

Comic, Manga und Graphic Novel in der zeitgenössischen Kinderkultur

BERND DOLLE-WEINKAUFF

Kaum eine andere Form der populären Literatur hat während der vergangenen drei Jahrzehnte einen so tief greifenden Wandel erfahren wie der Comic. Ein Wandel, der sich nicht auf grundlegende und nachhaltige Veränderungen von Formen und Sujets der Angebote beschränkte, sondern einher ging mit gravierenden Veränderungen auf Seiten der Adressaten und Publika des Comics, wobei die Auswirkungen im Bereich der Kinder- und Jugendkultur in besonderer Weise ins Blickfeld geraten. Ungeachtet der Verbreitung und des Einflusses der elektronischen und der digitalen neuen Medien – und damit die Annahmen konvergenztheoretischer Ansätze (vgl. Jenkins 2006) bestätigend – begleitet das Printmedium Comic heute Kinder vom Vorschulalter an mit wechselnden Angeboten in der mittleren und späten Kindheit über das Jugend- ins Erwachsenenalter. Ein Novum ist in diesem Kontext der mittlerweile eingetretene gesellschaftlich-kulturelle Konsens in der Wertung dieser lange Zeit nicht akzeptierten Literaturform: Heutige Kinder müssen für ihre Comic-Lektüre nicht mehr mit Sanktionen rechnen, bilden sie doch mit Eltern und Großeltern zusammen eine Gemeinde, die mit Comics sozialisiert wurde und diese schätzen gelernt hat. Binnendifferenzierungen treten hervor, wenn die neueren Spielarten der Gattungsentwicklung betrachtet werden, die sich an den Labels „Comic“ (im Sinne von traditionellen nordamerikanischen und westeuropäischen Comics), „Manga“ (Übersetzungen japanischer Comics und an diese angelehnte Neukreationen) und „Graphic Novel“ (literarisch ambitionierte Bildgeschichten) festmachen lassen. Dabei zeigt sich sehr rasch, dass diese Labels nicht zuletzt Zuschreibungen unterschiedlicher Nutzer*innenkulturen und -gemeinden darstellen, die unterschiedliche ästhetische Präferenzen und ihren je spezifischen Umgang mit den unterschiedlichen Angeboten pflegen. Nicht überraschend, doch ebenso wichtig in diesem Kontext ist der Umstand, dass andere Literaturformen

und Medien immer wieder für wichtige Impulse für die Comics sorgen und umgekehrt von diesen empfangen.

COMICS UND KINDLICHE REZIPIENTEN

Entgegen einer verbreiteten Auffassung, dass Comics von ihren Ursprüngen her als Kinderliteratur zu betrachten seien, waren diese in der ersten Phase der Genese der Gattung in den USA an ein erwachsenes Publikum, die Käufer*innen und Leser*innen der Tages- und der Wochenpresse, adressiert. Wenn in der Gegenwart angesichts neuer Horizonte der Entwicklung davon die Rede ist, die Comics seien „endlich erwachsen geworden“ (Ditschke 2009: 265) oder, dann metaphorisch ausgedrückt, „den Kinderschuhen längst entwachsen“ (Körber 2014: 36), so unterstellen diese Einschätzungen nicht nur einen Entwicklungsweg aus bescheidenen Anfängen hin zu literarischer Bedeutsamkeit. Vielmehr ist dies untrennbar verbunden mit der Vorstellung, dass die Entwicklung vom Niederen zum Höheren zwangsläufig mit einem Adressatenwechsel vom Kinder- zum Erwachsenenpublikum verbunden sei. Tatsächlich ist nicht zu bestreiten, dass kinderliterarische Impulse in den Anfängen des Comics eine bedeutsame Rolle spielten: bekanntlich stellt Wilhelm Buschs Bilderbuch *Max und Moritz* (1865) die entscheidende Inspirationsquelle für eine der ersten Comic-Serien, *The Katzenjammer Kids* (1897) von Rudolph Dirks, dar. Dies bedeutet jedoch nicht, dass es sich um eine Fortschreibung als kinderliterarisches Genre handelte. Zwar operierte ein großer Teil der frühen Comic Strips, von Richard F. Outcaults *The Yellow Kid* (1895) und *Buster Brown* (1902) bis hin zu Winsor McCays *Little Sammy Sneeze* (1904) und James Swinnertons *Little Jimmy* (1905) mit Kinderfiguren als Protagonisten. Die Gattungsbezeichnung *kid strip* für diese frühe Spielart des Comics folgte jedoch einer Konvention, die eine Gattungsdifferenzierung der Strips nach markanten stofflichen und thematischen Elementen vorzunehmen pflegte; *kid strip* zielte daher – im Unterschied etwa zu *family strip*, *animal strip*, *girl strip* usw. – auf die anfänglich dominierenden Geschichten mit Kindern als Hauptfiguren und nicht auf Kinder oder Jugendliche als intendierte Leser*innen.

