken sich nach Manfé auf die menschlichen Sozialbeziehungen aus, was im Falle des Otaku nicht nur in „Selbsteinschließung und Teilnahmeverweigerung“, sondern zugleich in einer neuen persönlichen Freiheit resultiert. Medien bzw. Produkte der Populärkultur stellen den Lebensmittelpunkt von Otakus dar, gleichzeitig verlagern sie ihr Leben in „eine virtuelle Welt“ oder transferieren „spezifische Inhalte der virtuellen Welt ins Zentrum ihres realen Lebens“. (Manfé 2005:17).

Volker Grassmuck definiert den Otaku als „*ein zurückgezogenes, scheues Wesen, das monomanisch einem Interessengebiet nachgeht in einem Bestreben, dies vollkommen zu beherrschen, darin Meisterschaft zu erlangen und dafür nur zu bereitwillig den Preis zu zahlen, alles andere völlig auszublenden.*“ (Grassmuck 1999)¹⁵ Die AktuerInnen des „Otakismus“ bewegen sich in einem Altersspektrum zwischen 15 und 30 Jahren, was nach Grassmuck darauf hindeutet, dass er Strukturen zur Identitätsbildung bereitstellt. (Vgl. ebd. 1999) Eike Hebecker bezeichnet Otakus wiederum als „Informationsfetischisten“: Durch „*extreme Selektivität*“ und radikale Aufmerksamkeit versuchen sie, absolute Kontrolle und vollständiges Wissen über einen Bereich zu erlangen. (Hebecker 2001:172)

Es stellt sich jedoch die Frage, inwiefern diese Überlegungen mit der sozialen Realität zu vereinbaren sind. Zum einen postulieren sie die fanatische Hingabe zu einem bestimmten Themengebiet oder Fanobjekt, zum anderen diffamieren sie alle Otakus als sozial vereinsamte Subjekte, die ihre Identität und ihren Selbstwert aus der Akkumulation von spezifischem Wissen kreieren. Welchen Stellenwert Sozialbeziehungen über die Netzwerke des Internets, sowie in der Familie, Arbeit oder Schule einnehmen, wird dabei ausgeblendet. Ebenso ist fragwürdig, ob andere Themengebiete und Tätigkeiten tatsächlich abgelehnt oder ausgeblendet werden. An dieser Stelle ist die Eigenwahrnehmung und Meinung der Erforschten gefragt, welche in den Arbeiten von Hebecker und Grassmuck keine Erwähnung findet.

Im Zuge der Rezeption von japanischer Populärkultur fand der Otaku-Terminus auch außerhalb Japans Eingang in das Vokabular von Fankulturen. In den USA wurde er bereits zu Beginn der 1990er von Anime- und Manga-Fans als Selbstbezeichnung aufgegriffen und im Sinne von „*hardcore aficionado*“ verwendet. (Schodt 1996:43) Grassmuck verweist zudem auf zwei weitere Begrifflichkeiten, die in westlichen Fankulturen eine Rolle spielen, nämlich „Nerd“ und „Geek“. In Nordamerika werden beide in Bezug auf Comic- und Technik-Fans verwendet, bei Nerd „*liegt der Schwerpunkt darauf, dass die Betroffenen in ihrer sozialen Kompetenz minderbemittelt sind*“, bei Geek „*auf einer*

15 Grassmuck, Volker (1999): „Eine Lebensform der Zukunft? Der Otaku“ in: Matejovski, Dirk (Hrsg.) (1999): „Neue, schöne Welt? Lebensformen der Informationsgesellschaft“ Herne: Heitkamp, URL: <http://waste.informatik.hu-berlin.de/grassmuck/Texts/otaku99.html>

ausgeprägten Faszination für einen meist technischen Gegenstand.“ Der Otaku enthält wiederum *„Anteile des Nerds gepaart mit den obsessiven Aspekten des Geeks.“* (Grassmuck 1999)

Im Lauf der letzten beiden Jahrzehnte konnte sich der Otaku-Begriff auch in Europa bei Anime- und Manga-Fans etablieren. Nach Manfé wird der Otaku-Begriff in Europa und Amerika mit Stolz benutzt, was aus einer gewissen Faszination für Japan und die dort vorherrschenden Fankulturen resultiert. (Vgl. Manfé 2005:20) Auch von österreichischen Fans wird Otaku als Eigen- oder Fremdbezeichnung verwendet, so gibt es etwa einen jährlich stattfindenden „Otaku of the Year“-Wettbewerb, dessen Finale auf der Wiener AniNite-Convention stattfindet. Worum es dabei geht und mit welchen Bedeutungen der Otaku-Terminus in diesem Kontext verknüpft ist, wird im Zuge des empirischen Teils der Arbeit noch aufgezeigt. In den nächsten Kapiteln wird die Aufmerksamkeit zunächst aber auf einige Aspekte gelenkt, die sich im Zusammenhang mit der Gestaltung und Repräsentation von Fanveranstaltungen, sowie den dort stattfindenden performativen Handlungen und Momenten manifestieren.

5. Mediatisierte Ereignisse und Rituale

Wie bereits an Hand der Überlegungen zu Globalisierung und der Translokalisierung von Kultur aufgezeigt wurde (Vgl. Kap. 2.5), nehmen Medien und neue Kommunikationsmittel in unserer gegenwärtigen Welt einen immanenten und wichtigen Platz ein, was auch als „Mediatisierung“ bezeichnet werden kann. Dieses Konzept stammt von Friedrich Krotz, wobei darunter ein Metaprozess verstanden werden kann, der das Leben von Individuen und Kollektiven, genauer gesagt deren Handeln, sowie sämtliche Interaktions- und Kommunikationsformen durchdringt. (Vgl. Göttlich 2010:23f) Diese Mediatisierung findet nicht nur im alltäglichen Kontext statt, sondern manifestiert sich auch in Zusammenhang mit besonderen Ereignissen, Events und Ritualen, was im Zuge der nächsten beiden Kapitel erörtert wird.

5.1. Medienevents

In „*Media Matters*“ (1994) prägte Fiske den Begriff des „*media event*“, wobei er darunter Aufsehen erregende und konfliktgeladene mediale Repräsentationen und damit im Zusammenhang stehende Diskurse verstand, an Hand derer ein Kampf um Bedeutungen stattfindet. Als Beispiele für spektakuläre Medienereignisse nennt er etwa die Auseinandersetzungen im Zusammenhang mit dem „Rodney King-Video“ oder dem „O.J. Simpson-Fall“. (Vgl. Winter 2006:199f) Fiske analysierte in diesem Zusammenhang Machtverhältnisse und deren Verschiebung, diese Perspektive wurde in den letzten Jahren von Kultur- und Medienwissenschaftlern jedoch erweitert. Nach Gebhardt wird unter einem Medienevent nicht einfach nur die mediale Berichterstattung eines Ereignisses verstanden. Vielmehr haben Medienereignisse „*einen eigenen Charakter*“, konkretisieren sich „*in ganz eigenen Darstellungsformen*“ und entwickeln „*ein Netzwerk von Bedeutungsangeboten, das nicht direkt auf die Ereignisse*“ vor Ort und „*das Erleben der dortigen Teilnehmer reduziert werden kann.*“ (Gebhardt et al 2007: 115)

Hepp und Krönert richten ihren Blick auf die kulturelle Produktion von Medienevents und erweitern damit Fiskes' Zugang. Im Mittelpunkt ihrer Betrachtung steht die Inszenierung des katholischen Weltjugendtages in Köln als hybrides Medienereignis, indem populäre Kultur und sakrale Momente miteinander verflochten sind. (Vgl. Hepp/Krönert 2009:79) Vielfältige Medien- und Merchandisingprodukte gestalten dieses Event mit und werden etwa gezielt dazu eingesetzt, „um den Papst zumindest in Teilen wie andere Berühmtheiten zu inszenieren“. (Gebhardt et al 2007: 115) Neben populären Medien tragen auch die Teilnehmer zur Konstruktion des Weltjugendtages bei, wobei hier nicht nur die Menschen vor Ort gemeint sind, sondern auch jene, die über die Medien daran teilnehmen, wie zum Beispiel im Zuge einer Fernsehübertragung oder durch das Verfolgen und Kommentieren des Events im Internet (Vgl. ebd. 2007: 115ff).

Medienevents verfügen nach Hepp und Krönert über eine charakteristische Verlaufsstruktur, sie beziehen sich dabei auf Ronald Hitzler (2000), der den Ablauf von Ereignissen in drei Phasen unterteilt, nämlich in Produktion und Organisation, das Stattfinden des Events und die Rekonstruktion bzw. Nachbearbeitung. (Vgl. Hepp/Krönert 2009:59) In Bezug auf die Gestaltung machen sie zwei Akteursbereiche aus, zum einen die katholische Kirche, die nicht nur mit der Planung einer Liturgie beschäftigt ist, sondern auch bei der Repräsentation des Ereignisses in den Medien aktiv wird. Der zweite Bereich gliedert sich in Medienschaffende aus Fernsehen, Radio, Zeitung, sowie in Bild- und Online-Journalisten. Beide Akteursbereiche kooperieren miteinander, sind umfassend ineinander verflochten und produzieren zusammen das Medienereignis Weltjugendtag. (Vgl. ebd. 2009:41)

Wie die „Produktion“ und Gestaltung einer Manga- und Anime-Convention abläuft und inwiefern sie als hybrides Medienevent begriffen werden kann, wird im empirischen Teil der Arbeit noch aufgezeigt. Wie bereits erwähnt wurde, kommen im Zuge von Fanveranstaltungen und anderen Medienereignissen auch rituelle bzw. performative Handlungsformen zum Tragen. Im nächsten Kapitel wird deshalb der Begriff des Medienevents einer erneuten Betrachtung unterzogen und mit der Perspektive von mediatisierten Ritualen bzw. Medienritualen erweitert.

5.2. Medienrituale

Mit seinem Werk *„Vom Ritual zum Theater: Der Ernst menschlichen Spiels“* (1995 [1982]) hat Victor Turner mit Bezug auf Arnold van Genneps Übergangsriten¹⁶ die Erkenntnisse der anthropologischen Ritualforschung in den westlichen Alltagskontext transferiert, indem er sie auf Jugendkulturen der 60er Jahre anwandte und dabei deren spielerische Inszenierungen und Rollenspiele untersuchte. Das Ritual sieht er in diesem Zusammenhang als formalisierte Bewältigungsstrategie von Konfliktsituationen, den sogenannten „sozialen Dramen“, wobei er das Modell von van Gennep im Zuge seiner Überlegungen um eine vierte Dimension erweiterte. Das soziale Drama resultiert dabei aus einem Bruch mit der sozialen Norm und löst in einer weiteren Phase eine Krisensituation aus. Dieser wird in einer dritten, der sogenannten liminalen, Phase mit Konfliktlösung in Form von rituellen Bewältigungsstrategien entgegengewirkt, was in der vierten Phase in eine Wiedereingliederung oder Abspaltung münden kann. (Vgl. Turner 1995:12ff) Aus der Phase der Liminalität, die immer in Gruppenprozessen auftritt, kann ein starkes Gefühl der „Communitas“ resultieren, sowie ein „Flow-Gefühl“ auftreten, das sich durch eine intensivere Form der Wahrnehmung bzw. des Erlebens auszeichnet. (ebd. 1995:88ff)

Um auf die *„sinnkonstitutiven Aspekte“* und die *„Reproduktion kultureller Sinn- und Handlungsmuster“* durch die Abhaltung von Ritualen aufmerksam zu machen, verwenden Turner und andere Forscher der „Ritual Studies“, wie etwa Erving Goffman, Clifford Geertz oder Stanley Tambiah, den Begriff der Performanz. (Krieger/Bellinger 2006:10) Diese Perspektive kann an Hand der Ideen von Ronald Grimes erweitert werden. Nach ihm macht es wenig Sinn, Rituale nur in Verbindung mit Phänomenen mit *„Heiligkeit, Ehrfurcht, Opfer oder Ewigkeit“* zu bringen (Grimes 2006:117), stattdessen verweist er auf die rituellen Aspekte der Medien, des Sports, der Politik, der Kunst oder des Theaters und spricht in diesem Zusammenhang von *„ritualisierten Handlungen“*

¹⁶ Für Van Gennep finden diese Riten im Zusammenhang mit einem *„Orts-, Zustands-, Positions- oder Altersgruppenwechsel“* statt und gliedern sich in drei aufeinander folgende Stadien, nämlich in eine Trennungs-, Schwellen- und Angliederungsphase. (Turner 2006: 249)

bzw. „Ritualisierung“, die überall dort stattfindet, wo „*die Bedeutung, die Kommunikation oder die Performance wichtiger wird als der funktionale oder praktische Zweck*“ (ebd. 2006:118) Jedes Ritual besteht aus ritualisierten Handlungen, wobei Grimes mehrere unterschiedliche und ineinander übergehende Ritualformen unterscheidet, die in nachfolgender Tabelle¹⁷ ersichtlich sind (Vgl. Grimes 2006:117):

1	Ritualisierung	körperlich, ökologisch
2	Anstandsregeln	interpersonal, formal
3	Zeremonie	zwischen Gruppen, politisch
4	Magie	technologisch, kausal, Zweck-Mittel orientiert
5	Liturgie	religiös, sakral
6	Feier	spielerisch, theatralisch, ästhetisch

Anstandsregeln, wie etwa Grußformeln oder Sitzhaltungen, bauen auf den Prinzipien der Ritualisierung auf, wobei deren Stil und Form von soziokulturellen Konventionen und im Besonderen durch Höflichkeit bestimmt wird. (Vgl. ebd. 2006:121f) Die Zeremonie zielt auf ein spezielles Ergebnis ab und findet in einem größeren Gefüge von Individuen statt, diese fügen sich den Regeln der Zeremonie, um ihren Ablauf, sowie deren Intention zu gewährleisten. (Vgl. ebd. 2006:123f) Unter Magie versteht Grimes rituelle Handlungen, die eine bestimmte Wirkung erfüllen sollen, wie etwa „*Verfluchungen, Orakel- und Fruchtbarkeitsrituale*.“ (ebd. 2006:125) Die Liturgie ist wiederum ein sakrales bzw. religiöses Ritual und vereint „*zeremonielle und magische Motive, als auch Anstandsregeln*“, ihr Bezugsrahmen ist letztgültig und wird zur Erhaltung der kosmischen Ordnung als notwendig erachtet. (ebd. 2006:127) Die Feier steht im Gegensatz zur Liturgie, denn sie ist ein expressives, theatralisches und spielerisches Ereignis, ihre TeilnehmerInnen konstituieren sie, indem sie nach eigenen Ideen und Strukturen handeln. Als Beispiele dafür nennt Grimes Feste, den Karneval, aber auch Tanzen, Spielen oder Musizieren. (Vgl. ebd. 2006:129f)

17 „Tabelle 1: Rityaltypen (vereinfachte Version)“ (Grimes 2006:117)

Auch Coman und Rothenbuhler widmen sich neuen, sprich mediatisierten Formen des rituellen Handelns und betonen dabei deren Relevanz im Zusammenhang mit Medienergebnissen, ebenso knüpfen sie an Turners' Überlegungen an, die Eingangs präsentiert wurden und verweisen auf die Bewältigung sozialer Krisen- und Schwellensituationen durch mediatisierte Rituale. (Vgl. Coman/Rothenbuhler 2005:4f) Nach Coman sollten sich medienanthropologische Forschungen deshalb folgendermaßen gestalten: „(...) *we should turn from the study of the forms of coverage of myth and ritual to exploring the ritualization and mythologization of reality by the media.*“ (Coman 2005:11) Das heißt, AnthropologInnen sollen ihren Blick z.B. darauf richten, wie Mythen in Medien repräsentiert werden oder wie sich Rituale, Mediennutzung und unterschiedliche Medienformate gegenseitig beeinflussen. (ebd. 2005:11)

So entstanden in den letzten Jahren einige Forschungen, die sich mit den rituellen Aspekten des Fernsehens bzw. dem gemeinsamen „Fernsehritual“ auseinandersetzen, wie etwa in Zusammenhang mit „Sportereignissen, Nachrichten- und Wettbewerbssendungen“ oder Seifenopern. Nach Gregor T. Goethals eröffnet das Fernsehen in einer rationalisierten und auf Technologie basierenden Gesellschaft Möglichkeiten des „ *kreativen Spielens*“, sowie „ *Illusionen und Fantasien*“. Fernsehrituale können somit das „ *Bedürfnis nach Ordnung und nach einem sichtbaren Ausdruck unsichtbarer Werte*“ befriedigen, gleichzeitig schaffen sie Zusammenhalt und Gemeinschaftlichkeit. (Goethals 2006:310)

An dieser Stelle sei noch einmal auf Ronald Grimes verwiesen, der im Zuge seiner Forschung das Konzept der „Rites out of Place“ bzw. der „Deplatzierten Ritualen“ (2006a) geprägt hat. Indem er sich dem Verhältnis von Ritualen bzw. ritualisierten Handlungen und Medien widmet, zeigte er u.a. auf, dass sich Rituale aus dem gesellschaftlichen Kontext in die Medien verlagern. Hier wären etwa Hochzeiten zu nennen, die über das Internet stattfinden, oder katholische Messen, die über das Fernsehen übertragen werden. (Vgl. Grimes 2006a:4) Umgekehrt werden auch Rituale, die in den Medien vermittelt werden, auf vielfältige Weise in den Alltag transferiert. Im Zusammenhang mit der Erforschung von Hybridisierungsprozessen im Kontext der Rezeption indischer Populärkultur in Peru veranschaulichen Elke Mader und Petra Hirzer, dass sich Rituale aus

Bollywood-Filmen auf die Gestaltung von Ritualen vor Ort auswirken, was sie unter anderem mit „Bollywood-Dancing“ auf peruanischen Hochzeiten oder der Adaption indischer „Holi-Feiern“ illustrieren. (Mader/Hirzer 2011:92) Ob deplatzierte Rituale im Alltag von Anime- und Manga-Fans oder auf ihren Conventions eine Rolle spielen, wird im empirischen Teil der Arbeit noch erläutert.

