

Pokemon: Mehr als nur ein Exportschlager

Der Herbst wird heiß, hatte ich Ihnen im vergangenen Editorial abschließend versprochen. Wenige Tage vor Winterbeginn läßt sich jedoch festhalten, daß der Herbst wesentlich kühler als erwartet ausgefallen ist. Das gilt vor allem und in erster Linie für den damals hochaktuellen Kontext der "Foundations of Excellence". Zwar erhitzen sich, wie prognostiziert, im Vorfeld des Sondierungsprogramms und damit im Frühherbst die Gemüter, aber nach einer lebhaften, wenn auch recht kurzen Diskussionsphase folgte sogleich - und zumindest für mich unerwartet - die Zurücknahme des Projekts. Aus thermostatischer Sicht verhinderte wohl die Isolierung (Isolation) des Projekts einen geregelten Wärmeaustausch, und dabei baute sich zuviel Druck auf. Schließlich wurde einfach darauf verzichtet, die Ventile zu öffnen, und das gesamte Projekt zerplatzte, ziemlich klanglos allerdings.

Auch in Österreich zeigte sich der Herbst eher von seiner ruhigen Seite. Das Jubiläum von 130 Jahren offizieller japanisch-österreichischer Beziehungen spielte sich so ruhig ab, daß es von der Öffentlichkeit nahezu unbemerkt blieb. Die auch in diesem Jahr wieder stattgefundenen Gastpräsentationen japanischer Nachwuchsregisseure bei der Viennale sorgten für die gewohnten, aber auch kurzen kulturellen Leuchtfeuer. So wäre der Herbst eher unspektakulär verlaufen, hätte nicht ein kleiner gelber Kerl für Schlagzeilen gesorgt.

Die Rede ist von Pikachu und seinen Pokemon-Kollegen, Protagonisten des aktuellen Renners aus dem Hause Nintendo. Die ANA fliegt mit ihnen, Burger King hat sie schon lange, Kellogg's auch, und Millionen von Kindern in Japan, Europa und den USA setzen alles dran, sie alle zu haben. *Time Asia* widmete ihnen ein Titelheft, CNN eine umfangreiche Reportage, die Financial Tribune einen liebevollen Artikel, und auch in den deutschsprachigen Medien treten sie zunehmend in Erscheinung. Deutlich zeigt sich an diesem Exportschlager, wie sehr Japan derzeit über seine Populärkultur wahrgenommen wird. Davon profitiert die Japanologie nicht unbeträchtlich. Früher waren es Zen, Kampfsport-erfahrungen und der Reiz des Exotismus, die als ausschlaggebende Faktoren am Beginn eines Japanologiestudiums standen. Gegenwärtig werden

sie allmählich von Manga, Anime und Spielsoftware abgelöst. Gleichzeitig wächst das Erklärungsbedürfnis (und damit auch das Interesse der Medien an der Japanforschung) zu den Faktoren hinter der erfolgreichen transnationalen Vermarktung dieser Produkte. Ob die Japanforschung solche Fragen beantworten kann, hängt primär von ihrer eigenen Bereitschaft ab, sich auf diese Themen einzulassen.

Praktisch alle Beiträge zu dieser Ausgabe weisen daraufhin, daß japanologische Forschungsarbeit generell Antworten auf Fragen zu kulturellen Prozessen und Strömungen zu bieten hat. Brigitte Steger setzt sich mit der Tradierung eines populären Ritus und seiner kreativen Umdeutung in der Gegenwart auseinander; Bernhard Scheid weist in seinem Dissertationsabstrakt sowohl auf die kulturellen Ressourcen als auch auf die Intentionen der sozialen Akteure und Zielgruppen hin, die zu frühen Kanonisierungsversuchen des Shinto führten. Auch die Rezensionen zur Kulturgeschichte des *ken*-Spiels, zum Verhältnis von Arbeit und Freizeit und zur Takarazuka-Revue verdeutlichen die Präsenz populär- und alltagskultureller Aspekte in den Forschungsagenden der Wiener Japanologie.

Ein weihnachtliches Special finden Sie in der Heftmitte in Form einer Sondernummer. Katja Losert hat sich auf diese kreative Weise dem Phänomen Uno Chiyo genähert. Bleibt mir nur noch übrig, Ihnen die besten Wünsche für das kommende Jahr 2000 vom AAJ-Vorstand und seinem derzeit in Japan weilenden Präsidenten, Roland Domenig, zu übermitteln. Diesem kann ich mich nur anschließen, und ich hoffe, Sie auch im kommenden Jahrhundert wieder unter unseren Lesern begrüßen zu dürfen.

Wolfram MANZENREITER