Gleichwohl ist anzunehmen, dass die frühen Comic Strips zu denjenigen Teilen des Presseangebots gehört haben, für das sich Kinder als Mitleser*innen in besonderer Weise interessierten. Auch ist festzustellen, dass manche der frühen Presse-Comics wie etwa Otto Messmers *Felix the Cat* (1923) oder Elzie C. Segars *Thimble Theatre* (1919) mit der Gestalt des *Popeye* früher oder später in den Fundus der Comics für Kinder und Jugendliche gelangten. Die allermeisten jedoch, darunter bis heute so hoch geschätzte Werke wie Winsor McCays *Little Nemo in Slumberland* (1905), Lyonel Feiningers *The Kinder Kids* (1906) und George

Herrimans *Krazy Kat* (1913) sind – trotz der darin auftretenden Kinder- und Tierfiguren – für die Kindermedien nicht von Bedeutung.

Begreiflicherweise setzte die Entstehung des kinderliterarischen Comics nicht nur eine Entwicklung adressatenspezifischer Narrationen, sondern ebenso sehr adressatenspezifischer Medien voraus. Diese Erweiterung des Medienhorizonts der Erzählform Comic erfolgt in den USA ebenso wie in Europa im Lauf der 1930er-Jahre mit der Einführung spezieller Kinder- und Jugendzeitschriften. Damit einher geht die Aufgabe der komisch-grotesken Kleinform, des Gag Strip und des episodischen Erzählens als der bis dahin gattungsprägenden Form. Ende der 20er-Jahre kommen Detektiv-, Science Fiction-, Wildwest-Geschichten sowie die historisierende oder exotische Abenteuerliteratur bereits in den Pressestrips als Fortsetzungsgeschichten auf. Sie entstammen, wie etwa *Tarzan of the Apes* (1912) von Edgar R. Burroughs, nicht selten der *pulp literature*, d.h. dem Massenmedium Romanheft. Mit der Einführung des Kiosk-Hefts, des so genannten *comic book*, auf dem nordamerikanischen Zeitschriftenmarkt werden gänzlich neue Leser*innengenerationen angesprochen und gleichzeitig ein Printmedium geschaffen, das es erlaubt, umfangreichere abgeschlossene Comic-Geschichten zu publizieren. Gleichzeitig werden mit den Superhelden-Stories in den USA neue abenteuerliche Lesestoffe angeboten, die auf das junge Publikum zugeschnitten sind; deren Anfang macht *Superman*, der erstmals 1938 im Magazin *Action Comics* publiziert wird und zahlreiche Nachfolger findet. Hinzu treten aber sehr bald auch höchst erfolgreiche *funny comics* für Kinder als Heftserien, wie *Walt Disney's Comics & Stories* (ab 1940) u.a.

Während es sich bei den US-amerikanischen *comic books* um Periodika mit abgeschlossenen Geschichten handelte, die nach dem Prinzip der Endlos-Serie angelegt waren (vgl. Dolle-Weinkauff 2014: 157ff.), kommen in Belgien, Frankreich und Italien zu dieser Zeit eher magazinartige Heftserien mit Fortsetzungsgeschichten auf. Auch diese ermöglichten eine sehr viel gezieltere Adressierung der jungen Leser*innen als die Medien der Tages- und Wochenpresse. Beginnend anfänglich noch als Kinderbeilagen der Zeitungen, traten etwa mit Lotario Vecchis *Jumbo* (1932) und etwas später *Spirou* (1938) oder *Tintin* (1946) auflagenstarke Comic-Magazine mit unterschiedlichen, jeweils auf wenige Seiten beschränkten Geschichten auf den Plan, die in der Regel nach einer bestimmten Anzahl von Folgen zum Abschluss eines Abenteuers gelangten. In dem Maße, wie die Verlage dazu übergingen, die gesammelten Episoden einer Serie als sogenanntes Album zu veröffentlichen, tritt in Frankreich auch das Buch als relevantes Publikationsmedium des Comic bereits in den 30er-Jahren in Erscheinung – in Deutschland etwa durch die ab 1952 unter dem Titel *Tim und Struppi* verbreiteten *Tintin*-Geschichten des Belgiers Hergé (Georges Remi). Es ist diese zweite Phase der

Geschichte des Comic, in der der Comic strip und dessen Rezeption durch die erwachsene Leserschaft zwar nicht an Bedeutung verliert, jedoch neben dem rasch wachsenden Angebot an Comic-Heften mehr oder weniger in den Hintergrund tritt und sich die Vorstellung vom Comic als einer prinzipiell kinderliterarischen Gattung herausbildet.