6. Das empirische Forschungsprojekt

Transnationale Prozesse, Hybridisierung und die Mediatisierung von Ritualen und Ereignissen stellen in Bezug auf die (österreichische) Anime- und Manga-Fankultur ein unerforschtes Terrain dar. Als Forschungsstrategie wurde deshalb die Mitte der 1960er Jahre von Glaser und Strauss eingeführte Grounded Theorie gewählt (Glaser/Strauss 1967). Nach Böhm lässt sich diese Methode *„als gegenstandsbegründete oder -verankerte Theorie übersetzen. Sie erlaubt auf der Basis von empirischer Forschung in einem bestimmten Gegenstandsbereich, eine dafür geltende Theorie zu formulieren, die aus vernetzten Konzepten besteht und geeignet ist, eine Beschreibung und Erklärung der untersuchten sozialen Phänomene zu liefern“*. (Böhm 2000: 476)

Das Forschungsziel ist also nicht die Überprüfung von theoretischen Vorannahmen, sondern vielmehr die Entwicklung von Theorien an Hand der gesammelten Daten, wie Hildebrand verdeutlicht: *„Theoretische Konzepte, die in einer Untersuchung entwickelt werden, werden im Zuge der Analyse von Daten entdeckt und müssen sich an den Daten bewähren - andere Kriterien gibt es nicht.“* (Hildebrand 2000:33) Der methodologische Prozess der Grounded Theory ist triadisch und zirkulär, das heißt, zunächst werden Daten erhoben, danach werden diese kodiert und im Anschluss an dieses Vorgehen werden dazu Kommentare in Memos verfasst. Dieser Ablauf wird während des gesamten Forschungsprojektes wiederholt, sprich, der oder die ForscherIn kehrt im Lauf des Projekts immer wieder zu den Daten zurück. (Vgl. ebd. 2000:33f)

6.1. Fragestellung und Interviewleitfaden

Die Idee, sich mit Hybridisierungsprozessen im Kontext der österreichischen Anime- und Manga-Fankultur zu beschäftigen entstand bereits im Sommersemester 2011. Bei einer Bestandsaufnahme am 03.04.11 auf der „Comic- und Figurenbörse“ mit dem

Schwerpunkt Manga wurden deshalb erste Eindrücke gesammelt, sowie Kontakte zu HändlerInnen, Vereinen und Fans geknüpft.

Im Vordergrund dieser zweimal jährlich statt findenden Veranstaltung steht der Verkauf von Waren und die Präsentation neuer Hefte, Serien und Spiele. Neben Animes und Mangas sind hier vor allem das Fantasy-, Action- und Superheldengenre vertreten, was sich auch in der heterogenen Zusammensetzung des Publikums widerspiegelte. Auf Grund des fehlenden Show- und Partizipationsprogrammes und den BesucherInnen aus anderen Fankulturen handelt es sich bei der „Comic- und Figurenbörse“ um keine Anime- und Manga-Convention im konventionellen Sinn. Dennoch fanden sich unter den Gästen viele Anime und Manga-Fans, darunter auch CosplayerInnen, ein und auch die VeranstalterInnen einiger österreichischer Conventions waren mit Infoständen vertreten. Mit den vor Ort protokollierten Gesprächen und Beobachtungen wurde eine erste Übersicht mit relevanten Begriffen, Praktiken und Bedeutungen erstellt.

Im Zuge der weiteren Feldaufenthalte wurde diese erweitert, verfeinert und als Grundlage zur Erstellung eines Beobachtungsleitfadens und eines teilstrukturierten Interviewleitfadens herangezogen, wobei Theorie und Vorannahmen während dieses Vorgangs reflektiert wurden. Parallel dazu wurde die Forschungsleitende Fragestellung formuliert, welche im Lauf der Erhebungen immer wieder konkretisiert und neu ausformuliert wurde. Auf Grundlage von Überlegungen, in denen die Theorie zu transnationalen Austausch- und Adaptionprozessen reflektiert wurde und im Zusammenhang mit den Beobachtungen im Forschungsfeld ist folgende Forschungsleitende Fragestellung entstanden: Wie manifestieren sich transkulturelle Prozesse und Hybridisierung im Kontext der österreichischen Anime- und Manga-Fankultur? Wie und in welcher Form integrieren Fans japanische Kultur bzw. Populärkultur in ihren Alltag und welche Rolle nimmt diese auf Conventions ein? Der gesamte Interviewleitfaden befindet sich im Anhang der Arbeit, in nachfolgender Übersicht werden seine wichtigsten Eckpunkte präsentiert:

- Anime und Manga (Begrifflichkeit, Erstkontakt und Zugang, Vorlieben bei Charakteren/Geschichten/Genres)
- Fankultur und Medienpraktiken (Wahrnehmung, Begrifflichkeit, Partizipation)
- Vorlieben für andere Genres
- Fan (Eigen- und Fremdwahrnehmung)
- Otaku (Begrifflichkeit, Eigenschaften, Aktivitäten)
- Cosplay (Beweggründe, Regeln, Investitionen, Performanz)
- Vernetzung bzw. Vergemeinschaftung mit anderen Fans (on- und offline)
- Convention (Begrifflichkeit und Eigenschaften, Erstkontakt und Zugang, Besuch von nationalen und internationalen Conventions, Beweggründe des Besuchs, Partizipation und Performanz, Investitionen)
- Interesse/Vorliebe für japanische Kultur/Popkultur (Bedeutung im Alltag, Aktivitäten und Investitionen)
- Hobbys, Interessen, Wünsche und Träume

6.2. Feldaufenthalt und Methoden

In einem Erhebungszeitraum von Juli 2011 bis Februar 2012 wurden vier österreichische Conventions und zwei Anime- und Manga-Shops besucht. Zusätzlich zum Aufenthalt im offline-Feld wurden die Veranstaltungs-, Vereins- und HändlerInnen-Homepages, sowie die online-Aktivitäten bzw. Einträge der TeilnehmerInnen vor und während des Events beobachtet und im Forschungstagebuch festgehalten. Neben diesen Aufzeichnungen wurde eine Fülle an Flyern, Broschüren und Visitenkarten gesammelt, zudem wurde das jeweilige Geschehen mit Hilfe von Fotos und Videos dokumentiert. Im Rahmen des Feldaufenthaltes wurden informelle Gespräche mit BesucherInnen, HändlerInnen und VeranstalterInnen abgehalten, diese wurden stichwortartig mitnotiert und zum Teil auch mit einem digitalen Voicerecorder aufgezeichnet und transkribiert. In den nachfolgenden Tabellen befinden sich eine Auflistung der besuchten Veranstaltungen in chronologischer Reihenfolge und eine Übersicht über die gesammelten Quellen:

	Veranstaltung	Ort	Datum
1	Comic- und Figurenbörse	Wien (W)	03.04.11
2	Made In Japan 2011	Wr. Neustadt (NÖ)	01.07. - 03.07.11
3	MACOnvention 2011	Linz (OÖ)	22.07. - 24.07.11
4	AniNite 2011	Wien (W)	02.09. - 04.09.11
5	JapanCity 2012	Wien (W)	25.02. - 26.02.12

Ebene	Beobachtungs- / Gesprächsprotokolle	sonstige Quellen
online	<p>Homepages:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Veranstaltungen</i> • <i>Vereine</i> • <i>HändlerInnen</i> <p>Social Media/Web 2.0:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Foren (animexx.de, animeboard.at)</i> • <i>facebook</i> • <i>twitter</i> • <i>mypace</i> • <i>youTube</i> • <i>flickr</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos • Bilder • Videos • Fanzines • Fanfiction • Fanart
offline	<p>Anime- und Manga-Shops:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>MAMAZ (Wr. Neustadt)</i> • <i>JapanCity (Wien)</i> <p>Veranstaltungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Comic- und Figurenbörse</i> • <i>„Made In Japan“</i> • <i>„MACOnvention“</i> • <i>„AniNite“</i> • <i>„JapanCity“</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos • Videos • Tonaufnahmen • Flyer • Visitenkarten • Fanzines • Fanfiction • Fanart

6.3. Sampling

Während des Besuchs der Conventions „Made In Japan“ (NÖ) , „MACOnvention“ (OÖ), „AniNite“ (W) und „JapanCity“ (W) wurden fünfzehn TeilnehmerInnen bei einem Rundgang auf der jeweiligen Veranstaltung begleitet und währenddessen über ihre Eindrücke und Intentionen befragt. Zwölf dieser Personen konnten im Anschluss daran für Interviews gewonnen werden, welche im Zeitraum zwischen September und November 2011 abgehalten und mittels digitalem Voice Recorder aufgezeichnet wurden. Die Gesprächsdauer betrug pro Person rund 30-35 Minuten. Um eine angenehme und offene Gesprächssituation zu gewährleisten wurden zehn GesprächspartnerInnen in ein Café ihrer Wahl im Raum Wien oder Niederösterreich eingeladen, aus organisatorischen Gründen fanden zudem zwei Interviews über den Internetdienst „Skype“ statt.

Was das Sampling der InterviewpartnerInnen betrifft, so stützt sich dieses auf die Beobachtungen auf Conventions und auf die Mitgliederstatistik¹⁸ der Online-Community „animexx.de“, die als transnationaler Austausch- und Repräsentationsraum für die deutschsprachige Anime- und Manga-Fankultur fungiert. Insgesamt umfasst dieses Forum über 110.000 Mitglieder, wobei über 81.000 weiblichen und rund 29.000 männlichen Geschlechts sind, die Zahl der registrierten ÖsterreicherInnen beträgt über 5400 Personen. Das Altersspektrum der Mitglieder ist zwischen dem 12. und 70. Lebensjahr angesiedelt, das Durchschnittsalter der Frauen beträgt jedoch 21, jenes der Männer 22 Jahre. Ab Mitte 30 gibt es nur noch wenige Foren-UserInnen, so sind rund 140 Frauen und 130 Männer im Alter von 35 Jahren registriert. Das Verhältnis der männlichen und weiblichen Personen, sowie das durchschnittliche Alter der PartizipantInnen deckt sich mit jenen Beobachtungen, die während des Aufenthaltes im Feld gemacht wurden.

Um einen offenen und vertraulichen Rahmen zu gewährleisten, wurden die GesprächspartnerInnen darüber informiert, dass ihre Namen vor der Auswertung anonymisiert, genauer gesagt durch Synonyme, ausgetauscht werden. Insgesamt wurden zehn der zwölf abgehaltenen Interviews vollständig transkribiert und analysiert. Ein auf der *An-*

18 <http://animexx.onlinewelten.com/onlineclub-statistik.phtml>

iNite abgehaltenes informelles Gespräch mit Christian Berg, dem Vereinsobmann von *Animanga Austria*, wurde ebenfalls aufgenommen und transkribiert und fungiert in der Auswertung als Experteninterview. In der nachfolgenden Tabelle befindet sich eine chronologische Übersicht mit den abgehaltenen und in die Analyse miteinbezogenen Leitfadeninterviews:

Interview:	Name:	Geschlecht:	Alter:
IW1	Verena	weiblich	25
IW2	Andrea	weiblich	18
IW3	Tanja	weiblich	22
IW4	Jakob	männlich	23
IW5	Thomas	männlich	21
IW6	Sarah	weiblich	18
IW7	Hannes	männlich	27
IW8	Mira	weiblich	20
IW9	Edina	weiblich	21
IW10	Anis	männlich	21

6.4. Auswertung und Analyse

Zur Analyse der Interviews wurde die am *„forschungspraktischen Ablauf orientierte“* Auswertungsstrategie von Christiane Schmidt herangezogen, essentiell ist dabei *„der Austausch zwischen Material und theoretischen Vorverständnis“*. (Schmidt 2000:448) Das Vorgehen lässt sich dabei in fünf Schritte unterteilen: Nach intensivem Studium der transkribierten Interviews werden erste Auswertungskategorien erstellt, welche sich aber im Lauf des Analyseprozesses noch ändern können. Danach werden die gefundenen Kategorien zu einem Kodierleitfaden zusammengestellt, erprobt und gegebenenfalls überarbeitet. Indem das Material den entsprechenden Auswertungskategorien zugeordnet wird, werden die Interviews in einem nächsten Schritt kodiert bzw. verschlüsselt.

Im Anschluss daran werden an Hand der Kodierung Fallübersichten erstellt, die sich abschließend als Grundlage für weitere vertiefende Einzelfallanalysen anbieten. (vgl. Schmidt 2007: 448ff)

Obwohl auf mehreren Fanevents Daten erhoben wurden, steht im Rahmen der Analyse, neben der Alltagsebene der AkteurInnen, die dreitägige Wiener *AniNite 2011* im Mittelpunkt der Betrachtung. Diese Auswahl begründet sich zum einen in der Vielfalt ihres Veranstaltungsprogrammes und zum anderen darin, dass es sich bei dieser Convention um die größte und älteste in Österreich handelt. Des Weiteren gaben alle InterviewpartnerInnen an, dass die *AniNite* die erste Fanveranstaltung war, die sie besucht haben und auch im Jahr 2011 haben alle von ihnen daran teilgenommen.

Die erhobenen Daten wurden an Hand der Performanz von Anime- und Manga-Fans analysiert, wobei neben dem Alltagskontext auch der rituelle Rahmen der Wiener AniNite im Zentrum der Betrachtung steht. Die Auswertungskategorie der Performanz schließt online- und offline-Verhalten ihrer AkteurInnen mit ein und gliedert sich zudem in zwei weitere Dimensionen, nämlich in eine produktive und in eine performative bzw. rituelle Ebene. Im Zuge der Analyse haben sich durch den Austausch mit Theorie und gewonnenen Datenmaterial folgende Kategorien herauskristallisiert:

Hybridisierungsprozesse im Alltagskontext:

- Fan versus Otaku
- Fanproduktivität
- Repräsentation und Interaktion
- Wahrnehmung der Inhalte
- Performativität und Ritualisierung

Hybridisierungsprozesse im rituellen Kontext:

- Die Geschichte der Wiener AniNite
- Organisation und Repräsentation
- Interaktion und Produktivität
- Performativität und Ritualisierung

7. Hybridisierungsprozesse im Alltagskontext

Bevor in den nächsten Kapiteln aufgezeigt wird, wie sich Hybridisierungsprozesse an Hand der transnationalen Rezeption von Animes- und Mangas im Alltag der AkteurInnen manifestieren, werden zunächst zwei exemplarische Portraits zweier InterviewpartnerInnen vorgestellt. Der 23-jährige Niederösterreicher Jakob lebt in St. Pölten und arbeitet als Maler und Anstreicher. In seiner Freizeit beschäftigt er sich am liebsten mit Video- und PC-Spielen, dicht gefolgt vom Sehen von Anime-Filmen und Serien. Das Lesen von Manga gehört nicht zu seinen Hobbys: *„Ich habs zwar a paar Mal probiert, aber grundsätzlich bin ich nicht so fürs Lesen...ich schau mir lieber an Film oder a Serie an. A paar Artbooks¹⁹ hab ich aber schon“*. Musik nimmt ebenso eine wichtige Rolle in seinem Leben ein, wobei er im Lauf der letzten zwei Jahre neben Drum 'n' Bass und Punk eine Vorliebe für japanische Rock-Musik entwickelt hat. *„Wennst dich so mit Animes beschäftigst interessierst dich irgendwann auch für die Musik die drin vorkommt...und für Japan und das was dort so abgeht. Die Musikszene dort is ziemlich geil...und schräg.“* (Jakob:21)

Durch seinen fünf Jahre älteren Bruder lernte Jakob bereits als Teenager japanische Videospiele wie *„Street Fighter“* kennen und lieben: *„Das hat so angefangen, da war ich 13, er 18...wir sind nachmittags, abends oft stundenlang gesessen und ham zockt²⁰...täglich! Oft warn auch Freunde von ihm zu Besuch und ham mitgemacht.“* (Jakob:16) Zusammen mit seinem Bruder kam Jakob auch das erste Mal mit Anime, genauer gesagt, mit der auf RTL im Nachmittagsprogramm ausgestrahlten Serie *„Dragonball“* in Berührung: *„Unsere Eltern warn unter Tags immer in der Arbeit, da ham wir das Wohnzimmer und Fernseher für uns gehabt und ham das auch dementsprechend ausgenutzt. Wir warn beide voll die Dragonball-Freaks (...) ich seh mir immer wieder mal ein paar Folgen an. Eigentlich kenn ich sie eh schon in- und auswenig..aber es is immer wieder geil.“* (Jakob:16)

19 Anm: Bildband mit Illustrationen und Skizzen zu Anime, Manga oder Videospiele

20 Anm.: gespielt

Jakobs erste Convention war die Wiener AniNite 2009. Über das Internetforum „anim-board.at“ wusste er bereits seit längerem darüber Bescheid, dass in Österreich diverse Events und Zusammenkünfte von Fans für andere Fans veranstaltet werden. *„Des war damals der reine Wahnsinn! Ich bin nach der Hackn²¹ mit einer Kollegin nach Wien...wir ham so viel Zeugs²² gekauft und soo viele andere St. Pöltner kennengelernt. Ich hätt ma nie gedacht, dass es so viele Leut' bei uns gibt, die auch drauf stehn. (...) Bin eigentlich seit dem mit einigen andern St. Pöltnern befreundet die auch auf Animes stehn...und auch mit einigen Wienern.“* Letztere sieht Jakob zumeist nur zwei bis dreimal mal im Jahr beim Besuch von anderen österreichischen Conventions, dennoch tauscht er sich regelmäßig mit ihnen über das Internet aus. Mit seiner St. Pöltner „Anime-Clique“ trifft er sich jedoch wöchentlich zum Videospielen, Filme schauen oder fortgehen. (Jakob:17)

Die Linzer „MACOnvention“ und die in Wr. Neustadt statt findende „Made in Japan“ sind neben der AniNite Fixpunkte in Jakobs Terminkalender. Im September 2010 hat er zudem mit zwei Freundinnen die „Connichi“ in Kassel, eine der größten Conventions in Deutschland besucht. *„Wir wollten einfach mal dabei sein...koste es was es wolle. Schaun was in Deutschland so abgeht...wie die Leut' so drauf san. Immer ham wir andere davon reden gehört...wie riesig das ist und das de dort echt auch a super Programm haben. (...) Unvergesslich des Ganze. Wenns Zeit und Kohle-mäßig passt, san wir nächstes Jahr wieder dabei“* (Jakob:20)

Nachdem der persönliche Zugang eines männlichen Anime-Fans präsentiert wurde, soll nun auch eine weibliche Akteurin zu Wort kommen. Die 25 jährige Verena lebt in Wien und arbeitet als Friseurin. Neben dem Lesen und Sehen von Animes und Mangas produziert sie zusammen mit einer Freundin eigene Fanzines, zudem erstellt sie seit einem Jahr auch eigene Dōjinshi, die sie zukünftig auch auf Conventions verkaufen möchte. Neben ihrer Leidenschaft für Animes und Mangas spielt sie regelmäßig Squash und kocht gerne, wobei japanische Küche bei letzterem Hobby eine große Rolle einnimmt: *„Ich steh total auf asiatische beziehungsweise japanische Sachen. Bei uns gibts deswe-*

21 Anm.: Arbeit

22 Anm.: Spiele, Filme, Merchandising

gen eigentlich zwei Mal die Woche was japanisch angehauchtes (...) Zum Beispiel Soba und Ramen²³ in allen Variationen oder manchmal auch Sushi. Ich schau oft in Asia-Shops und hol mir spezielle Zutaten und Gewürze oder auch Kochutensilien. Wir haben zum Beispiel einen Reiskocher zu Haus und so was zum Dampfgaren aus Bambus damit's schneller und einfacher geht.“ (Verena:2)

Ihren ersten Kontakt mit Animes hatte Verena während ihrer Schulzeit gegen Ende der 1990er Jahre: *„Angefangen hats mit Mila Superstar und Sailormoon. Die anderen aus unserer Klasse waren auch total verrückt danach. In den Pausen haben wir immer die Charaktere imitiert...ich war immer Sailor Mars...meine beste Freundin Gabi²⁴ Bunny...die hat ihr auch richtig ähnlich gesehen. Aber die Jungs aus unserer Klasse haben uns dafür gehasst. (...) Und wegen Mila-Superstar...da ham wir damals sogar zum Volleyball spielen angefangen.“ (Verena:1)*

Durch ihr steigendes Interesse für amerikanische Boygroups, Sängerinnen und Filmstars wandte sich Verena in den letzten beiden Jahren ihrer Schullaufbahn von Animes ab. Im Jahr 2003 lernte sie über eine Freundin ihren jetzigen Lebensgefährten, einen leidenschaftlichen Anime- und Manga-Fan, kennen: *„Der war damals schon der totale Nerd...durch ihn bin ich praktisch wieder dazu gekommen. Mit ihm habe ich das erste Mal „Chihiro“²⁵ gesehen...das hat mich echt geflasht. Ich fands total magisch und süß...und irgendwie vertraut. Und bumm...da war ich wieder infiziert.“ (Verena:2)* Seit damals liest sie auch Mangas, ihre bevorzugten Genres sind dabei *Shōjo-ai* und *Magical Girl*.

Im Jahr 2004 besuchte sie mit ihrem Partner ihre erste Convention, die Wiener AniNite: *„(...) im WUK²⁶ war die damals...es war so unglaublich geil..einfach unvergesslich. Da warn so viele andere Fans...und alle gleich crazy. Es war total schön so viele Gleichgesinnte kennen zu lernen. Das hat mi echt umgehauen, so was hab ich nicht erwartet.“ (Verena:4)*

23 Anm.: Nudeln

24 Anm: war

25 Anm: „Chihiros Reise ins Zauberland“ (Vgl. Kap. 4.5)

26 Anm: Veranstaltungsort in Wien



Abbildung 1: Händlerraum auf der AniNite 2011



Abbildung 2: J-Indie-Vortrag auf der AniNite



Abbildung 3: Gruppencosplay auf der AniNite 2011



Abbildung 4: Infoscreens und Origami auf der AniNite 2011

7.1. Fan versus Otaku

Nachdem die Perspektive von zwei InterviewpartnerInnen vorgestellt wurde, soll nun die Aufmerksamkeit auf das Phänomen des Fan-Seins und die damit zusammenhängenden Charakteristika und Praktiken gelenkt werden. Auffallend ist, dass sich alle Befragten im Sample als Fan von Manga und/oder Anime definieren, was mit einer besonderen Leidenschaft für diese populärkulturellen Produkte begründet wird. Dieser wird unterschiedlich nachgegangen und Ausdruck verliehen, die Rezeption von Mangas und/oder Animes stellt jedoch bei allen einen Fixpunkt im Tagesablauf dar, dabei lesen drei der vier männlichen Befragten keine Mangas und beschränken sich lediglich auf das Sehen von Anime-Serien und -Filmen, im Gegensatz dazu konsumieren alle weiblichen Interviewpartnerinnen Animes und Mangas.

Was den Erstkontakt mit Animes und Mangas betrifft, so ist auffallend, dass alle InterviewpartnerInnen zunächst mit Animes in Berührung kamen, die im Nachmittagsprogramm des Fernsehens ausgestrahlt wurden. Bei dreien war dies bereits gegen Ende der 1990er Jahre, bei den restlichen Personen erst in den Jahren nach der Jahrtausendwende. Die daraus resultierende Begeisterung für die Darstellungsformen, Erzählweisen und Charaktere hat dazu geführt, dass sich die Personen im Sample auch für Mangas zu interessieren begangen.

Neben Animes und Mangas nehmen auch andere populärkulturelle Produkte und Praktiken aus Japan einen großen Stellenwert im Alltag der Befragten ein. Sechs von ihnen hören japanische Pop- und Rockmusik und vier spielen regelmäßig bis täglich japanische Computer- oder Konsolenspiele. Zwei praktizieren fast wöchentlich Karaoke und eine Interviewpartnerin spielt des Öfteren mit anderen Fans „Koi Koi“, ein japanisches Kartenspiel, das auf „Hanafuda“-Karten²⁷ basiert.

²⁷ „Hanafuda“ sind japanische Spielkarten mit Blumenmotiven. Ihre Geschichte geht auf das 18. Jahrhundert zurück, mittlerweile haben sich viele unterschiedliche Spielvarianten und Punktesysteme auf Basis dieser Karten entwickelt. (Vgl. Verein Kasu (2008): „Hanafuda - KoiKoi Regeln“ Wien: http://kasu.otaku.at/downloads/kasu_hanafuda.pdf)

Wie im theoretischen Teil der Arbeit aufgezeigt wurde, weist der Otaku-Begriff in Japan eine negative Konnotation auf und wird mit Vereinsamung und dem exzessiven konsumieren und akkumulieren von Wissen oder Populärkultur in Verbindung gebracht. Im Zuge der transnationalen Rezeption von Animes- und Mangas kam es zur Deterritorialisierung und Neuverortung dieses Begriffes und so wird er auch von österreichischen Fans aufgegriffen und als Eigen- oder Fremdbezeichnung innerhalb ihrer Gemeinschaft benutzt.

Allen im Sample ist „Otaku“ ein Begriff, lediglich drei davon, darunter zwei weibliche Befragte und ein männlicher, würden sich jedoch als solcher bezeichnen. Der Unterschied zum „normalen“ österreichischen Anime- und Manga-Fan besteht zum einen darin, dass sich der Otaku durch eine gesteigerte bzw. extremere Form der Leidenschaft und Hingabe auszeichnet. Zum anderen äußert sich dieser durch umfassendes Wissen und eifrige Sammelleidenschaft in Bezug auf Animes, Mangas und sonstige populärkulturelle Produkte. Für zwei der Befragten, die sich selbst als Otaku begreifen, beinhaltet diese Anrede auch umfangreiches Wissen über Japan und seine Kultur. Der 21 jährige Informatikstudent Thomas begründet dies folgendermaßen: *„Damitst' gewisse Sachen²⁸ verstehst, musst di einfach auch mit Japan und dem was dort abgeht auseinandersetzen.“* (Thomas:25)

Die 18 jährige Schülerin Andrea bezeichnet sich selbstbewusst als Otaku und ist stolz über ihr ausgeprägtes Wissen über bestimmte Serien und deren Charaktere, sowie ihre immer größer werdende Sammlung an Fanobjekten: *„I sammel total gern kleine Figuren und Anhänger...und Stofftiere. (...) Alles was irgendwie knuffig oder außergewöhnlich is. Mei Zimmer is total bunt und mittlerweile voll gestellt...von oben bis unten.“* (Andrea:9)

Neben unzähligen Merchandisingfiguren, Stofftieren, Postern und Sammelkarten besitzt sie über 500 Mangas und rund 300 Anime-Filme und -Serien. Mit jedem Stück sind für sie besondere Bedeutungen oder Erinnerungen verknüpft, wie etwa Seltenheitswert oder der Besuch einer besonders schönen Fanveranstaltung.

28 Anm: die in Animes und Mangas vorkommen

Auf österreichischen Conventions wird Otakus die Möglichkeit geboten, ihr Engagement und Wissen im Rahmen des „Austrian Otaku of the Year“-Wettbewerbes unter Beweis zu stellen, auf der Wiener *AniNite* findet der Endkampf dieses Wettbewerbes statt. Laut den Veranstaltern ist der „Otaku of the Year“ „*der Titel aller Titel der österreichischen Anime und Manga-Szene*“. (Trlica/Xue 2011:11) Daran wird ersichtlich, dass ausgeprägtes Wissen und überdurchschnittliche Leidenschaft durchaus eine sehr positive Konnotation innerhalb der Fanszene aufweisen. Dies äußert sich unter anderem auch darin, dass die Wettbewerbs-GewinnerInnen der Vorjahre ihren Status im Rahmen ihrer online-Aktivitäten offen artikulieren, worauf an späterer Stelle noch einmal verwiesen wird. Im Rahmen des nächsten Kapitels wird zunächst die Fanproduktivität einer näheren Betrachtung unterzogen.

7.2. Fanproduktivität

Fan-Sein bedeutet für die Hälfte der Befragten auch selbst als ProduzentInnen aktiv zu werden. Wie an den nachfolgenden Beispielen deutlich wird, spielt dabei das „Dekontextualisieren“ und „Rekontextualisieren“ von visuellen und textuellen Medienelementen eine große Rolle, Mark Peterson bezeichnet dieses Phänomen als „Intertextualität“. (Peterson 2005:130) Neben Fanzines und *Dōjinshi*, die nur von der 23 jährigen Verena produziert werden, wird von zwei weiteren Personen im Sample auch Fanart hergestellt, wobei unter letzterem handgemalte oder digital erstellte Kunstwerke und Kollagen gemeint sind. Seit rund zwei Jahren versucht sich etwa der 21 jährige Anis auf diesem Gebiet:

„Ich setz' mich oft hin und fang' an, irgendwelche Charaktere nachzuzeichnen die mir gefallen..aber irgendwie bin i nie so zufrieden und hab erst a paar ins Internet ghaut²⁹. Bei feinen und graphischen Sachen würd' i echt gern besser werden (...) A Freundin von mir hats' aber voll drauf...die werkt auch mit Photoshop und stellt öfter was online. Die macht sogar eigene Mangas...voll professionell aber.“ (Anis:55)

Cosplay wird innerhalb des Samples von sechs Personen als regelmäßige Fanaktivität angeführt, wobei zwei Interviewpartnerinnen ihre Kostüme selbst entwerfen und anfertigen. Zumeist investieren sie dabei nicht nur wochenlange Arbeit, sondern auch sehr viel Geld für Stoffe, Knöpfe und andere Materialien. Neben dem Spaß am Verkleiden stehen auch die perfekte Umsetzung von Kostüm und Performanz im Vordergrund, das heißt, der jeweilige Charakter soll so realistisch wie möglich dargestellt werden. Die 22 jährige Tanja schlüpft seit etwa zwei Jahren in die Rolle ihrer liebsten Anime- und Manga-Charaktere und stellt ihre Kostüme auch selbst her. An einem Cosplay-Wettbewerb hat sie bisher aber noch nicht teilgenommen:

„Ich brauch das Präsentieren vorm großen Publikum nicht so. Mir geht's da mehr um den Spaß beim Verkleiden...und auch beim Entwerfen und Umsetzten. Verkleiden und in andere Rollen schlüpfen hat mir schon immer Spaß gemacht (...) und das Nähen auch...das kann ich auch halbwegs gut, muss ich sagen. (...) Auf Cons seh ich mir die Wettbewerbe aber gern an...ich schau mir überhaupt gern die anderen Cosplays an (...) es gibt immer mal wieder welche die mich echt umhaun weil sie so gut gemacht sind. Ich mein da jetzt die handwerkliche Umsetzung.“ (Tanja:14)

Eine weitere produktive Praktik im Sinne der Intertextualität ist das Erstellen von *Anime Music Videos* (AMVs). Dabei werden unterschiedliche Sequenzen von Animes ausgewählt, neu zusammengefügt und mit Musik vertont. Anschließend werden diese über das Internet zirkuliert oder auf Veranstaltungen vorgeführt. Der 27 jährige Webgraphiker Hannes kreiert regelmäßig AMVs aus Serien, die er in Bezug auf ihre visuelle Umsetzung besonders ansprechend findet und hat damit schon bei österreichischen und überregionalen Wettbewerben teilgenommen. Vertont werden seine Videos nicht nur mit

29 Anm: ins Internet gestellt

unterschiedlichen Titelsongs von Animes in japanischer Sprache, sondern auch mit europäischen oder amerikanischen Liedern aus seinen Lieblingsgenres Rock, Punk und Elektro. (Vgl. Hannes:37)

Eine Besonderheit im Bereich der Fanproduktivität stellen die Übersetzungen von Mangas und Animes aus dem Englischen oder Japanischen dar, die noch nicht in Österreich veröffentlicht wurden. Auf Grund von mangelnden Fremdsprachenkenntnissen werden diese aber nur von einer Person im Sample hergestellt, der Japanologie-Studentin Edina. In Bezug auf die Fan-Übersetzungen von Mangas hat sich der Terminus *Scanlation* etabliert, eine Kreation aus den englischen Worten „scan“ und „translation“. Das Original wird dabei eingescannt und anschließend mit dem übersetzten Text unterlegt. Die Synchronisationen von japanischen Animes werden wiederum als *Fansubs* bezeichnet, wobei sich dieser Begriff aus den Worten „fan“ und „subtitles“ zusammensetzt. (Edina:51) Ebenso wie AMVs werden *Scanlations* und *Fansubs* anderen Fans über das Internet zugänglich gemacht. Nach Edina werden die Übersetzungen von Verlagen zwar geduldet, aber dennoch nicht gerne gesehen, da mit ihnen gegen das Urheberrecht verstoßen wird. (Vgl. ebd.:52)

Fanart, Fanzines, Dōjinshi, Fansubs, Scanlations und AMVs können als hybride Kreationen verstanden werden, in denen japanische, österreichische und andere transkulturelle Elemente miteinander in Verbindung gebracht werden und etwas Neues ergeben. Hybridisierungsprozesse manifestieren sich auch in der Repräsentation und Interaktion von Anime- und Manga-Fans, was im nächsten Kapitel veranschaulicht wird.

7.3. Repräsentation und Interaktion

Das Fan-Sein wird von der Mehrheit der Befragten nicht in jedem Kontext offen artikuliert, da sie auf Grund ihrer Vorliebe bereits mit Anfeindungen oder Negativzuschreibungen von Außenstehenden konfrontiert wurden. Der Austausch mit anderen Fans nimmt dafür einen hohen Stellenwert im Sample ein. Alle InterviewpartnerInnen besuchen deshalb regelmäßig Conventions und gaben an, dass sich in ihrem Freundeskreis auch andere Anime- und Manga-LiebhaberInnen befinden. Zwei InterviewpartnerInnen sind zudem in regionalen Fanclubs aktiv, wobei sich diese durch regelmäßige Treffen und Medienrituale auszeichnen, wie etwa durch Filmabende, den gemeinsamen Besuch von Conventions oder Feiern zu besonderen Anlässen wie Weihnachten. Die Motivation, einem Fanclub beizutreten, lässt sich zum einen darin begründen, dass man sich aktiv mit eigenen Ideen einbringen kann, zum anderen wird durch geteilte Interessen und Vorlieben Verständnis, Akzeptanz, Zustimmung und ein Gefühl der Communitas verspürt.