In Deutschland hingegen findet der Comic erst nach Ende des 2. Weltkriegs nennenswerte Verbreitung, und zwar von Anbeginn und bis weit in die 60er-Jahre hinein als eine strikt kinder- und jugendliterarische Textsorte. Ähnlich liegen die Verhältnisse in Japan, wo die Manga in der heute gängigen Form erst seit Ende der 1940er-Jahre unter dem Einfluss des amerikanischen Comic und der Disney-schen Zeichentrickfilme aufkamen. Die anhaltende Wertschätzung der Bildgeschichtentradition des 19. Jahrhunderts und ihrer Adepten wie auch erhebliche pädagogische Vorbehalte führten in der BRD, in Österreich und der Schweiz zum sogenannten „Kampf gegen Schmutz und Schund“, dessen bevorzugte Zielscheibe die Comics waren. Die pädagogischen Vorbehalte und die daraus folgenden Jugendschutzmaßnahmen zur Eindämmung der Comic-Lektüre, die in den deutschsprachigen Ländern besonders markant hervortraten, waren allerdings ein internationales Phänomen und in den anglophonen Ländern, wo sie ihren eigentlichen Ursprung hatten, ebenso verbreitet wie im frankophonen Raum und auch in Japan. Das Lesen und Sammeln der Hefte unter diesen Bedingungen stellte ein nicht unwesentliches Phänomen subversiver Kinderkultur der Nachkriegszeit dar, an der ganze Generationen partizipierten.

Ab Mitte der 1960er-Jahre wird ein neuerlicher Paradigmenwechsel erkennbar, der ein Aufbrechen der einseitigen Zuordnung des Comics an das Kinder- und Jugendpublikum einleitet. Verantwortlich dafür ist zum einen das Auftreten eines neuen komisch-parodistischen Comic-Typs mit Serien wie *Lucky Luke* (frz. 1947) von Morris (Maurice de Beèvre) und René Goscinny und *Asterix* (frz. 1959) von Albert Uderzo und René Goscinny. Obwohl angelegt als kinder- und jugendliterarische Produktionen, erzielten diese aufgrund ihrer grafischen Perfektion und ihres doppelsinnigen Humors eine breite allgemeinliterarische Wirkung (vgl. Schikowski 2012: 60ff.). Sie bereiten damit den Boden für eine bis in die Gegenwart hinein relevante Spielart des Comic als All Age-Literatur, zu der auch manche der populärsten nordamerikanischen Comic Strips wie Charles M. Schulz' *Peanuts*, Dik Brownes *Hägar* oder Jim Davis *Garfield* rechnen dürften. Zum anderen treten mit den nordamerikanischen Underground Comix, den frühen Comic-Romanen italienischer und frankophoner Autoren und mit der sich als *gekiga* (dt.: dramatische Bilder) bezeichnenden Strömung des japanischen Manga neue Comic-Spielarten auf, die sich unmissverständlich und geradezu provokativ vom Comic als Kinderliteratur abzugrenzen suchen und exklusiv die erwachsene Leserschaft an-

sprechen wollen. Spätestens seit den 1990er-Jahren stellt sich das Gattungsspektrum des Comics als ein hoch differenziertes Angebot dar, in dem Kinder als Adressaten eine zwar immer noch beträchtliche, aber keineswegs mehr vorherrschende Rolle spielen.



Abb. 1: Zeitenössische Comic-Hefte und Magazine mit Comic-Anteil. (Montage: Dolle-Weinkauff)

COMICS UND GRAPHIC NOVELS IN DER AKTUELLEN KINDERKULTUR

Die stark geschwundene Bedeutung des Mediums Comic-Heft, der Distributionsstelle Kiosk und – daraus folgend – des Sammelns wird deutlich im Vergleich der von Horst Heidtmann für die frühen 1990er-Jahre ermittelten Titel- und Auflagenzahlen, als das führende Magazin *Micky Maus* noch an der Millionengrenze rangierte (Heidtmann 1992: 19), mit einer Auswahl aktueller Auflagenzahlen. Mit Druckauflagen von 159.600 für das wöchentlich erscheinende Heft *Micky Maus*, 329.780 für das monatlich erscheinende *Walt Disneys Lustiges Taschenbuch*, sowie monatlich 138.533 für *Star Wars-Rebels*, 28.352 für die *Simpsons Comics*, bei den Pferde-Magazinen 67.133 für *Lissy* und 71.017 für *Wendy*, 99.729 für *Mosaik* mit der noch in der DDR entstandenen Funny-Serie *Die Abrafaxe*, 49.084 für das populärste Superhelden-Heft *Spider-Man* und 100.000 bzw. 108.125 für die im sechswöchentlichen Rhythmus erscheinenden *Bibi Blocksberg* und *Bibi und Tina* werden insgesamt immer noch bemerkenswerte Auflagen erreicht.¹ Hinzu kommt

1 Zahlen nach www.ivw.eu für das vierte Quartal 2015.

allerdings, dass diese Kindermedien durch Ausleihe und Tausch in der Lage sind, ein weit über den Erstkäuferkreis hinausgehendes Publikum zu erreichen. So gelangt etwa *Micky Maus* mit jeder wöchentlichen Ausgabe nach Befunden der Kids-Verbraucheranalyse des Egmont Verlags an ca. 630.000 Leser*innen (Ihme 2010: 4). Des weiteren zeigt ein Blick auf die Comic-Bestseller im Buchhandel, dass die Breite und Vielfalt des Angebots zwar von der Vielzahl der Titel für Erwachsene bestimmt ist, die höchsten Verkaufszahlen aber mehrheitlich mit Kinder-Comics erzielt werden (vgl. Hamann/Hofmann 2015: 107). All dies lässt den Schluss zu, dass Comics in der Mediensozialisation zeitgenössischer Kinder eine nicht geringe Rolle spielen.