Alle Personen im Sample sind zudem in den Foren „animeboard.at“ und „animexx.de“ registriert, wobei das erste eine österreichische und das zweite eine überregionale Plattform für den deutschsprachigen Raum darstellt. Gegründet wurde das AnimeBoard im Jahr 2001 und ist mit über 5500 registrierten BenutzerInnen die größte österreichische Informations- und Austauschplattform zum Thema Anime, Manga und Japan, zudem ist jedes Bundesland mit eigenen Fanclubs vertreten. Neben rund 550.900³⁰ veröffentlichten Beiträgen wurden darin bisher über 1.600 Bilder hochgeladen und über 170.000 mal³¹ kommentiert.

Den UserInnen werden vielseitige Repräsentations-, Interaktions- und Artikulationsmöglichkeiten geboten. So können Fans aus den unterschiedlichsten Regionen Freundschaften schließen oder sich in einem Chat synchron miteinander unterhalten. Zudem ist

30 <http://animeboard.at/>

31 <http://animeboard.at/index.php/gallery/>

die Plattform in mehrere Foren unterteilt: Im „Fiction & Art-Bereich“ können die BenutzerInnen AMVs, Fotografien, Fanfictions, Fanart und Bilder von sonstigen Kunstwerken veröffentlichen. Daneben gibt es noch ein eigenes Forum für Cosplay, in dem nicht nur Fotos hochgeladen werden, sondern auch handwerkliche Tipps und Tricks ausgetauscht oder Personen für Gruppen-Performances gesucht werden.

Im Bereich „News & Events“ finden sich unter anderem aktuelle Informationen zum *AnimeBoard*, Informationen und Reviews zu Veranstaltungen, sowie ein eigenes Forum über Mitfahrgelegenheiten zu Events im In- und Ausland. Im „Off-Topic“-Bereich gibt es Foren, in denen Themen behandelt werden, die nicht direkt mit Japan zu tun haben, wie etwa das *AnimeBoard*-Feedbackforum, das Computerforum, das TV- und Movie-Forum oder das Diskussionsforum über Politik, Religion und anderes. Stattdessen finden sich im Bereich „Nippon-Talk“ sämtliche Themen, die mit Japan und seiner (Populären) Kultur zu tun haben, wie etwa das Forum über japanische Filme, Spiele, Musik oder Papers, unter letzterem sind z.B. Mangas, Artbooks und Romane gemeint. Zudem gibt es hier auch eine eigene Jobbörse und einen Bazar, auf dem geboten und gesucht werden kann.

In das *AnimeBoard*-Benutzerprofil, welches für die anderen Mitglieder ersichtlich ist, kann neben Alter, Geburtstag, Geschlecht und Wohnort auch der Besuch der ersten Convention eingetragen werden. Ebenso können eigene E-Mail- und Homepage-Adressen für weitere Kontaktaufnahmen angegeben werden. Neben der Anzahl der Profilaufrufe und Beiträge, dem Registrierungs-Datum, den letzten Aktivitäten und dem online- oder offline-Status wird auch das Forum angezeigt, indem der/die NutzerIn die meisten Beiträge geschrieben hat. Des Weiteren ist ersichtlich, ob es sich um ein „normales“ Mitglied, einen Moderator oder Administrator des Forums handelt. Jedem User wird zudem ein gewisser Status verliehen, welcher sich nach der Anzahl der geposteten Beiträge und seinen Online-Aktivitäten richtet. Zudem werden Fanclubs, denen man beigetreten ist und Freundschaften, die über das Forum geschlossen wurden, ebenso im Benutzerprofil angezeigt.

Eine weitere Möglichkeit, sich über das Animeboard zu präsentieren, stellen Signaturen, Nicknames und Avatare dar. Bei letzteren werden neben Bildern von Anime- oder Manga-Charakteren auch persönliche Fotos ausgewählt, wobei hier sehr häufig Aufnahmen ausgewählt werden, die während einer Cosplay-Performanz entstanden sind. Was die Benutzernamen betrifft, so beziehen sich viele auf spezifische Charaktere in Animes und Mangas. Weiters stellen unzählige Nicknames hybride Eigenkreationen aus dem eigenen Namen, japanischen Bezeichnungen oder Namensanhängseln dar.

Mit Gebrauch von letzteren wird in Japan Höflichkeit, sowie ein gewisser Status oder ein besonderes Charakteristikum einer Person verdeutlicht. So wird das Anhängsel „chan“ etwa verwendet, um der Niedlichkeit eines Kindes oder einer jungen Frau Ausdruck zu verleihen. Ein Auszug an Suffixen³², die im Rahmen der Foren-Namen am häufigsten verwendet werden, sind in der nachfolgenden Tabelle ersichtlich:

Suffix	Bedeutung
-hime	Prinzessin
-san	respektvolle Anrede im Sinne von „Herr“/„Frau“
-sama	besonders respektvolle Anrede, Steigerungsform von „-san“
-chan	verniedlichende Anrede zwischen Freundinnen und für Kinder
-tan	Steigerungsform von „-chan“

Neun der zehn Befragten nutzen neben spezifischen Fanforen täglich oder regelmäßig Social Media wie YouTube, Facebook oder Twitter. Neben dem Vernetzen und Austauschen mit anderen nimmt dabei die Repräsentation der eigenen Persönlichkeit eine wichtige Rolle ein, letzteres geschieht etwa durch das Onlinestellen von Fanart, Fotos, Videos oder durch das Kundtun der eigenen Befindlichkeit oder Meinung, wie etwa in Bezug auf besuchte und noch stattfindende Conventions oder andere Fans und deren Verhalten.

32 <http://www.otaku-welt.de/namensanhaengsel.php>

Ein weiterer wichtiger Faktor im Zusammenhang mit der Internetnutzung stellt das Sammeln von Informationen dar, wie etwa über Fanveranstaltungen im In- und Ausland, neue Animes oder Mangas und deren Preise oder über lokale HändlerInnen und deren Angebot. Verena nutzt das Internet mehrmals täglich, meistens morgens vor der Arbeit und abends: *„Ich bin eigentlich täglich auf Facebook und ich check' auch jeden Tag meine Mails. Ähm...und in Foren bin ich auch alle paar Tage mal unterwegs und schau was sich da so tut..oder ich schreib mal wieder mit Leuten, die ich auf Conventions kennengelernt hab.“* (Verena:4)

Bis vor einem halben Jahr hat Verena auch einen Blog geführt *„über das was ich so gelesen hab...oder empfehlen kann, oder ich hab über Sachen geschrieben die ich mir gekauft hab oder kaufen wollte. Und...was ich so gemacht hab..wo ich essen war..mit wem ich mich getroffen hab. Manchmal hab ich auch Bilder von Sachen on gestellt, die ich gekocht hab..mit Rezept und Anleitung zum Nachkochen. Aber irgendwie war mir das zu zeitaufwändig...(...) gelesen haben das glaub ich auch nicht so viele. Hab nur ganz selten mal a Feedback oder a Kommentar gekriegt, da hab ichs dann wieder bleiben lassen“.* (Verena:4)

7.4. Wahrnehmung der Inhalte

Die Vorliebe bzw. besondere Leidenschaft für Animes und Mangas wird im Sample vor allem durch deren „Andersartigkeit“ und „Besonderheit“ im Vergleich zu westlichen Produktionen begründet. Diese Qualitäten beziehen sich nicht nur auf die bildliche Darstellung der Charaktere und Szenen, sondern auch auf die Themen und Handlungsweisen die in Animes und Mangas zum Ausdruck gebracht werden. Zudem wird die Vermittlung von japanischer Kultur und Sprache von sieben der befragten Personen als besonders ansprechend, interessant oder spannend hervorgehoben. Die 20 jährige Mira erklärt ihr Faible für Animes und Mangas folgendermaßen:

„Die sind einfach ganz anders als wie die Sachen bei uns oder aus Amerika...viel komplexer oder realistischer. Ähm..ich mein da jetzt die Charaktere und Geschichten...nicht einfach nur das 0815-gut-und-böse-Schema mit Happy End zum Schluss. (...) A ganz andre Welt...Mangas sind einfach so anders..da kann ich mich mehr identifizieren. (...) Und ich steh total auf den Zeichenstil..der is viel ansprechender...jetzt im Vergleich zu 0815-Comics.“ (Mira:47)

Was die Vorliebe für gewisse Genres betrifft, so gibt es innerhalb des Samples geschlechtsspezifische Unterschiede. Während die weiblichen InterviewpartnerInnen Animes und Mangas bevorzugen, in denen Liebe, Freundschaft und Themen wie Intrigen, Verlust oder Probleme in Beruf und Schule zum Ausdruck gebracht werden, bevorzugen die männlichen Befragten vor allem solche Genres, in denen magische Kräfte, Kampfscenen, Gewalt und surreale Welten dargestellt werden.

Im Rahmen der Teilnehmenden Beobachtung auf Conventions und an Hand des Samples wurde zudem deutlich, dass es zwischen älteren und jüngeren bzw. weniger involvierten Fans zu Spannungen kommt. Diese liegen in der Vorliebe für gewisse Genres und Serien begründet: Ältere Convention-TeilnehmerInnen nehmen Fans unter zwanzig Jahren vor allem als KonsumentInnen von „Mainstream-Animes“ wahr. Hier wurde etwa die auf RTL2 und seit 2006 ausgestrahlte Serie „Naruto“ genannt, die in den letzten Jahren einen wahren Mitgliederboom in der Fankultur ausgelöst hat. Dieser manifestiert sich unter anderem durch eine Vielzahl an jungen Naruto-CosplayerInnen auf österreichischen Conventions. Zugleich wird aber an Hand des Samples deutlich, dass die Anime- und Manga-Fankultur als egalitäre Gemeinschaft empfunden wird, in der Ausgrenzung, Diskriminierung oder Hierarchien nicht erwünscht sind.

Wie bereits durch die Überlegungen von Fukunaga (Vgl. Kap. 5.3) verdeutlicht wurde, entwickeln Anime- und Manga-Fans Interesse für japanische Kultur und Sprache. Auffallend ist, dass alle InterviewpartnerInnen das Internet und andere Medien nutzen, um mehr über Japan und seine Geographie, Traditionen oder Werte herauszufinden. Dabei wird Japanische Kultur von ihnen als völlig konträr zur österreichischen wahrgenommen. Die 21 jährige Wienerin Edina hat auf Grund ihrer Leidenschaft für Animes, Man-

gas und Japan sogar begonnen, Japanologie zu studieren, wobei sie sich besonders für japanische Geschichte, Philosophie und Religion interessiert.

Im Sample finden es neun der zehn Befragten spannend oder bereichernd, sich mit gegensätzlichen Normen und Werten zu befassen. Die 22 jährige Tanja gab zudem an, dass sie in Österreich Werte vermisst, die sie mit der japanischen Gesellschaft in Verbindung bringt, genannt wurden etwa „Zurückhaltung“, „Höflichkeit“ und Freundlichkeit. (Tanja:15) Obwohl im gesamten Sample Japan als „cooles“ und „außergewöhnliches“ Land wahrgenommen wird, werden der dort vorherrschende Leistungs- und Konformitätsdruck von sechs der Befragten als negativ bzw. zu extrem empfunden.

7.5. Performativität und Ritualisierung

Neben dem Aneignen von spezifischem Wissen über Japan und seine Kultur spielt auch das Befassen mit japanischer Sprache keine unwesentliche Rolle in der österreichischen Fankultur. Vier der Befragten haben erwähnt, dass sie japanische Begriffe in Gesprächen mit anderen Fans verwenden, hier wären etwa Anstandsregeln wie das Verbeugen zur Begrüßung, Grußformeln wie „Konnichi wa“ (dt. hallo), Bitte und Danke oder Adjektive wie „kawaii“, zu Deutsch süß, zu nennen. Laut Andrea werden japanische Verhaltensregeln und Sprache nicht nur in Animes und Mangas vermittelt, sondern auch innerhalb der Fanszene: „*Gewisse Sachen schnappst' einfach so auf und verwendest die dann. Wenn irgendwas süß oder niedlich ist, sag ich voll oft kawaii....ganz automatisch. (...) Aber ich würds gern so richtig können³³, wenn ich mit der Schule fertig bin, mach ich mal einen Kurs.*“ (Andrea:10)

33 Anm.: Japanisch

Auffallend ist zudem, dass alle InterviewpartnerInnen eine Vorliebe für japanisches Essen teilen und gerne einmal nach Japan reisen würden. Auf die Frage, was sein größter Traum ist, musste der 21 jährige Thomas nicht lange überlegen:

„Japan! Endlich mal nach Japan reisen! I träum schon so lang davon...und ungefähr genauso lang spar i schon drauf. Der Flug is leider total teuer...und alles restliche dort auch. (...) Aber irgendwann wirds' was, des weiß i! A bisserl Japanisch hab ich jedenfalls schon gelernt!“ (Thomas:27)

Japanische Praktiken und Traditionen, die über Animes und Mangas oder sonstige Medien kennengelernt werden, werden von einigen der Befragten auch in den Alltag transferiert. So beschäftigt sich die 21 jährige Japanologie Studentin Edina mit Kalligraphie und den Prinzipien des Zen-Buddhismus, zudem übt sie des Öfteren mit ihrer besten Freundin japanische Teezeremonien aus, welche in Japan *Chadō*³⁴ genannt werden. Dabei erfolgt eine Zusammenkunft von mehreren Personen, die vom Gastgeber Tee und leichte Speisen gereicht bekommen. Nach Edina geht es beim *Chadō* um folgendes:

„(...) dass man Ruhe, Entspannung und Gelassenheit erreicht...und um Achtung und Ehrfurcht vor dem Moment und deinem Gegenüber. Mehr oder weniger gehts' drum, im Moment zu sein, sich aufs Wesentlich zu konzentrieren...das fangt schon bei der Zubereitung³⁵ an und geht bei der Umgebung weiter, wo das ganze stattfindet. Da sollte alles aufs Wesentliche reduziert sein...in Japan gibts ja die Teehäuser. Wir haben uns zumindest a kleine Ecke eingerichtet, in der wir des ganze abhalten. (...) da ham wir nur zwei Matten und a kleines Tischerl am Boden stehen und da wird das Ganze dann gemacht. (...) und eigentlich ist des ja voll die komplexe Angelegenheit...ahm...die wird ja je nach Jahreszeit und Teilnehmer anders abgehalten (...) wir bemühn uns halt immer, dass wirs so authentisch wie möglich machen....aber ich glaub das ist es nicht wirklich, so wie wirs' machen. Wir schaun zumindest, dass wirs nach den Prinzipien³⁶ machen.“ (Edina:52)

34 dt. Teeweg

35 Anm.: des Tees

36 Anm.: Harmonie, Ehrfurcht, Reinheit, Stille

Neben der Teezeremonie findet auch das *Hanami* - das japanische Kirschblütenfest Erwähnung im Sample. In Japan wird *Hanami* im Zusammenhang mit dem Frühlingsbeginn und dem Blühen der Kirschblüte (jap. Sakura) gefeiert, wobei je nach Region von März bis Mai ein zehntägiges Fest stattfindet, bei dem Familien und Freunde in Parks und anderen öffentlichen Anlagen feiern und picknicken. (Vgl. Edina:51) Bei Schönwetter findet auf der Wiener Donauinsel jährlich ein japanisch-österreichisches Kirschhainfest an einem Nachmittag im April statt, das von der japanischen Botschaft und dem Forstamt des 19. Gemeindebezirkes veranstaltet wird, neben Tanz- und Gesangseinlagen von SchülerInnen der japanischen Schule, stehen unter anderem *Koto*-Musik³⁷, Teezeremonien, japanische Speisen und Getränke, *Origami*³⁸ und *Kyudo*³⁹ auf dem Programmplan. Besucht wurde das Kirschhainfest bereits von Edina und Verena, letztere war mit ihrem Lebensgefährten schon zwei Mal vor Ort. Nach den Angaben der beiden finden sich dort auch andere Anime- und Manga-Fans, sowie CosplayerInnen ein. Verena betonte im Zusammenhang mit dem *Hanami*, dass ihr in Österreich „sinnvolle“ und eindrucksvolle Feste und Traditionen fehlen, die sich vom „grauen Alltagstrott“ abheben und besondere Erinnerungen hinterlassen:

„Ich find des is voll die schöne Idee...den Frühlingsbeginn zu feiern...dass es wieder warm wird und alles wieder zum Blühen und wachsen anfangt und so. I kann den Winter auf den Tod net ausstehen, dafür lieb ich den Frühling...und den Sommer umso mehr (...) Bei uns in Österreich hast du so schöne Traditionen gar net..bei uns gibt's da ned viel...ahm...außer vielleicht Weihnachten, Ostern.“ (Verena:5)

Nach Edina sind die Teezeremonie und das *Hanami* häufig verwendete Motive in japanischen Animes und Mangas. An dieser Stelle sei noch einmal auf Ronald Grimes und das Konzept der „deplatzierten Rituale“ verwiesen (Vgl. Kap. 6.2), welche über die Medien vermittelt werden und auf vielfältige Weise in den Alltag ihrer RezipientInnen transferiert werden. Inwiefern performative Handlungen im Rahmen von Conventions zum Tragen kommen, wird im Verlauf der weiteren Analyse und im Zusammenhang mit der Wiener AniNite noch aufgezeigt.