Nicht zu übersehen sind in diesem Kontext die Veränderungen in der Präsentation und im Charakter der Heftmedien, wie auch die Verschiebungen in der Gewichtung der unterschiedlichen Printmedien Buch und Heft. Kaum eine der aktuell erfolgreichen Heftserien erscheint mehr ohne einen „Gimmick“ genannte Spielzeugbeigabe. Diese vom Magazin *Yps* in den 1970er-Jahren eingeführte Beigabe ist mittlerweile obligatorisch für die allermeisten Comic-Periodika geworden und betont die ludistischen Aspekte der Comic-Rezeption in besonderer Weise. Der Weg vom reinen Comic-Lektüreangebot hin zu spielerischen und interaktiven Elementen wird auch am Ausbau des Magazincharakters der Heftserien erkennbar, die längst nicht mehr nur Comic-Geschichten bieten; in einigen sind diese sogar in den Hintergrund getreten. Es ist von daher nicht verwunderlich, dass diese Angebotsgruppe in neueren Marktanalysen nicht mehr als Comic-Zeitschriften, sondern als „Kinder- und Jugendzeitschriften mit Comicinhalten“ geführt wird (Hamann/Hofmann 2015: 105).

Andererseits hat die Bedeutung der gewissermaßen längerlebigen Lektüreangebote und der Buchpublikationen unter den an Kinder adressierten Comics europäischer und nordamerikanischer Herkunft erkennbar zugenommen. Dies wird nicht zuletzt deutlich an einem ausgesprochenen Klassiker und Bestseller des Kindercomic, dem seit 1967 erscheinenden *Walt Disneys Lustiges Taschenbuch*, das seit längerem schon monatlich erscheint und dabei eine vergleichsweise hohe Auflage konstant hält. Obgleich im Zeitschriftenhandel vertrieben, sind diese Taschenbücher – im Gegensatz zu den Heften – über einen längeren Zeitraum in der Backlist greifbar und werden auch nicht remittiert. Daneben sind es die großenteils über den Buchhandel vertriebenen Album-Ausgaben weiterer *Donald Duck*-Geschichten sowie von *Asterix* und von Hergés *Tim und Struppi*, die nach wie vor als viel gelesene Klassiker im Bestand der Kindercomics zu finden sind, wenn gleich diese letzteren mit den älteren Generationen geteilt werden.

Die vermeintlich neue – und von manchen als reine Erwachsenenliteratur angesehene – Strömung „Graphic Novel“ besitzt längst einen festen Platz im En-

semble der einschlägigen kinderliterarischen Angebote. Denn – genauer besehen – finden sich im Bilderbuch für jüngere Kinder nicht nur seit langem Einflüsse des Comics sondern auch eben jene experimentellen und innovativen Elemente grafischen Erzählens, die der später entstandene, auf die Comics bezogene Begriff ‚Graphic Novel‘ für diese reklamiert: Autor*innen wie Maurice Sendak, Alfred von Meysenbug, Wilhelm Schlote, Jörg Müller u.a., in jüngerer Zeit David Wiesner, Nadia Budde, Henning Wagenbreth und Shaun Tan mögen für diese Richtung stehen. Im Zuge der v.a. während des vergangenen Jahrzehnts zu beobachtenden Etablierung des Comic-Romans auch in der Kinderliteratur trat eine Vielzahl von Adaptionen kinderliterarischer Klassiker hinzu, die gegenwärtig das Gros der Angebote an Graphic Novels im Bereich der Kinderliteratur ausmacht (vgl. Dolle-Weinkauff 2011: 326ff.; Giesa 2012). Mehr und mehr kommen aber eigenständige Produktionen auf den Markt, so dass sich eine Lösung vom Erfolgsmodell der Adaption eingeführter Texte hin zu gänzlich neu entwickelten Angeboten abzeichnet (vgl. Wiesner 2014), die aber nicht auf einzelne Titel oder Programmreihen kleinerer, engagierter Verlage, wie etwa des Berliner Reprodukt Verlags, beschränkt bleiben. Dies wird nicht zuletzt deutlich an den bemerkenswerten Publikumerfolgen solcher Texte, die ihre Erzählungen in unkonventionellen, vom Comic abweichenden Konfigurationen von Schrifttext und Bild anlegen, wie etwa die mittlerweile auf 10 Bände angewachsene Reihe *Gregs Tagebuch* (2008-2015) von Jeff Kinney. Im Gegensatz zur illustrierten Erzählung wird hier den zahlreichen, wie zufällig eingestreuten Abbildungen eine für den Textfluss unverzichtbare narrative Funktion übertragen, die eine originäre, hybride Verkettung der verbalen und piktoralen Elemente herstellt, die offensichtlich die Leser*innen in besonderer Weise anspricht: die Kinneyschen Bücher führen immer wieder die Belletristik-Bestsellerlisten an und die Zahl der mittlerweile auf den Markt gelangten Nachahmer geht in die Dutzende.