37 Anm: japanische Zither-Musik

38 Anm: japanische Papierfaltkunst

39 Anm: Bogenschießen

8. Hybridisierungsprozesse im rituellen Kontext

Bevor erläutert wird, wie sich Hybridisierungsprozesse im Kontext der AniNite manifestieren, wird Außenstehenden zunächst ein Eindruck vermittelt, wie sich deren Ablauf gestaltet und welche Atmosphäre geschaffen wird. Im Zuge dieses Kapitels wird deshalb ein Rundgang auf eben erwähnter Convention im Mittelpunkt stehen.

Freitag der 02.09.2011, Start der Wiener AniNite: eine lange Schlange fröhlicher und aufgeregter Menschen wartet vor der Technischen Universität Wien um Einlass. Der Großteil von ihnen ist auffällig gekleidet, oder besser gesagt, verkleidet. Junge Mädchen und Frauen in Schuluniform oder als bewaffnete Kriegerinnen, männliche Teenager und Mittzwanziger mit Masken oder von Kopf bis Fuß als Monster bemalt. Sie schminken sich nach, bessern letzte Fehler ihrer Kostüme aus oder werfen sich für ein Fotoshooting in Pose. Die Reaktion der PassantInnen ist gemischt - die einen wirken verwundert, tuscheln mit ihren BegleiterInnen oder machen sich über die kostümierten Wartenden lustig, die anderen sind begeistert, bewundern das bunte Treiben oder bitten darum, ein Foto machen zu dürfen. Plötzlich werden die Tore geöffnet, die Schlange kommt in Bewegung und es dauert nicht lange, bis man an der Kassa steht und zwischen einem 1-Tagesticket um 16€ oder einem 3-Tagesticket um 33€ wählen kann. Gleichzeitig erhält man einen Programmplan auf dessen Rückseite sich auch ein Wegweiser durch das mehrstöckige Gebäude befindet.

Letzterer ist durch vier unterschiedliche Farben und Linien strukturiert, jede von ihnen steht für einen eigenen Bereich auf der Convention, zudem sind sie mit den Namen und Farben japanischer U-Bahn-Linien versehen: Die gelbe „Ginza Linie“, die rote „Chou Linie“, die grüne „Yamanote Linie“ und die „Blaue Oedo“ Linie. Auch am Fußboden befindet sich ein System dieser Leitlinien - verlegt mit Klebeband in der jeweiligen Farbe. Folgt man im Erdgeschoß zunächst der „Ginza Linie“ kommt man in einen großen Raum voller Verkaufsstände mit Anime, Manga, Figuren, Kostümen, Schmuck, Sammelkarten, Postern und Spielen. Hier herrscht ein reges Treiben - es wird getratscht,

probiert und gekauft, auch Fotos werden von den bunten Ständen gemacht. Im Gang vor diesem Raum befindet sich noch eine Reihe mit Verkaufsständen, an denen junge regionale KünstlerInnen Selbstgemachtes anbieten, wie etwa Schmuck, ausgefallene Textilien, Perücken oder auch Dekorations- und Sammelgegenstände in Form von Donuts, Bonbons, kleinen Katzen oder Früchten. Folgt man der gelben Linie weiter, so erreicht man einen mit bunten Origami-Blüten und -Kranichen geschmückten Treppenaufgang. Im ersten Stock angekommen befindet man sich in der Nähe des Catering-Bereichs, in dem asiatische Speisen wie gebratene Nudeln oder Frühlingsrollen angeboten werden. In diesem Stock beginnt auch die rote „Chou Linie“, die in einen Raum führt, in dem der Wiener Videospieleverein *Virtual Dojo* ein Video-Game-Turnier betreut, in einem zweiten Raum befinden sich Tische auf denen mit großer Begeisterung japanische Gesellschafts- und Brettspiele wie *Mahjong*, *Hanafuda* oder *Shogi* betrieben werden.

Folgt man nun wieder der „Ginza-Linie“, so gelangt man in den zweiten Stock. Hier befindet sich die „Art Alley“, ein Bereich in dem junge österreichische und deutsche Manga-KünstlerInnen ihre Werke präsentieren und zum Verkauf anbieten. Im selben Stockwerk startet auch die blaue „Odeo Linie“, welche zum „Streaming-Room“ führt. Hier wird gerade der Auftritt eines japanischen Stargastes von der Hauptbühne übertragen. Wie sich beim Besuch von letzterer herausstellt, ein notwendiges Unterfangen, denn der Andrang ist dermaßen groß, dass viele keinen Platz mehr gefunden haben und nun enttäuscht vor der Türe warten. Je später es wird, desto überfüllter werden die Gänge der Technischen Universität - die Stimmung ist ausgelassen und entspannt zugleich. Nach und nach starten neue Programmpunkte: Es werden japanische Kampfsportarten vorgeführt oder Vorträge über japanische Fernsehserien und Indie-Musik abgehalten. In einem Hörsaal wird zu japanischen Musiktiteln Karaoke gesungen und in einem anderen Bereich findet ein Wettbewerb statt, der sich „Dance Dance Revolution“ nennt. Dabei müssen die TeilnehmerInnen auf einer elektronischen Matte Schritte zu Musik nach tanzen, die vor ihnen auf einem Bildschirm angezeigt werden.

An Hand dieses impressionistischen Rundganges sollte ein erster Eindruck von der *AniNite*, ihren unterschiedlichen Akteuren und den vielseitigen Programmpunkten vermittelt werden. Im nächsten Kapitel wird ein kurzer Abriss über die Entstehungsgeschichte

des Events geboten, anschließend daran wird aufgezeigt, wie dieses Ereignis konstruiert und gestaltet wird und welche AkteurInnen und Medienformen dabei zum Einsatz kommen. Abschließend wird auf spezifische Praktiken, Interaktionsformen und Ritualisierungen verwiesen, in denen sich transnationale bzw. hybride Prozesse manifestieren.

8.1. Die Geschichte der Wiener AniNite

In Österreich finden in den unterschiedlichen Bundesländern mehrere Conventions pro Jahr statt, die Wiener AniNite ist jedoch die größte und älteste ihrer Art und feierte im Jahr 2011 ihr zehnjähriges Jubiläum. Veranstaltet wird sie vom Verein *AniManga*, der sich zum Ziel gesetzt hat, *„japanische Jugend- und Popkultur in ganz Österreich zu fördern und Vorurteile gegenüber fremden Kulturen abzubauen.“*⁴⁰ Neben der Organisation von unterschiedlichen Veranstaltungen bietet der Verein lokalen Fanclubs Unterstützung bei der Gründung und Durchführung ihrer Events, ein weiterer wichtiger Aspekt in seiner Arbeit ist die Kooperation mit dem *Japanischen Kulturzentrum* und dem *Akademischen Arbeitskreis Japan*. Die Geschichte von *AniManga* reicht bis ins Jahr 2000 zurück. Damals wurde das Online-Portal „animanga.at“ gegründet, das sich zunächst als regionaler Infopool für Anime- und Manga-Serien, Veranstaltungen oder Händler japanischer Popkultur etablierte. Im Jahr darauf wurde es um das Forum „animeboard.at“ erweitert, um der stetig wachsenden Fankultur Austausch- und Vernetzungsmöglichkeiten zu bieten. (Vgl. Christian Berg:61)

Wie bereits eingangs erwähnt, reicht die Geschichte der AniNite bis in das Jahr 2001 zurück. Damals wurde sie von Christian Berg, dem Vereinsobmann von AniManga injiziert: *„Ich hab mit der ganzen AniNite angefangen..das ist alles auf meinen Mist gewachsen. Weil sonst hats nichts in Österreich gegeben...irgendeiner musste mit dem Blödsinn anfangen. Aber ich hab sehr schnell Leute gefunden, die mit machen.“* (Chris-

40 <http://www.animanga.at/about/>

tian Berg:61) Zu Beginn fand die Veranstaltung noch in einem sehr kleinen Rahmen statt, so trafen sich etwa 70 Personen zum gemeinsamen Anime schauen und Videospiele. Jahr für Jahr stiegen mit der wachsenden Fanszene auch die Besucherzahlen an, zudem wurde das Programm kontinuierlich erweitert um „*ein aufregendes und kulturell wertvolles Event für Japanophile zu bieten*“.⁴¹ Wie sich die Organisation und Repräsentation der AniNite gestaltet und inwiefern sie als hybrides Medienevent betrachtet werden kann, wird im Rahmen des nächsten Kapitels aufgezeigt.

8.2. Organisation und Repräsentation

Im Jahr 2011 wurde die AniNite in der Technischen Universität Wien abgehalten und von über 7000 Personen aus dem In- und Ausland besucht. Das Veranstaltungsteam setzte sich nicht nur aus einem sechsköpfigen Organisationskomitee des Vereins *Ani-Manga* zusammen, sondern auch aus zahlreichen freiwilligen HelferInnen, die sich während der Convention in eigenen T-Shirts optisch von den restlichen BesucherInnen abhoben. Zu ihren Aufgaben zählten neben dem Auf- und Abbau und Dekorieren der Veranstaltung das Verteilen von Flyern, das Verkaufen von Eintrittskarten und Tombola-Losen oder das Betreuen der Fund-Ecke und des Garderoben-Bereichs.

Bereits ein gutes Jahr vor der Durchführung des Events wurde von den Veranstaltern mit der Programmplanung und Location-Suche begonnen, zudem konnten Fans aktiv an dessen Gestaltung teilnehmen, wie etwa durch den jährlichen und im Vorfeld stattfindenden Maskottchen-Wettbewerb. Der Siegerentwurf des Wettbewerbes 2011 wurde von Verena Köhler gestaltet und ist in der Abbildung 5 ersichtlich. Das Maskottchen wird zusammen mit dem Veranstaltungsschriftzug zum Logo der AniNite und zierte Flyer, die Veranstaltungshomepage oder das Conbook⁴².

41 <http://aninite.at/information/geschichte-der-aninite/>

42 Dabei handelt es sich um ein originell gestaltetes Heft, in dem eine Übersicht über die Programmpunkte geboten wird.



Nachdem Veranstaltungsort und -datum der AniNite 2011 fixiert waren, wurde mit dem Bewerben des Events begonnen. Dies wurde nicht nur über Flyer und Mundpropaganda innerhalb der Fankultur gemacht, sondern auch über eine eigene Veranstaltungshomepage, sämtliche Internetforen und Social Media-Plattformen. Zudem wurden Pressemitteilungen an die wichtigsten Medienvertreter des Landes versendet, die in weiterer Folge über das Fernsehen, sowie Print- und Online-Medien berichteten.

Im Vorfeld wurde von den Mitgliedern der Fankultur eifrig über die *AniNite*, den Veranstaltungsort und die anberaumten Programmpunkte diskutiert. Neben Vorfreude, Wünschen und Anregungen fanden sich auf „animexx.de“ und „animeboard.at“ bereits Wochen vor der tatsächlichen Durchführung des Events Einträge, in denen nach Mitfahrgelegenheiten oder CosplayerInnen für eine Gruppen-Performanz gesucht wurde. Dabei waren nicht nur Fans aus Österreich, Deutschland oder der Schweiz aktiv, sondern auch solche aus Frankreich, Polen, Tschechien, Rumänien und anderen europäischen Ländern.

Auch während der dreitägigen Veranstaltung wurden von Fans zahlreiche Einträge über die bisherigen Eindrücke und Erlebnisse gemacht, wobei hier nicht nur Lob und Begeisterung eine Rolle spielten, sondern auch Kritik an der Veranstaltung und dem Verhalten von anderen BesucherInnen deutlich gemacht wurde. Ebenso wurden bereits zu diesem Zeitpunkt zahlreiche Fotos und Videos hochgeladen, um Zuhausegebliebenen oder noch

unentschlossenen BesucherInnen besonders schöne, lustige oder spannende Momente zu vermitteln. Zudem wurde von den VeranstalterInnen während der *AniNite* mit Medienvertretern kooperiert, indem Interviews gegeben oder Informationsmaterialien zugänglich gemacht wurden.

Mitteilende und visuelle Produktivität äußerten sich auch nach dem Ende der *AniNite* auf sämtlichen Internetforen von Seiten der TeilnehmerInnen, wie etwa durch Fotos oder Scans von Fanart und Basteleien, die während oder nach der Convention entstanden. Zudem wurden auch zahlreiche schriftliche Kritiken, Reviews und Veranstaltungsrundgänge veröffentlicht oder in Form von Videos auf YouTube hochgeladen. Ebenso berichteten und resümierten die Veranstalter über das Event und veröffentlichten etwa die Teilnehmerzahlen und bedankten sich bei allen Stargästen, HelferInnen und BesucherInnen für ein unvergessliches Erlebnis.

Auch innerhalb des Samples wurde die *AniNite* über das Internet mitverfolgt und repräsentiert. Alle Befragten informierten sich vor und nach der Veranstaltung über die Meinungen und Erlebnisse von anderen Fans und auch die Medienberichterstattung wurde beobachtet, wobei diese von der Mehrheit der InterviewpartnerInnen scharf kritisiert wird, da sie ihrer Meinung nach die üblichen Klischees von Anime- und Manga-Fans bedient, was folgendes Zitat von Hannes verdeutlicht:

„Des is jedes Jahr des selbe...jedes Jahr werden die gleichen Sensations-lüsternen Klischees aufzufahren..da wird nur drüber berichtet, dass sich a paar Freaks wie Schulmädchen und als was weiß ich alles noch verkleiden und auf Halli Galli machen. Die solln lieber mal mit den Leuten persönlich reden, damits endlich mal zum kapiern anfangen, was da wirklich alles gmacht wird und dahinter steckt.“ (Hannes:35)

Es verwundert nicht, dass sich die *AniNite*-TeilnehmerInnen über die reißerische und einseitige mediale Berichterstattung ärgern, wenn man sich vor Augen führt, dass sie als größte und vielfältigste nationale Convention und auf Grund ihrer medialen Präsenz, die regionale Fankultur nicht nur innerhalb ihrer Mitglieder repräsentiert, sondern auch im restlichen Österreich. An dieser Stelle sei zudem angefügt, dass die *AniNite* als spezifische Form des „Place-Making“ (Vgl. Kap. 2.4) verstanden werden kann, durch die

Anime, Manga und japanische (Pop)kultur durch vielzählige Praktiken und Darstellungsformen neu verortet und repräsentiert werden.

An Hand der bisherigen Überlegungen wird deutlich, dass die *AniNite* als hybrides Medienevent begriffen werden kann, da im Rahmen ihrer Gestaltung und Repräsentation eine Vielzahl an unterschiedlichen AkteurInnen, Medien- und Produktionsformen zum Tragen kommen und miteinander verflochten sind. Im Kontext der nächsten beiden Kapiteln soll die Aufmerksamkeit auf jene produktive und performative Praktiken gelenkt werden, in denen sich transnationale Prozesse bzw. Hybridisierung manifestieren.

8.3. Interaktion und Produktivität

Eine Besonderheit im Programm der AniNite sind die zahlreichen Vorträge und Workshops, die von Fans für andere Fans gestaltet wurden. Dabei konnten die TeilnehmerInnen nicht nur spezifisches Wissen in Bezug auf Animes, Mangas und japanische (Populär)kultur akkumulieren, sondern sich auch Know How in Bezug auf unterschiedliche kreative Fanpraktiken aneignen. Interessant ist dabei, dass die Mehrheit der Vortragenden mit ihren Benutzernamen aus dem AnimeBoard auftrat und innerhalb des Samples über einen gewissen Bekanntheitsgrad verfügt. Neben einer Vorführung über *J-Indie*⁴³ von „whitegrey“ und einem über *J-Drama*⁴⁴ von „Honey“ wurde von „Kiji-chan“ ein Vortrag zum Thema „*Sind Japaner Pervers?*“ abgehalten. Dieser zielte auf die Relativierung von Klischees ab, die im Westen durch *Hentai*-Animes und Mangas (Vgl. Kap. 4.3) weit verbreitet sind. Neben weiteren Vorführungen über japanische Kampfsportarten, Cosplay-Make-Up und -Fotografie wurden auch zahlreiche Workshops abgehalten, bei denen die ConventionbesucherInnen ihre Kreativität austesten bzw. unter Beweis stellen konnten.

43 Anm.: Japanische Independent-Musik

44 Anm.: japanische Fernsehserien

Neben einem Anime-Synchron-Workshop und einem eigenen Zeichenraum wurde von „Momoko“ ein „Decoden“-Workshop abgehalten. „Decoden“ steht für „decoration denwa“, was mit „dekoriertes Handy“ übersetzt werden kann. (Trlica/Xue 2011:16) Unter diesem Begriff wird ein japanischer Trend verstanden, der das Schmücken und Verzieren von sämtlichen Alltagsgegenständen umfasst, wie etwa Kugelschreibern, Linealen, Haarreifen und -spangen, USB-Sticks, Taschen und Handys. Für 5€ wurden den TeilnehmerInnen alle benötigten Materialien zur Verfügung gestellt, wobei hier vor allem mit Pinzette, Kleber, Strass-Steinen, Perlen und kleinen Applikations-Figuren wie Früchten oder Tieren gearbeitet wird. Die Vortragende ist selbst als Künstlerin aktiv und führt einen eigenen Online-Laden⁴⁵, auf dem sie z.B. Anhänger, Schmuck oder dekorierte Kopfhörer anbietet, zudem hat sie auch auf der AniNite einen Verkaufsstand mit ihren Erzeugnissen betreut.