Wie sich hier zeigt, besitzt die Graphic Novel auch im kinderliterarischen Angebot eine durchaus gewichtige Stellung. Wenngleich die Auflagen nicht an diejenigen in Zeiten der traditionellen Heftkultur heranreichen, so ist doch ein Gewinn an Breite und Vielfalt insgesamt nicht zu übersehen. Dass dem zunehmend auch die Pädagog*innen Rechnung tragen und die unterrichtliche Relevanz betont wird (vgl. Wrobel 2015) stellt einen weiteren Baustein im Ausbau der Einflusszonen dieser Literaturform dar und sollte nicht unterschätzt werden. Dass dabei gerade auch Graphic Novels – und nicht bloß langlebige Serien mit typisierten Figuren – geeignet sind, eine nachhaltige Rezeption und Wirkung zu erzielen, deutet sich zumindest in Einzelstudien an. So ist etwa Jeanette Hoffman (2014) in den von ihr untersuchten Lesetagebüchern auch auf Rezeptionsspuren zweier neuerer Texte, nämlich Émile Bravos und Jean Regnauds *Meine Mutter ist in Ame-*

rika und hat Buffalo Bill getroffen (2009) sowie *drüben!* von Simon Schwartz (2009) gestoßen.



Abb. 2: *Manga: Comic-Bestseller kommen spätestens seit der Jahrtausendwende aus Japan.*
(Montage: Dolle-Weinkauff)

COMICS AUS JAPAN: MANGA

Bis hierher nicht in den Blick geraten ist diejenige Spielart des aktuellen Comics, die nicht nur in den deutschsprachigen Ländern den deutlich größten Anteil am gesamten Comic-Markt besitzt. Die Besonderheiten der Manga, auf denen offenkundig auch ihre Attraktion beruht, treten in einer Reihe markanter Merkmale hervor, unter denen in formaler Hinsicht die gegenläufige Leserichtung und im Leser*innenbezug die betont genderspezifische Adressierung herausragen: den Kern des Angebots machen *shōnen manga* für Jungen und *shōjo manga* für Mädchen aus. Diese Einstufung und die Folgerungen für den potentiellen Einfluss dieser Medien sind allerdings mit Blick auf kinderkulturelle Zusammenhänge zunächst einmal zu relativieren und zu präzisieren. Dabei muss v.a. berücksichtigt werden, dass der weit überwiegende Teil des Manga-Angebots nicht den eigentlichen Kindermedien zuzurechnen ist, sondern sich an Jugendliche und junge Erwachsene richtet (vgl. Schikowski 2010: 29f.). Die in Japan unter der Bezeichnung *kodomo* bekannten, speziell an jüngere Kinder adressierten Manga sind im deutschsprachigen Raum bislang wenig verbreitet. Wie einschlägige Umfragen unter Fans in Frankreich, Deutschland, Italien und der Schweiz zeigen, sind zwar gut 40 % im Alter von 10-14 Jahren erstmals mit Manga in Berührung gekommen,

in der Altersgruppe unter 10 sind dies aber lediglich um die 10 % (vgl. Bouissou u.a. 2010: 257f.). Die primäre Einbindung des Manga in die Jugendkultur wird im Übrigen an den spezifischen Praxen der Manga-Szene deutlich, die diese neben Japanimation und J-Pop als Mittel der Kommunikation und Teilnahme gegenwärtiger globaler Jugendkulturen kultiviert (vgl. Kahl 2012: 2). Das Fremde, das sich gleichwohl auf eine den Jugendlichen wohlbekannte Erfahrungswelt bezieht, erscheint als Faszinosum und besondere Attraktion, in der mangaesken Einkleidung werden eigene Befindlichkeiten, Lebensverhältnisse und Wünsche wieder erkannt und artikuliert. Manga und ihre charakteristischen Figuren stehen im Mittelpunkt zahlreicher Fan-Aktivitäten (vgl. Bouissou u.a. 2010: 259ff.), die sich in Internet-Blogs, in Produktion und Rezeption von Scanlations (Übersetzungen aus dem Japanischen ins Englische von Fans für Fans), auf Fan-Conventions und in den Verkleidungs- und Rollenspielevents des so genannten Cosplay abspielen. Diese Aktivitäten, in denen Fans im Kindesalter nur eine sehr randständige Rolle spielen, gipfeln in einer Amateurzeichner-Bewegung bisher nicht gekannten Ausmaßes, die eine ganze Reihe junger Nachwuchskünstler*innen hervorgebracht hat.