Abseits von Workshops und Vorträgen von Fans für andere Fans, wurden vom Verein *Kasu*⁴⁶ und dem Wiener *GO*-Verband⁴⁷ eigene Gesellschaftsräume eingerichtet, in denen moderne und traditionelle japanische Brett- und Kartenspiele ausprobiert werden konnten. Wie an den bisher genannten Programmpunkten bereits deutlich wird, nimmt Japan, neben Anime und Manga, eine immanente Rolle während der Convention ein. Dies geschieht durch eine Vielzahl an AkteurInnen, (populär)kulturellen Praktiken und Medienformen, die ihrerseits wiederum hybride Bedeutungen und Räumen, wie etwa den Gesellschaftsraum, entstehen lassen.

Des Weiteren manifestiert sich Japan und seine populäre Kultur auch in zahlreichen Wettbewerben. Neben einem DDR-, Videospiele- und Pokémon-Turnier, einem Yonkoma⁴⁸, Karaoke- und Fotowettbewerb, sowie einem Anime-Soundquiz fanden auch Wettbewerbe in den Kategorien AMV, Cosplay, Fanart und Fanfiction statt. Daneben gab es noch einen Wettbewerb der sich „Geekroom“ nennt. Dabei wurde das „*chaotischste und otakuartigste Zimmer Österreichs*“ gekürt (Conbook 2011:11), die TeilnehmerInnen mussten dabei im Vorfeld Bilder von ihren persönlichen vier Wänden einsenden. Je

45 <http://www.sweet-ticket.com/>

46 Wiener Verein für japanische Spielkultur, der regelmäßig Turniere und Spielabende veranstaltet

47 traditionelles japanisches Brettspiel, das dem Schach ähnelt

48 Yonkomas sind Comics die aus vier Panels und einem Gag bestehen (Vgl. Conbook 2011:12)

enormer, bunter und chaotischer die Anime-, Manga- und Merchandising-Sammlung ist, desto größer sind auch die Gewinnchancen in diesem Bewerb.

Durch die interaktiven und produktiven Tätigkeiten, die im Rahmen dieses Kapitels beschrieben wurden, werden von Seiten der Fans hybride Räume kreiert, in denen transkulturelle Bezüge in die Ebene des Lokalen integriert und neu verortet werden. Des Weiteren können Wettbewerbe und andere Interaktionsformen als ein performatives bzw. rituelles Szenario betrachtet werden, das sich vom Alltag abhebt und eine hybride Identität bzw. einen neuen Status bei ihren TeilnehmerInnen kreiert. Im Zuge des nächsten Kapitels werden diese Phänomene einer näheren Betrachtung unterzogen.

8.4. Performativität und Ritualisierung

Zu Beginn dieses Kapitels soll gleich einmal festgehalten werden, dass die AniNite an sich als Medienritual, bzw. Initiationsritus innerhalb der Fangemeinde aufgefasst werden kann. Im Sample werden Fanveranstaltungen zu den spezifischen Charakteristika der Fankultur gezählt – durch den Besuch einer Convention wird das Fansein gegenüber anderen Anime- und Manga-LiebhaberInnen artikuliert und zugleich wird die Fankultur als Gemeinschaft mit geteilten Vorlieben, Werten und Bedeutungen fassbar bzw. erfahrbar gemacht. Zudem können Wettbewerbe während der *AniNite* ebenso als performative bzw. ritualisierte Handlungen aufgefasst werden, da sich durch besonders gute Leistungen oder das Gewinnen eines Bewerbes der Status einer Person innerhalb der Fangemeinschaft erhöhen kann, wie dies etwa durch den Titel „Otaku of the Year“ der Fall ist. Dieser wird auch auf online-Ebene im *AnimeBoard* von seinen GewinnerInnen der Vorjahre stolz als Mitgliedertitel hervorgehoben. Im Sinne von Fiske oder Wenger kann man im Zusammenhang mit diesem Titel auch von der Akkumulation von sozialem Ka-

pital sprechen, welches mit Werten wie Anerkennung, Wertschätzung oder Respekt innerhalb der Fangemeinde verknüpft ist (Vgl. Kap. 5.3).

Eine weitere Form, in der Performativität und Ritualisierung und transnationale Prozesse im Kontext der Wiener *AniNite* zu Tage treten ist der Kontakt mit Stargästen. Hier wären etwa die japanischen Manga-Zeichner You Higuri und Nihei Tsutomu zu nennen, die Frage- und Autogrammstunden gaben, oder der amerikanische Regisseur Hans Cannossa, der Anekdoten über den Filmdreh mit japanischen SchauspielerInnen erzählte. Ebenso konnten Doug Walker und Noah Antwiler für „Meet and Greets“ gewonnen werden – beide stammen aus den USA und veröffentlichen satirische Reviews über Filme, Serien und Comics im Internet und haben dadurch in der Fanszene einen gewissen Bekanntheitsgrad bzw. Star-Status erreicht.

Vier der Befragten suchten bewusst den Austausch mit den Stargästen, zwei davon beschreiben den Kontakt mit ihnen als besonderes, eindrucksvolles und lange herbeigesehntes Ereignis. Auf Grund ihrer Werke haben sie für Anis und Verena, die beide selber auch Fanart oder Dōjinshi herstellen, den Status von Vorbildern bzw. Idolen. Performative Momente, die sich vom Alltag abheben und in ein Flow- oder Communitas-Erlebnis (Vgl. Kap. 6.2) münden, resultieren neben der Kontaktaufnahme mit den Stargästen auch aus Interaktionen mit anderen TeilnehmerInnen, sowie dem gemeinsamen Erleben der Veranstaltung.

So werden im Rahmen von Interaktionen und Performances hybride Identitäten kreiert und Räume erschaffen, in denen die Charaktere und Geschichten von Animes und Manga zum Leben erweckt werden. Ein Beispiel hierfür ist das von den VeranstalterInnen erfundene „Liar Game“, das von der gleichnamigen japanischen Serie inspiriert wurde und die darin vorkommenden Handlungsmuster und Charaktere, im Speziellen Dämonen und Engel, zum Leben erweckt. Es werden immer zehn Engel und zwei Dämonen ins Spiel geschickt und mittels Band am Handgelenk gekennzeichnet. Die TeilnehmerInnen müssen sich gegenseitig suchen und austauschen. Wenn zwei Engel miteinander interagieren, wird ein Kreuz geschaffen. Treten ein Engel und ein Dämon miteinander in Verbindung, wird der Engel in einen Dämon verwandelt. Engel können zudem ein

Kreuz an einen Dämon „opfern“, wobei sich dieser dadurch in einen Engel verwandelt. Am Ende des Spiels ist derjenige der Sieger, der die meisten Kreuze gesammelt hat. (Vgl. Trlica/Xue 2011:13)

Als weiteres Beispiel kann das Cosplay genannt werden, bei dem die Fans in die Rolle ihrer liebsten Charaktere schlüpfen. Wie bereits erwähnt, stehen dabei die Perfekte Imitation, sei es nun in Bezug auf Kostüm, Make-Up oder Habitus, im Vordergrund. Neben unzähligen BesucherInnen, die während der Veranstaltung im Cosplay miteinander interagieren und zum Beispiel für Fotos oder Videoaufnahmen Kampfszenen nachstellen, werden auch Bühnenperformances im Rahmen von Wettbewerben abgehalten. Hier werden einzeln, zu zweit oder in Gruppen gut durchdachte und lange im Voraus geplante Stücke abgehalten. Dabei werden nicht einfach nur die Szenen aus Animes oder Mangas nachgestellt – vielmehr werden eigene Stücke bzw. Situationen erfunden, in denen die Charaktere mit ihren spezifischen Eigenschaften auftreten. Neben Bezügen zur Serienwelt, in denen sich fast immer Japan manifestiert, kommen auch solche vor, die die lokale Ebene oder aktuelle Geschehnisse und Diskurse repräsentieren. So nimmt etwa der weibliche Charakter „Saskuke“⁴⁹ mit ihrer typischen Art zu sprechen und sich zu bewegen, im Rahmen einer Bühnenperformance, in sarkastischer Form Bezug auf aktuelle Geschehnisse in der österreichischen Politik.

Beim „Liar Game“ und im Zuge von Cosplayperformances entstehen also im Rahmen von performativen Handlungen hybride Räume, in der die japanische Anime- bzw. Manga-Welt und die lokale Realität miteinander verschmelzen. Die AniNite-TeilnehmerInnen schlüpfen in eine andere Rolle und repräsentieren dabei mehr oder weniger eine „*symbolische Ethnizität*“ im Sinne von Marr Maira (Vgl. Kap. 3.2) bzw. eine „*imaginäre kulturelle Identität*“. (Mader/Hirzer 2011:94)

49 Charakter aus der Anime-Serie „Naruto“

9. Resümee

Im theoretischen Teil der Arbeit wurde aufgezeigt, dass Kultur durch Migration, moderne Transportmittel und Medien die Grenzen von Nationalstaaten überquert. Im Zuge der fortschreitenden Globalisierung finden in unserer gegenwärtigen Welt permanent kulturelle Austausch- und Adaptionprozesse statt, dabei strömen Bilder, Waren und Ideen quer über den Erdball und werden in neuen regionalen Kontexten Reterritorialisiert, was zu hybriden Formen, Bedeutungen und Identitäten führt. Im Zuge der transnationalen Rezeption werden fremd-kulturelle Inhalte, wie etwa jene von Animes und Mangas, nicht einfach nur übernommen – vielmehr fungiert das Individuum als kritischer, aktiver und kreativer Bedeutungsgeber. Japanische Popkultur und hier im Besonderen Animes und Mangas vereinen im Rahmen ihrer langen und komplexen Entwicklungsgeschichte unterschiedliche kulturelle Einflüsse und können dadurch als hybride Medien bezeichnet werden.

Die Erzeugung von Populärkultur richtet sich immer nach spezifischen lokalen Kontexten und Zielgruppen, kulturelle Bezüge werden dabei nicht nur ausgeblendet, sondern immer häufiger gezielt eingesetzt, da KonsumentInnen die Auseinandersetzung mit neuen Einflüssen und kulturellen Unterschieden unterhaltsam, faszinierend und bereichernd finden. Auch Henry Jenkins ortet letzteres Phänomen bei der Rezeption von transkultureller Populärkultur und spricht in diesem Zusammenhang von „Pop-Kosmopolitismus“, was folgendes Zitat verdeutlicht: „*Cosmopolitans embrace cultural difference, seeking to escape the gravitational pull of their local communities in order to enter a broader sphere of cultural experience*“ (Jenkins 2006:155)

An Hand der Analyse der empirischen Daten wurde deutlich, wie japanische Populärkultur bzw. Kultur neu verortet wird und als Ressource für unterschiedliche performative und produktive Praktiken, sei es nun semiotisch, textuell, visuell oder mitteilend, dient. Hybridisierungsprozesse manifestieren sich dabei in einer Vielzahl an Handlungsformen und Bedeutungen, die in der österreichischen Anime- und Manga-Fankultur eine immanente Rolle spielen. In Fanart, Fanzines, Dōjinshi, Fansubs, Scanlations und

AMVs werden nicht nur unterschiedliche Medienformen, sondern auch österreichische und andere transkulturelle Elemente miteinander in Verbindung gebracht und zu etwas Neuem zusammengesetzt.

Die aktive und kreative Neuauslegung von kulturellen Bedeutungen tritt zudem bei der Adaption des *Otaku*-Begriffes in Erscheinung. Dieser ist in der japanischen Gesellschaft mit negativen Eigenschaften verknüpft und wird in der österreichischen Fangemeinschaft mit Stolz als Selbstbezeichnung gebraucht. Des Weiteren werden im Rahmen von Repräsentation und Interaktion unzählige Nicknames verwendet, die hybride Eigenkreationen aus dem eigenen Namen, japanischen Bezeichnungen oder Namensanhängseln darstellen.

Abgesehen von Fanproduktivität lassen sich Transkulturalität und Hybridität auch an Hand von performativen Handlungen verorten. Japan wird von den InterviewpartnerInnen im Vergleich zur eigenen Kultur als cooles Land mit wertvollen Traditionen und Normen wertgeschätzt, als „Pop-KosmopolitInnen“ bedienen sie sich der japanischen Kultur und kreieren neue bzw. hybride kulturelle Realitäten. Diese manifestieren sich unter anderem an kulinarischen Experimenten und Vorlieben, dem Besuch von *Karoke*-Bars oder *J-Rock*-Konzerten, sowie den Vereinen für japanische Gesellschaftsspiele oder Kampfsportarten. Zudem werden im Rahmen von „deplatzierten Ritualen“ (Grimes 2006) Handlungsweisen, Feste und Zeremonien, die in Animes und Mangas vermittelt werden, auf vielfältige Weise von ihren RezipientInnen aufgegriffen, was etwa durch das Wiener Kirschblütenfest oder die Adaption der Teezeremonie aufgezeigt wurde.

Beim Cosplay werden nicht nur die besonderen Eigenschaften der eigenen Persönlichkeit oder Ähnlichkeiten zu spezifischen Charakteren ausgedrückt, sondern es findet des Öfteren auch ein völliger Rollentausch von Seiten der ProtagonistInnen statt. Zudem werden beim Kostümieren die alltäglichen Normen und Konventionen auf spielerische Art und Weise außer Kraft gesetzt, darin lassen sich wiederum Parallelen zum Karneval bzw. dem österreichischen Fasching erkennen.

Im Zuge der transnationalen Rezeption von japanischer Popkultur und den damit im Zusammenhang stehenden Praktiken kreieren österreichische Anime- und Manga-Fans hybride Identitäten, die nach Susan Napier auch als „post-ethnisch“ (Napier 2005:26) bezeichnet werden können. Identitätsbildungsprozesse erläutert sie in diesem Zusammenhang mit Bezug auf Homi K. Bhabha und die von ihm postulierte Differenz folgendermaßen:

„Contrary to (...) 'hybridity' in terms of colonial (or postcolonial) exercise of power and discrimination, this vision of hybridity is an equalizing one. (...) the anime medium - precisely because it so often highlights characters and settings that are neither clearly Western nor clearly Japanese - offers a space for identity exploration in which the audience can revel in a safe form of Otherness unmatched by any other contemporary medium.“ (ebd. 2005:26f)

Die Faszination und Vorliebe für japanische Popkultur wird von den Mitgliedern der Fankultur auch im gemeinschaftlichen Kontext zelebriert, was sich nicht nur in unterschiedlichen Fanklubs und deren Tätigkeiten, sondern auch in kleineren und größeren Fanveranstaltungen widerspiegelt. So kann auch die Wiener *AniNite*-Convention als spezifische Form des „Place-Making“ (Gupta/Ferguson 1997) verstanden werden, durch die Animes, Mangas und japanische (Pop)kultur im Zusammenhang mit vielzähligen Praktiken und Darstellungsformen neu verortet und repräsentiert werden.

Wie eingangs erwähnt, kommt Medien und neuen Kommunikationsmitteln eine besondere Bedeutung bei der Verbreitung von kulturellen Bedeutungen zu, weiters nehmen diese auch eine wichtige Rolle im Leben von Individuen ein, denn sämtliche Interaktions- und Kommunikationsformen, sind von ihnen durchdrungen. Dieser permanente Prozess, der auch als Mediatisierung bezeichnet werden kann, bestimmt auch das rituelle Setting von Fan-Conventions. Im Rahmen der Gestaltung und Repräsentation der *AniNite* sind nicht nur Fans, sondern auch andere AkteurInnen, wie etwa MedienvertreterInnen, sowie unterschiedliche Produktions- und Medienformen miteinander verflochten, des Weiteren repräsentiert sie durch ihre mediale Präsenz die Anime- und Manga-Fankultur nicht nur innerhalb ihrer Mitglieder, sondern auch im restlichen Österreich,

weshalb man sie im Sinne von Hepp und Krönert als „hybrides Medienereignis“ (2009) bezeichnen kann.

Die *AniNite*-Convention kann zudem als „Medienritual“ (Couldry 2003) gewertet werden, denn durch Wettbewerbe und andere Interaktionsformen, wird ein performatives bzw. rituelles Szenario gestaltet, das sich vom Alltag seiner TeilnehmerInnen abhebt und ihnen einen neuen Status innerhalb der Fankultur ermöglicht, denn der Besuch von Veranstaltungen dient nicht nur als Initiationsritual in der Fankultur, sondern ist auch mit Anerkennung und Zusammengehörigkeitsgefühlen verknüpft. Ebenso werden von Seiten der Fans durch Spiele wie das „Liar Game“ oder Praktiken wie Cosplay hybride Räume und Identitäten kreiert, in denen nicht nur japanische Kultur, sondern auch die Phantasiewelten und Charaktere von Animes- und Mangas zum Leben erweckt werden.

Abseits von den Aspekten, die im Rahmen der letzten Kapitel beleuchtet wurden, sind im Zusammenhang mit der Datenanalyse noch weitere Kategorien entstanden, die eventuell Implikationen für weitere Forschungen beinhalten. Darunter fallen gender- bzw. altersspezifische Differenzen im Zusammenhang mit Fanproduktivität und performativen Praktiken wie dem Cosplay, Qualitätsmerkmale von unterschiedlichen Genres, sowie die Vergemeinschaftung auf on- und offline-Ebene.

Anhang

Bibliographie

Allen, Matthew; Sakamoto, Rumi (2006): „Introduction: Inside-out Japan? Popular Culture and Globalization in the Context of Japan“ in: Allen, Matthew; Sakamoto, Rumi (Hrsg.): Popular culture, globalization and Japan. London und New York: Routledge, 1. Auflage, S. 1-12

Allison, Anne (2004): „Cuteness as Japan's Millennial Product“ in: Tobin, Joseph J. (Hrsg.): „Pikachu's global adventure: the rise and fall of Pokémon“ Durham: Duke University Press, S. 34-49

Appadurai, Arjun (1992): „Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy“ in: Featherstone, Mike (Hrsg.): „Global Culture. Nationalism, globalization and modernity“ London: Sage Publications Ltd, S. 295-310

Appadurai, Arjun (1992): „Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization“ Minneapolis: University of Minnesota

Appadurai, Arjun (2011): „Globale kulturelle Flüsse“ in: Fernand Kreff, Ferdinand/Knoll, Eva-Maria/Gingrich, Andre Gingrich (Hrsg.): „Lexikon der Globalisierung“ Wien: Bielefeld, S. 111-113

Barrett, Stanley R. (1996): „Anthropology. A Student's Guide to Theory and Method“ Toronto: University of Toronto Press

Beck, Ulrich (1997): „Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung.“ Frankfurt: Suhrkamp

Becker, Jörg (2002): „Information und Gesellschaft“ Wien: Springer

Bichler, Michelle (2004): „Anime sind anders: Produktanalytischer Vergleich amerikanischer und japanischer Zeichentrickserien“ Marburg: Tectum Verlag

Befu, Harumi (2001): „The global context of Japan outside Japan” in: Befu, Harumi und Sylvie Guichard-Anguis (Hrsg.): „Globalizing Japan: Ethnography of the Japanese presence in Asia, Europe, and America“ London: Routledge, S. 3-22

Bellinger, Andréa; Krieger, David J. (2006): „Einführung“ in: Bellinger, Andréa; Krieger, David J. (2006): „Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 7-36

Berndt, Jacqueline (1995): „Phänomen Manga: Comic-Kultur in Japan“ Berlin: Quintessenz Verlag

Bouisseu, Jean-Marie (2000): „Manga goes global“, Centre d'études et de recherches internationales, URL: <http://www.ceri-sciences-po.org/archive/avril00/artjmb.pdf>

Bhabha, Homi K. (2000): „Die Verortung der Kultur“ (dt. Übersetzung) Tübingen: Stauffenburg

Brüsemeister, Thomas (2011): „McDonaldisierung“ in: Fernand Kreff, Ferdinand/Knoll, Eva-Maria/Gingrich, Andre Gingrich (Hrsg.): „Lexikon der Globalisierung“ Bielefeld: Transkript, S. 235-236

Bonfadelli, Heinz (2002): „Medieninhaltsforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen“ Konstanz: UVK

Böhm, Andreas (2004): „Theoretisches Codieren: Textanalyse in der Grounded Theory“ in: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (Hrsg.): „Qualitative Forschung. Ein Handbuch.“ Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 475-484

Castells, Manuel (2001): „Das Informationszeitalter“ (dt. Übersetzung) Opladen: Leske + Budrich Verlag

Cavicchi Daniel (2007): „Loving Music: Listeners, Entertainments, and the Origins of Music Fandom in Nineteenth-Century America.“ in: Gray, Jonathan; Sandvoss, Cornel; Harrington, C. Lee (Hrsg.): „Fandom: Identities and Communities in a Mediated World“ New York: NYU Press, S. 235-249

Coman, Mihai (2005): „Media Anthropology: an Overview“ University of Bucharest, URL: http://www.philbu.net/media-anthropology/coman_maoverview.pdf

Condry, Ian (2009): „Anime Creativity: Characters and Premises in the Quest for Cool Japan“ in: „Theory Culture Society Vol. 26“ Durham: Duke University Press, S. 139–163

Couldry, Nick (2003): „Media Rituals: A Critical Approach“ New York: Routledge

Dayioglu-Yücel, Yasemin (2005): „Von der Gastarbeit zur Identitätsarbeit. Integritätsverhandlungen in türkisch-deutschen Texten von Senocak, Özdamar, Agaoglu und der Online-Community vaybee!“ Göttingen: Universitätsverlag Göttingen

Eriksen, Hylland Thomas (2007): „Globalization: The Key Concepts“ Oxford: Berg

Fiske, John (1987): „British Cultural Studies and Television“ in: Allen, Robert C. (Hrsg.) (1987): „Channels of Discourse, Reassembled. Television and Contemporary Criticism“ Chapel Hill: University of North Carolina Press, S. 284-326

Fiske, John (1989): „Understanding Popular Culture“ London: Routledge.

Fiske, John (1992): „The Cultural Economy of Fandom“ in: Lewis, Linda (Hrsg.): „The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media“ London: Routledge, S. 30-49

Fiske, John (1997): „Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur“ in: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hrsg.): „Kultur – Medien – Macht“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 41-60

Fukunaga, Natsuki (2006): „Those anime students: Foreign language literacy development through Japanese popular culture“ in: „Journal of Adolescent & Adult International“ International Reading Association, November 2006, S. 206-222

Gebhardt, Winfried (2007): „Der Weltjugendtag als Medienevent“ in: Gebhardt, Winfried; Hitzler, Ronald; Liebl, Franz (Hrsg.): „Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 115-161

Gennep, Arnold van (1986): „Übergangsriten“ (dt. Übersetzung) Frankfurt a. Main: Campus Verlag

Giddens, Anthony (1990): „The Consequences of Modernity“ Stanford: Stanford University Press

Gingrich, Andre (2005): „The German-speaking Countries“, in Barth, Fredrik (Hrsg.): „One Discipline, Four Ways: British, German, French and American Anthropology – The Halle Lectures“ Chicago: University of Chicago Press, S. 61-126

Goethals, Gregor T. (2006): „Ritual und die Repräsentation von Macht in Kunst und Massenkultur“ in: Bellinger, Andréa; Krieger, David J. (Hrsg.): „Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 299-318

Göttlich, Udo (2010): „Der Alltag der Mediatisierung: Eine Skizze zu den praxistheoretischen Herausforderungen der Mediatisierung des kommunikativen Handelns“ in: Hartmann, Maren; Hepp, Andreas (Hrsg.): „Die Mediatisierung der Alltagswelt“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 23-34

Grassmuck, Volker (1999): „Eine Lebensform der Zukunft? Der Otaku“ in: Matejovski, Dirk (Hrsg.): „Neue, schöne Welt? Lebensformen der Informationsgesellschaft“ Herne: Heitkamp, S. S.157-177

Gray, Jonathan; Sandvoss, Cornel; Harrington, C. Lee (2007) (Hrsg.): „Fandom: Identities and Communities in a Mediated World“ New York: NYU Press

Grimes, Ronald (2006): „Typen ritueller Erfahrung“ in: Bellinger, Andréa; Krieger, David J.: „Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 117-134

Grimes, Ronald (2006a): „Rite out of Place: Ritual, Media, and the Arts“ Oxford: Oxford University Press

Grünewald, Dietrich (2000): „Comics“ in: Straßner, Erich (Hrsg.): „Grundlagen der Medienkommunikation Band 8“ Tübingen: Niemeyer

Gupta, Akhil; Ferguson, James (1997): „Beyond 'Culture': Space, Identity, and the politics of difference“ in: Gupta, Akhil; Ferguson, James (Hrsg.): „Culture, power, place. Explorations in critical anthropology“; Duke University Press, S. 33-51

Hall, Stuart (1994): „Rassismus und kulturelle Identität“ (dt. Übersetzung) Hamburg: Argument Verlag

Hall, Stuart (2000): „Kulturelle Identität und Diaspora“ in: Hall, Stuart: „Rassismus und kulturelle Identität“ (dt. Übersetzung) Hamburg: Argument Verlag, S. 26-43

Hannerz, Ulf (1992): „Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning“ New York: Columbia University Press

Hannerz, Ulf (1996): „Transnational Connections. Culture People, Places“ London: Routledge

Halbmayer, Ernst; Mader, Elke (2004): „Kultur, Raum, Landschaft. Zur Einleitung“ in: Halbmayer, Ernst; Mader, Elke (Hrsg.): „Kultur, Raum, Landschaft. Zur Bedeutung des Raumes in Zeiten der Globalität“ Wien: Südwind, S. 7-19

Harris, Cheryl; Alison, Alexander (Hrsg.) (1998): „Theorizing Fandom: fans, subculture and identity“ New York: Hampton Press

Harris, Cheryl (1998): „Introduction Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity“ in: Harris, Cheryl; Alison, Alexander (Hrsg.): „Theorizing Fandom: fans, subculture and identity“ New York: Hampton Press, S. 3-8

Hebecker, Eike (2001): „Die Netzgeneration: Jugend in der Informationsgesellschaft“ Frankfurt a. Main: Campus Verlag

Hepp, Andreas (2004): „Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Hepp, Andreas; Krönert Veronika (2009): „Das Medienevent im Verlauf“ in: Hepp, Andreas; Krönert, Veronika (Hrsg.): „Medien – Event – Religion. Die Mediatisierung des Religiösen“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 59-78

Hepp, Andreas; Krönert Veronika (2009): „Das Sakrale als Medienritual und Medien-glauben“ in: Hepp, Andreas; Krönert, Veronika (Hrsg.): „Medien Event – Religion. Die Mediatisierung des Religiösen“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 79-110

Hepp, Andreas; Krönert Veronika (2009): „Die kulturelle Produktion des Medienevents“ in: Hepp, Andreas; Krönert, Veronika (Hrsg.): „Medien – Event – Religion. Die Media-tisierung des Religiösen“, S. 41-58

Hepp, Andreas (2011): „Medienkultur: die Kultur mediatisierter Welten“ Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften

Hills, Matt (2002): „Fan cultures“ London: Routledge

Hildebrand, Bruno (2000): „Anselm Strauss“ in: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (Hrsg.): „Qualitative Forschung. Ein Handbuch.“ Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 32-41

Hitzler, Ronald (2000). „Ein bisschen Spass muss sein! Zur Konstruktion kultureller Erlebniswelten“ in: Gebhardt, Winfried, Hitzler, Ronald, Pfadenhauer, Diane (Hrsg.): „Events: Soziologie des Aussergewöhnlichen“ Opladen: Leske+Budrich, S. 401-412

Hügel, Hans-Otto (2003): „Massenkultur“ in: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): „Handbuch Populäre Kultur – Begriffe, Theorien und Diskussionen“ Stuttgart: J. B. Metzler Verlag, S. 48-55

Ishikawa, Satomi (2007): „Seeking the Self – Individualism and Popular Culture in Ja-pan“ Bern: Peter Lang AG

Iwabuchi, Koichi (2004): „Japan as a Global Cultural Power“ in: Tobin, Joseph J. (Hrsg.): „Pikachu's Global Adventure: the Rise and Fall of Pokémon“ Durham: Duke University Press, S. 53-79

Jenkins, Henry (2004): „The cultural logic of media convergence“ in: „International journal of Cultural Studies“ London: SAGE Publications, S.33-43, URL: <http://ics.sagepub.com/content/7/1/33.full.pdf>

Jenkins, Henry (2006): „Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture“
New York: New York University Press

Jenkins, Henry (2006): „Convergence Culture – Where Old and New Media Collide“
New York: New York University Press

Jenson, Jolie (1992): „Fandom as Pathology. The Consequences of Characterization“
Lewis, Linda (Hrsg.): „The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media“ London:
Routledge, S. 9-29

Kelly, William W. (2004): „Fanning the Flames: Fans and Consumer Culture in Con-
temporary Japan“ New York: SUNY Press

Kinsella, Sharon (2000): „Adult Manga. Culture & Power in Contemporary Japanese
Society“ Richmond: Curzon Press

Koyama-Richard, Brigitte (2007): „One thousand years of manga“ Paris: Flammarion

Kreff, Fernand (2003): „Grundkonzepte der Sozial- und Kulturanthropologie in der
Globalisierungsdebatte“ Berlin: Dietrich Reimer Verlag GmbH

Kreff, Ferdinand: „Deterritorialisierung“ in: Kreff, Ferdinand; Knoll, Eva-Maria;
Gingrich, Andre (Hrsg.): „Lexikon der Globalisierung“ Bielefeld: Transkript, S. 43

Lam, Fan-Yi (2006): „Comic Market: How the World's Biggest Amateur Comic Fair
Shaped Japanese Dōjinshi Culture“ in: Frenchy Lunning, Frenchy (Hrsg.): „Mechade-
mia 1: Emerging Worlds of Anime and Manga“ Minneapolis: University of Minnestoa
Press, S. 232-248

Lang, Hartmut (2005): „Kultur“ in: Hirschberg, Walter (Hrsg.): „Wörterbuch der Völ-
kerkunde“ Berlin: Dietrich Reimer Verlag, S. 202

Lindner, Rolf (2002): „Konjunktur und Krise des Kulturkonzepts“ in: Musner, Lutz; Wunberg, Gotthart (Hrsg.): „Kulturwissenschaften: Forschung- Praxis- Positionen“ Wien: WUV, S. 69-87

Linhart, Sepp (2000): „Die globale Bedeutung der japanischen Kultur“ in: Minikomi - Informationen des Akademischen Arbeitskreis Japan, Nr. 4/2000, S. 7-18, URL: <http://www.aaj.at/images/stories/mini004.pdf>

Mader, Elke; Budka, Philipp (2009): „Shah Rukh Khan @ Berlinale. Bollywood Fans im Kontext medienanthropologischer Forschung“ in: Tieber, Claus (Hrsg.): „Fokus Bollywood. Indisches Kino in wissenschaftlichen Diskursen“ Münster: LIT. Verlag, S. 117-131

Manfé, Michael (2005): „Otakismus: Mediale Subkultur und neue Lebensform – eine Spurensuche“ Bielefeld: Transcript Verlag.

Mader, Elke; Hirzer, Petra (2011): „Peruanisches Masala. Hybridisierungsprozesse in der lateinamerikanischen Bollywood-Fankultur“ in: Gugenberger, Eva; Sartingen, Kathrin (Hrsg.): „Hybridität- Transkulturalität- Kreolisierung: Innovation und Wandel in Kultur, Sprache und Literatur Lateinamerikas“ Wien: LIT. Verlag, S. 73-100

Müller, Eggo (1993): „Pleasure and Resistance. John Fiskes Beitrag zur Populärkulturtheorie“, URL: Montage/AV: Vol. 2, Nr. 1, URL: http://www.montage-av.de/pdf/021_1993/02_1_Eggo_Mueller_Pleasure_and_Resistance.pdf

Napier, Susan J. (2005): „Anime: from Akira to Howl's Moving Castle: experiencing contemporary Japanese animation.“ New York: Palgrave Macmillan

Niekrenz, Yvonne (2011): „Rauschhafte Vergemeinschaftungen : Eine Studie zum rheinischen Straßenkarneval“ Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften

Nünning, Ansgar (Hrsg.) (2005) „Grundbegriffe der Kulturtheorie und Kulturwissenschaften“ Stuttgart: Metzler

Manzenreiter, Wolfram (2007): „Die Mangatisierung der Welt: Japans Populärkultur, Kulturdiplomatie und die neue internationale Arbeitsteilung“ in: Japan aktuell 4/2007, S. 3-23, URL:

http://kenkyuu.eas.univie.ac.at/fileadmin/STAFF_DIRECTORY/Manzenreiter/ja0704_mangatisierung.pdf

Meyer-Tien, Katja (2007) „Botschafter Pikatchuu: Die Bedeutung der japanischen Populärkultur als Soft-Power-Ressource“ in: Kalden, Wolf Hannes (Hrsg.). Japan im internationalen Kontext: Beiträge kultur- und sozialwissenschaftlicher Japanforschung, Bd. 1. Marburg: Tectum Verlag, S. 157-181

Mintz, Sidney: „Sweetness and Power. The Place of Sugar in Modern History“ New York: Penguin Books

Peterson, Mark (2003): „Anthropology and mass communication. Media and myth in the new millennium“ New York: Berghahn Books

Peterson, Mark (2005): „Performing Media. Towards an Ethnography of Intertextuality“ in: Rothenbuhler, Eric; Coman, Mihai (Hrsg.): „Media Anthropology“ London: Sage Publications, S. 129-138

Parker, Ginny (2004): „Learning Japanese, once about resumes, is now about cool“ in: „The Wall Street Journal“, New York, 5. August

Radway, Janice (1984): „Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature“ Chapel Hill: University of North Carolina Press

Robertson, Roland (1992): „Globalization: Social Theory and Global Culture“ London:

Sage

Robertson, Roland (1995): „Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity“ in: Featherstone, Mike; Lash, Scott; Robertson, Roland (Hrsg.): „Global Modernities“ London: Sage, S. 25-44

Robertson, Roland (1998): „Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit“ in: Ulrich Beck (Hrsg.): „Perspektiven der Weltgesellschaft“ Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 192-220

Roose, Jochen; Schäfer, Mike S.; Schmidt-Lux, Thomas (2010): „Was sind Fans? Eine Nominal- und eine Realdefinition“ in: Dörre, Klaus (Hrsg.): „Unsichere Zeiten? Verhandlungen des 34. DGS-Kongresses“ Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