Andererseits ist die Anzahl der für Leser*innen im Kindesalter publizierten Titel zwar relativ gering – jedoch finden sich gerade unter diesen einige der Millionen-Bestseller wie etwa *Sailor Moon*, *Dragon Ball*, *One Piece*, *Inu Yasha* und *Meitantei Conan*. Was hier erneut in Erscheinung tritt ist die Tatsache, dass Comics als Kindermedien angesichts einer überschaubaren Titelzahl gegenüber den Angeboten für Jugendliche und Erwachsene eine geringere Rolle zu spielen scheinen, ihre Wirkungsmacht aber durch besonders hohe Auflagen einiger weniger Titel erreichen.

Die eigentliche Einführung und nachhaltige Verankerung des Manga in der Kinderkultur wird ganz wesentlich durch dessen Einbindung in einen Medienverbund erreicht, innerhalb dessen das Kinderpublikum den Manga-Stoffen zuvor in anderen Medien begegnet: „Today’s children often become familiar with [...] anime, video or computer games before reading their first manga“ (Berndt 2008: 302). Befinden sich die Manga in der Produktionskette der japanischen Medienverbünde in der Regel in der Rolle des Primärmediums, welches die Szenarien für Folgeproduktionen liefert, so kommt das Kinderpublikum meist – teilweise schon im Vorschulalter – zuerst mit Manga-Adaptionen in Form von Animationsfilmen (jap.: *anime*) und in der Folge mit Spielzeug und Merchandising-Artikeln in Berührung. In Fluss geraten sind auch die Übergänge zum Videospiel und anderen populären Spielmedien: Mit *Pokémon* (jap. seit 1996) und *Legend of Zelda* (dt. seit 2009) sind originäre Game-Szenarien in den Bereich der populärsten Comic-Serien vorgedrungen, während sich ausgehend von den Manga-Serien *Yu-Gi-Oh!* (dt. seit 2003) und *Beyblade* (dt. seit 2003) außerordentlich populäre Sammel-

karten- bzw. so genannte Kampfkreiselspiele entwickelten. In ihrer initiierenden Wirkung sind allerdings die Anime ungeschlagen: In der bereits erwähnten Umfrage in mehreren europäischen Ländern geben über 90 % an, den Manga-Stoffen zunächst in japanischen Zeichentrickserien im Fernsehen begegnet zu sein (Bouisou u.a. 2010: 258). Pellitteri spricht daher nicht zu Unrecht von einer „inherent multimediality“ des Manga (Pellitteri 2010: 75), die eine Reihe weiterer Medien, darunter auch die Computerspiele einschließt und die Ausgangsbasis der einschlägigen Jugendkulturen darstellt. Betrachtet man – wie etwa Marc Steinberg (2012) – diesen Komplex der Medienkonvergenz nicht in erster Linie als Manga-Medienverbund sondern als „Anime’s Media Mix“, so tritt damit zwar der genetische Zusammenhang in den Hintergrund, doch wird hier mit der besonderen Wirkungsmacht des Animationsfilms dessen Einfluss auf die Kinderkultur akzentuiert.

VON DER ERZÄHLUNG ZUM KYARA?

Die hohe Präsenz der Protagonist*innen japanischer Comic-Erzählungen in den Begleitangeboten der Medienverbünde, dem Merchandising wie auch in den Fan-Kulturen, erscheint zunächst nicht ungewöhnlich – nicht zuletzt auch deshalb, weil nicht wenige der Serien die Namen ihrer Heldinnen und Helden im Titel plakativ vor sich her tragen. Sie unterscheiden sich darin auch keineswegs prinzipiell von den populärsten US-amerikanischen und westeuropäischen Comic-Serien, deren Protagonist*innen schon immer gleichsam die Markenzeichen der Produkte bildeten. Allerdings wird in nicht wenigen der Beiträge, die von Heinz Hengst aufmerksam registriert und kritisch beleuchtet wurden (vgl. Hengst 2014), eine besondere Qualität der Handlungsträger japanischer Comics und Zeichentrickfilme für die Kohärenz der Medienverbünde gesehen, wobei die Kategorie *character* einen Schlüsselbegriff darstellt: „„Characters“ verbinden die in den jeweiligen Medienverbund involvierten medialen und nicht-medialen Elemente zu einer dynamischen Einheit“ (Hengst 2014: 152f.). Wenn dem so ist, liegt hier wohl einer der wesentlichen Gründe für die Präferenzierung der Manga gegenüber konventionellen Comics durch die Leser*innen und damit auch für die sich in den westlichen Kinder- und Jugendkulturen seit den 1990er-Jahren geradezu explosionsartig ausbreitende Manga-Konjunktur.