Rothenbuhler, Eric; Coman, Mihai (Hrsg.) (2005): „Media Anthropology“ London: Sage Publications

Rushdie, Salman (1992): „Heimatländer der Phantasie: Essays und Kritiken 1981-1991“ (dt. Übersetzung) München: Kindler

Schäfer, Mike S.; Roose, Jochen (2005): „Begeisterte Nutzer? Jugendliche Fans und ihr Medienumgang“ in: merz - Medien + Erziehung 2005/2, S. 49-53

Schmidt, Christiane (2000): „Analyse von Leitfadeninterviews“ in: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (Hrsg.): „Qualitative Forschung. Ein Handbuch“ Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 447-455

Schneider, Irmela (1997): „Von der Vielsprachigkeit zur „Kunst der Hybridation – Diskurse des Hybriden“ in: Irmela Schneider; Thomsen, Christian (Hrsg.): „Hybridkultur. Medien – Netze – Künste“ Köln: Wienand, S. 13-66

Schodt, Frederick (1983): „Manga! Manga!: The world of Japanese comic“. Tokyo: Kodansha International

Schodt, Frederik (1996): „Dreamland Japan: writings on modern Manga“ Berkeley: Stone Bridge Press

Sell, Cathy (2011): „Manga Translation and Interculture“ in: Frenchy Lunning, Frenchy (Hrsg.): „Mechademia 6: User Enhanced“ Minneapolis: University of Minnesota Press, S. 93-108

Shiraishi, Saya S. (1997): „Japan’s Soft Power: Doraemon Goes Overseas“ in: Katzenstein, Peter J.; Shiraishi, Takashi (Hrsg.): „Network Power: Japan and Asia“ New York: Cornell Univ. Press

Storey, John (1996): „Cultural Studies and the Study of Popular Culture: Theories and Methods“ Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd

Trlica, Martina/Xue, Chang (2011): „AniNite 2011 Conbook“ Wien: AniManga Austria – Arbeitskreis japanische Jugendkultur

Turner, Victor W. (1995): „Vom Ritual zum Theater: Der Ernst menschlichen Spiels“ (dt. Übersetzung) Frankfurt a. Main: Campus Verlag

Turner, Victor W. (2006): „Liminalität und Communitas“ in: Bellinger, Andréa; Krieger, David J. (Hrsg.): „Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch“ Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 247-260

Wenger, Christian (2006): „Jenseits der Sterne. Gemeinschaft und Identität in Fankulturen: zur Konstitution des Star Trek-Fandoms“ Bielefeld: Transkript

Welsch, Wolfgang (1997): „Transkulturalität. Zur veränderten Verfassung heutiger Kulturen“ in: Irmela Schneider; Christian W. Thomsen (Hrsg.): „Hybridkultur. Medien – Netze – Künste“ Köln: Wienand, S. 67-90

Williams, Raymond (1958): „Culture and Society“ London: Chatto and Windus

Winge, Theresa (2006): „Costuming the Imagination: Origins of Anime and Manga Cosplay“ in: Frenchy Lunning, Frenchy (Hrsg.): „Mechademia 1: Emerging Worlds of Anime and Manga“ Minneapolis: University of Minnesota Press, S. 65-76

Winter, Rainer (1997): „Cultural Studies als kritische Medienanalyse: Vom „encoding/decoding“-Modell zur Diskursanalyse“ in: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hrsg.): „Kultur – Medien – Macht: Cultural Studies und Medienanalyse“ Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 47-64

Winter, Rainer (2000): „Cultural Studies“ in: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (Hrsg.): „Qualitative Forschung. Ein Handbuch.“ Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 204-212

Winter, Rainer (2003): „Filmanalyse in der Perspektive der Cultural Studies“ in: Ehrenspeck, Yvonne; Schäffer, Burkhard (Hrsg.): „Film- und Photoanalyse in der Erziehungswissenschaft“ Opladen: Leske + Budrich Verlag, S. 151-164

Wolf, Eric (1982): „Europe and the People Without History“ Berkeley: University of California Press

Wong, Wendy Siuyi (2006): „Globalizing Manga: From Japan to Hong Kong and Beyond“ in: Lunning, Frenchy (Hrsg.): „Mechademia 1: Emerging worlds of Anime and Manga“ Minneapolis: University of Minnesota Press, S. 23-45

Filmographie

- Atakku No. 1/Mila Superstar, Japan 1969–1971, R: Fumio Kurokawa, Eiji Okabe
- Bishōjo Senshi Sērā Mūn/Sailor Moon, Japan 1992-1997, R: Junichi Satō, Kunihiko Ikuhara, Takuya Igarashi
- Doragonbōru/Dragonball, Japan 1986–1989, R: Daisuke Nishio
- Janguru taitei/Kimba the white lion, Japan 1964, R: Tezuka Osamu
- Mitsubachi Māya no Bōken/Biene Maja, Japan 1975-1979, R: Hiroshi Saitō
- Naruto, Japan 2002-fortlaufend, R: Hayato Date
- Pinocchio Yori Piccolino no Bōken/Pinocchio, Japan: 1976-1977, R: Hiroshi Saitō, Shigeo Koshi
- Poketto Monsutā/Pokémon, Japan 1997-fortlaufend, R: Kunihiko Yuyama
- Raiā Gēmu/The Liar Game, Japan 2007, R:Hiroaki Matsuyama, Ayako Taiboku
- Sen to Chihiro no kamikakushi/Spirited Away/Chihiros Reise ins Zauberland, Japan 2001, R: Hayao Miyazaki
- Tetsuwan Atomu/Astro Boy, Japan 1963, R: Tezuka Osamu
- The Matrix/Matrix, USA 1999, R: Andrew Wachowski, Lana Wachowski

Mangas

- Akira, Japan 1982-1990, A: Katsuhiro Otomo
- Bishōjo Senshi Sērā Mūn/Sailor Moon, Japan 1992-1997, A: Naoko Takeuchi
- Doragonbōru/Dragonball, Japan 1984-1995, A: Akira Toriyama
- Poketto Monsutā Supesharu/Pokémon Adventures, Japan 1992-fortlaufend, A: Hidenori Kusaka

Internetquellen

<http://www.aaj.at/images/stories/mini004.pdf>
<http://www.animanga.at/about/>
<http://aninite.at/information/geschichte-der-aninite/>
<http://animeboard.at/>
<http://animeboard.at/index.php/gallery/>
<http://animexx.onlinewelten.com/onlineclub-statistik.phtml>
<http://www.carlsen.de/manga/serie/akira/18391>
<http://serie-sciencespo.org/archive/avril00/artjmb.pdf>
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Hybrid>
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Hybride>
<http://ics.sagepub.com/content/7/1/33.full.pdf>
http://kasu.otaku.at/downloads/kasu_hanafuda.pdf
http://kenkyuu.eas.univie.ac.at/fileadmin/STAFF_DIRECTORY/Manzenreiter/ja0704_mangatisierung.pdf
http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
<http://www.mcdonaldsindia.com/>
http://www.montage-av.de/pdf/021_1993/02_1_Eggo_Mueller_Pleasure_and_Resistance.pdf
http://www.philbu.net/media-anthropology/coman_maoverview.pdf
http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/mitarbeiter/wissenschaftliche/dateien/schaefer/mss_Was_sind_Fans.pdf
<http://prokaryont.deviantart.com/art/Aninite-Mascot-2011-201827458>
<http://www.otaku-welt.de/namensanhaengsel.php>
http://www.sailorwikimoon.de/de/Sailor_Moon
http://www.rainer-winter.net/index.php?option=com_content&task=view&id=5&Itemid=24&limit=1&limitstart=1
<http://www.sweet-ticket.com/>
<http://waste.informatik.hu-berlin.de/grassmuck/Texts/otaku99.html>

(Stand 18.09.2012)

Bilderverzeichnis

Abbildung 1: Händlerraum auf der AniNite 2011	76
<i>Aufgenommen September 2011</i>	
Abbildung 2: J-Indie-Vortrag auf der AniNite.....	76
<i>Aufgenommen September 2011</i>	
Abbildung 3: Gruppencosplay auf der AniNite 2011	77
<i>Aufgenommen September 2011</i>	
Abbildung 4: Infoscreens und Origami auf der AniNite 2011	77
<i>Aufgenommen September 2011</i>	
Abbildung 5: Maskottchen der Wiener AniNite 2011	95
<i>URL: http://prokaryont.deviantart.com/art/Aninite-Mascot-2011-201827458</i>	

Interviewleitfaden

Alter, Geschlecht, Herkunft, Ausbildung/Beruf, Wohnort

Wahrnehmung/Begrifflichkeit von Anime/Manga:

Wenn du jemandem Anime/Manga erklären müsstest, wie würdest du das machen?

Was ist das besondere an Anime/Manga? Wie unterscheiden sich Animes und Mangas von Comics und anderen animierten Serien?

Wahrnehmung/Begrifflichkeit Fankultur:

Mit welchem Begriff würdest du die Gemeinschaft der Anime- und Manga-LeserInnen bzw. SeherInnen in Österreich bezeichnen? Was hältst du von den Begriffen Anime- und Manga-Fankultur, -Jugendkultur bzw. -Szene?

Erstkontakt und Zugang zu Anime/Manga:

Wie und wann bist du mit Anime/Manga das erste Mal in Kontakt gekommen? Was gefällt dir daran? Welche Eigenschaften muss ein Anime/Manga für dich erfüllen? Hast du Vorlieben für ein bestimmtes Genre? Warum?

Hobbys, Interessen, Vorlieben für andere Genres:

Was sind deine Hobbys? Was sind deine Interessen? Hast du Interesse für Filme, Serien, Spiele, Bücher oder Hefte die nichts mit Anime und Manga zu tun haben?

Wünsche und Träume:

Was übst du beruflich aus? Was wäre dein absoluter Traumberuf? Wenn du dir etwas wünschen könntest, was wäre das?

Eigenwahrnehmung Fan:

Welchen Stellenwert hat Anime/Manga in deinem Leben? Würdest du dich als Anime/Manga-Fan bezeichnen? Warum? Würdest du dich als Fan von irgendetwas oder

jemandem bezeichnen? Warum? Würdest du dich als Fan von einem bestimmten Anime/Manga (Story) oder Charakter bezeichnen?

Fremdwahrnehmung Fan:

Begegnet man als LiebhaberIn/Fan von Anime/Manga Vorurteilen? Hast du persönliche Erfahrung mit Vorurteilen? Wie sehen diese Vorurteile aus? Erhält man von „außerhalb“ auch positive Reaktionen für seine Vorliebe/Begeisterung?

Medienpraktiken (Bedeutungen und Eigenschaften):

Welche Aktivitäten stehen für dich mit Anime und Manga in Zusammenhang? Welche Rolle nehmen Aktivitäten die mit Anime und Manga in Zusammenhang stehen in deinem Leben ein? Investierst du viel Geld und Zeit in diese Aktivitäten?

Otaku (Begriffsbedeutung und -herkunft, Eigenschaften, Aktivitäten):

Was ist ein Otaku? Was macht für dich einen Otaku aus? Welche Eigenschaften und Aktivitäten stehen damit in Zusammenhang? Würdest du dich selbst als Otaku bezeichnen? Weißt du etwas über die Herkunft und Bedeutung dieses Begriffs?

Cosplay:

Warum betreibt man Cosplay? Betreibst du Cosplay? Warum betreibst du Cosplay? Was ist ein gutes, was ist ein schlechtes Cosplay? Machst du auch Gruppencosplay? Worauf kommt es dir beim Cosplay an? Gibt es bestimmte Regeln beim Cosplay? Machst du die Kostüme selber oder kaufst du sie? Wie viel Zeit und Geld investierst du dabei? Welchen Charakter hast du schon verkörpert? Warum? Was hat dir dabei besonders gefallen bzw. Spaß gemacht? Gab es dabei auch negative Erfahrungen?

Vernetzung bzw. Vergemeinschaftung mit anderen Fans (on- und offline):

Vernetzt du dich mit anderen Fans? Warum? Wie vernetzt du dich mit anderen Fans? Interessieren sich deine Freunde auch für Anime und Manga? Triffst du dich mit anderen Fans? Wie oft? Bist du in einem Anime- oder Manga-Verein oder einer anderen Gemeinschaft? Welche Rolle spielt das Internet in deinem Alltag? Welche Rolle spielt

Social Media? Welche Aktivitäten übst du im Internet aus? In welchen Internet-Foren bzw. auf welchen Plattformen bist du aktiv? Wie oft und lange bist du dort aktiv?

Convention:

Was gehört unbedingt zu einer Anime/Manga Convention? Was macht sie aus? Gehst du auch auf Comic und Figuren-Börsen? Würdest du Comic und Figuren-Börsen als Convention bezeichnen?

Wann und was war deine erste Convention? Wie hast du davon erfahren? Mit wem besuchst du Conventions oder gehst du auch alleine? Gehst du regelmäßig auf Conventions? Wie informierst du dich über Conventions? Verfolgst du die Berichterstattung vor und nach dem Event? Wo verfolgst du sie?

Auf welchen Conventions warst du heuer schon und auf welche möchtest du noch gehen? Warst du schon einmal außerhalb von Österreich auf einer Convention? Würdest du gerne eine internationale Conventions besuchen? Warum?

Warum gehst du auf Conventions? Was gefällt dir an Conventions? Was gefällt dir nicht?

Was machst du auf Conventions? Welche Aktivitäten übst du auf Conventions aus?

Was nimmst du alles für eine Convention in Kauf? Was investierst du alles, um eine Convention besuchen zu können?

Interesse für japanische Kultur/Popkultur, Rezeption und Partizipation:

Hast du Interesse für Japan? Was gefällt dir an Japan? Was gefällt dir nicht? Hast du Interesse für Japanische Kultur bzw. Popkultur? Welche Rolle spielt sie in deinem Alltag? Wie und wann ist das Interesse/die Vorliebe für Japan/Japanische Kultur / Japanische Popkultur entstanden? Wie gehst du diesem Interesse/dieser Vorliebe nach? Welche Aktivitäten stehen mit diesem Interesse/dieser Vorliebe in Zusammenhang? Was investierst du dabei an Zeit und Geld?

Abstract

Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit sind Hybridisierungsprozesse im Kontext der österreichischen Anime- und Manga-Fankultur. Dabei wurde der Frage nachgegangen, wie und in welcher Form japanische Kultur bzw. Populärkultur von Fans rezipiert und auf lokaler Ebene neu verortet wird. Durch transnationale Kommunikations- und Informationstechnologien, Migrations- und Warenströmen finden in unserer gegenwärtigen Welt zahlreiche Austausch- und Adaptionsprozesse statt. Dabei manifestieren sich globale Formen in regionalen Kontexten auf unterschiedliche Weise, was sich unter anderem in vielfältigen kulturellen Verflechtungs- und Vermischungsprozessen äußert. Diese Vorgänge können mit dem Konzept der Hybridisierung beschrieben werden und werden auch im Zusammenhang mit der Rezeption von Animes und Mangas sichtbar. Beide Medienformen wurden in den letzten Jahrzehnten in unzählige neue lokale Kontexte und so auch in den deutschsprachigen Raum integriert. Die Ausstrahlung von Serien wie „Sailor Moon“ oder „Dragonball“ über Kabel- und Satelliten-TV machten zunächst japanische Animation und in weiterer Folge auch Mangas unter österreichischen Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen bekannt und beliebt. Gewisse Serien und Charaktere nehmen im Leben vieler RezipientInnen einen ganz besonderen und längerfristigen Stellenwert ein, was sich in den Phänomenen des „Fanseins“ und der Fankultur äußert, wobei mit diesen eine Vielzahl an produktiven und performativen bzw. rituellen Praktiken einhergehen, die sich auch im Kontext von Fanveranstaltungen, den sogenannten Conventions, manifestieren. Zudem entwickeln viele Anime- und Manga-Fans im Zuge ihrer Leidenschaft ein ausgeprägtes Interesse für japanische Kultur. Dieses äußert sich nicht nur über die gezielte Beschäftigung mit Japan und seiner Sprache, den dort vorherrschenden Werten, Normen und Traditionen, sondern auch darin, dass Fans japanische Kultur durch vielfältige Rituale und Praktiken in ihren Alltag, sowie in das rituelle Setting ihrer Fanveranstaltungen transferieren. Im Rahmen einer qualitativen Feldstudie wurden diese beiden Ebenen einer eingehenden Betrachtung unterzogen und an Hand der Performanz ihrer AkteurInnen untersucht, wobei diese Analysekategorie in zwei weitere Dimensionen, nämlich in eine produktive und performative, aufspaltet wurden. Durch die Auswertung der erhobenen Daten wurde deutlich, dass Hybridisierungsprozesse in einer Vielzahl an Produktionen und Ritualen Gestalt annehmen, die in der österreichischen Anime- und Manga-Fankultur eine immanente Rolle spielen.

Lebenslauf

Name	Kerstin Reifberger-Dorfer
Geburtsdaten	08.03.2012/Amstetten
Ausbildung	BORG Perg/OÖ (Schwerpunkt Kunst), Matura am 27.06.2005 Universität Wien: Studium der Kultur- und Sozialanthropologie (seit WS 2005)
Spezialisierung	Praktische Schwerpunkte: Museum und Bildungsarbeit (Sammlung, Dokumentation, Repräsentation) Theoretische Schwerpunkte: Visuelle Anthropologie Medienanthropologie Regionaler Schwerpunkt: Ozeanien
Fremdsprachen	Englisch, Französisch