An dieser Stelle scheint es mir angebracht, eine Differenzierung ins Spiel zu bringen, die von der Diskussion in der japanischen Manga-Kritik angeregt ist und dazu beiträgt, das Neue und Andere des hier verhandelten Phänomens zu begründen. Die Streitschrift *Tezuka is dead* (2005) von Gô Itô versteht sich als Beitrag zur Beschreibung des Wandels im japanischen Comic-Fandom und Legiti-

mierung der besonderen Wertschätzung der Manga-Figur. Hintergrund – wie auch Erklärung des merkwürdigen Titels – ist die Problematisierung der engen Verbindung von Erzählung und Figur, die das seit den frühen 1950er-Jahren durch den führenden Mangaka Osamu Tezuka entwickelte und weithin verbreitete Konzept des *story manga* impliziert (vgl. Köhn 2005). Gô Itô beklagt die als selbstverständlich betrachtete Vorrangstellung der Story als mit Blick auf die aktuellen Fan-Praxen anachronistische und die gleichsam autonome Wertschätzung der Figur in ungerechtfertigter Weise abwertende Haltung:

„When story is mentioned, it is often as part of a value structure, that places story or narrative above character. A judgment of the story is thus directly tied to the evaluation of the work itself. On the other hand, pleasure brought about by the characters is avoided as something unfavorable. This is a common hierarchy when talking about manga. Here, however, I will treat both the story and what the reader takes away from the characters equally as ‘mangaesque pleasure’ [...], and I aim to separate out the components of pleasure that we experience when reading manga.“ (Itô: 2011: 73f.)



Abb. 3: Fan-Art-Figurinen von ‚kyara‘ bekannter Manga-Serien.

Quelle: <http://pre14.deviantart.net>

Itô unterscheidet mithin zwischen dem *character* (jap.: *kyarakutâ*) als der Stehenden Figur einer Erzählung, deren streng festgelegte, unveränderliche Eigenschaften den narrativen Zusammenhang der Serie gewährleisten, und dem von ihm so genannten *kyara*, als einer Figur, die sich im kreativen Zugriff der Rezipient*innen von der Narration löst, mühelos in andere Kontexte und Medien übertragen werden könne und daher viel mehr Raum für dessen Imagination biete. Es entwickle sich ein emotionales Verhältnis zum *kyara*, wobei sich die/der Rezipient*in dessen artifiziellen Natur als bloße Konfiguration von Linien auf dem Papier bewusst sei. Der Manga-Fan „fühlt sich von ihrer Präsenz angezogen, sie sind persönlich ansprechbar (mit Eigennamen und Endungen wie *-chan*), und sie bieten sich als willkürlich beschreibbare Projektionsflächen an“ (Berndt 2006: 40).

Obzwar Itô einige neuere Manga, darunter die auch im deutschsprachigen Raum populäre Serie *Fullmetal alchemist* (dt. 2006) von Hiromu Arakawa als Bezugsobjekte seiner theoretischen Ausführungen präsentiert, ist doch offensichtlich, dass es sich bei der Differenzierung zwischen *character* und *kyara* nicht in erster Linie um unterschiedliche Figurenkonzepte sondern um unterschiedliche Haltungen zu Figuren handelt (vgl. Pellitteri 2010: 78). Zwar mögen sich manche Figuren für eine Isolierung aus den narrativen Kontexten und zur Wahrnehmung als *kyara* in besonderer Weise eignen. Auch lassen sich Beispiele für *kyara* finden, die wie *Hello Kitty* von vorneherein keiner Erzählung, sei es in Manga, Anime oder Game zugeordnet sind. Es ist aber nicht zu übersehen, dass im Grunde jegliche im Medienverbund wiederkehrende Serienfigur als *kyara* fungieren kann, wobei dieses Phänomen, so subjektiv begründet es dem Einzelnen erscheinen mag, stets nur als eine kollektive Imagination einer eifrig kommunizierenden Fan-Gemeinde denkbar ist. Sicherlich stellt sich im übrigen mit Blick auf die Verhältnisse in den westlichen Ländern die Frage, ob diese innerhalb der deutlich genderorientiert-männlichen Otaku-Szene Japans aufgetretenen Einschätzungen ohne weiteres übertragbar sind und es ist auch die Frage, inwieweit diese über die Jugendkulturen hinausgehend eine kinderkulturelle Relevanz aufweisen. Allerdings ist nicht von der Hand zu weisen, dass sie mit manchen der etwa bei Hengst (2014) von der Seite der kulturindustriellen Strategien her beschriebenen Trends konvergieren – diese These mag Räume und Fragestellungen für weitere Forschungen eröffnen.

LITERATUR

- Auer, Kristina (2015): Stetig wächst der Leserkreis. Manga in Deutschland 2014. In: Hamann, Volker/Hofmann, Matthias (Hg.): Comic Report 2014. Der deutschsprachige Comic-Markt: Berichte und Analysen. Barmstedt: Edition Alfons, S. 105-108.
- Berndt, Jaqueline (2006): Subculture und Otaku. Manga und Anime in Japan als Nischenkulturen. In: Japanisch-Deutsches Zentrum Berlin (Hg.): Symposium Subculture – Pop culture made in Japan, 22. November 2005. Berlin: Japanisch-Deutsches Zentrum, S. 28-41.
- Berndt, Jaqueline (2008): Considering Manga Discourse. Location, Ambiguity, Historicity. In: MacWilliams, Mark W. (Hg.): Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime. Armonk u.a.: Sharpe, S. 295-312.
- Bouissou, Jean-Marie/Beldi, Ariane/Dolle-Weinkauff, Bernd/Pellitteri, Marco (2010): Manga in Europe: A Short Study of Market and Fandom. In: Johnson-Woods, Toni (Hg.): Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives. London/New York: Continuum, S. 253-265.

- Ditschke, Stephan (2009): Comics als Literatur. Zur Etablierung des Comics im deutschsprachigen Feuilleton seit 2003. In: Ditschke, Stephan/Kroucheva, Katerina/Stein, Daniel (Hg.): Comics. Zur Geschichte und Theorie eines populärkulturellen Mediums. Bielefeld: transcript, S. 265-280.
- Dolle-Weinkauff, Bernd (2011): Comic, Manga und Graphic Novel für Kinder und Jugendliche. In: Lange, Günter (Hg.): Kinder- und Jugendliteratur der Gegenwart. Ein Handbuch. Baltmannsweiler: Schneider Hohengehren, S. 307-332.
- Dolle-Weinkauff, Bernd (2012): Neue Unübersichtlichkeit: Facetten grafischen Erzählens für Kinder und Jugendliche in Bild- und Schrifttext. In: JuLit, Jg. 38, Heft 1, S. 3-10.
- Dolle-Weinkauff, Bernd (2013): *Comic, Manga, Graphic Novel*. In: Tillman, Angela/Fleischer, Sandra/Hugger, Kai-Uwe (Hg.): Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: Springer VS, S. 457-468.
- Dolle-Weinkauff, Bernd (2014): *Comic, Graphic Novel und Serialität*. In: Klingenböck, Ursula/Hochreiter, Susanne (Hg.): Bild ist Text ist Bild. Narration und Ästhetik in der Graphic Novel. Bielefeld: transcript, S. 151-168.
- Giesa, Felix (2012): Große Bandbreite: Comics und Graphic Novels für Kinder. In: JuLit Jg. 38, Heft 1, S. 15-22.
- Heidtmann, Horst (1992): Kindermedien. Stuttgart: Metzler.
- Hengst, Heinz (2014): Am Anfang war die Biene Maja. Medienverbund und Japanisierung der kommerziellen Kultur. In: Weiss, Harald (Hg.): 100 Jahre Biene Maja. Vom Kinderbuch zum Kassenschlager. Heidelberg: Winter, S. 143-165.
- Hoffmann, Jeanette (2014): Rezeptionsspuren von Graphic Novels in Lesetagebüchern. In: Scherer, Gabriela/Volz, Steffen/Wiprächtiger-Geppert, Maja (Hg.): Bilderbuch und literar-ästhetische Bildung. Trier: WVT, S. 123-139.
- Hofmann, Matthias (2015): Freudige Gesichter: Der deutschsprachige Comicmarkt im Jahr 2014. In: Hamann, Volker/Hofmann, Matthias (Hg.): Comic Report 2014. Der deutschsprachige Comic-Markt: Berichte und Analysen. Barmstedt: Edition Alfons, S. 98-108.
- Ihme, Burkhard (Hg.) (2010): Comic! Jahrbuch 2011. Stuttgart: ICOM.
- Itō, Gō/Nakamura, Miri (2011): Tezuka Is Dead. Manga in Transformation and Its Dysfunctional Discourse. In: Mechademia, Heft 6, S. 69-82. [Orig. jap. 2005].
- Jenkins, Henry (2006): Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York/London: NYU Press.
- Kahl, Ramona (2012): Manga – der kulturspezifische japanische Comic?. In: kids + media. Zeitschrift für Kinder- und Jugendmedien. Jg. 2, Heft 2, S. 2-30.
- Köhn, Stephan (2005): Traditionen visuellen Erzählens in Japan. Eine paradigmatische Untersuchung der Entwicklungslinien vom Faltschirmbild zum narrativen Manga. Wiesbaden: Harrassowitz.

- Pellitteri, Marco (2010): *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies, and Identities of Japanese Imagination. A European Perspective*. Latina: Tunué.
- Schikowski, Klaus (2010): Zwischen Tradition, Popkultur und Fernsehen – Der Kindercomic heute. In: Ihme, Burkhard (Hg.): *Comic! Jahrbuch 2011*. Stuttgart: ICOM, 28-31.
- Schikowski, Klaus (2012): Kindercomics in Deutschland: Missverständnisse auf einem nicht vorhandenen Markt. In: Hamann, Volker/Hofmann, Matthias (Hg.): *Comic-Report 2011. Der deutschsprachige Comic-Markt: Berichte und Analysen*. Hamburg: Edition Alfons, S. 60-64.
- Steinberg, Marc (2012): *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Wiesner, Mechthild (2014): Kindercomics 2013. Altbewährtes und neue Trends. In: Hamann, Volker/Hofmann, Matthias (Hg.): *Comic Report 2014. Der deutschsprachige Comic-Markt: Berichte und Analysen*. Barmstedt: Edition Alfons, S. 105-108.
- Wrobel, Dieter (2015): Graphic Novels. In: *Praxis Deutsch. Zeitschrift für den Deutschunterricht*. Jg. 42, Heft 252, S. 4-14.