

## EDITORIAL

Die Produkte der japanischen Populärkultur erfreuen sich seit den 1980er Jahren auch außerhalb Japans einer stetig steigenden Beliebtheit und sind zu einem festen Bestandteil eines globalisierten Kulturkonsums geworden, der nicht nur die Kassen der jeweiligen Produzenten klingeln läßt, sondern auch maßgeblich das Bild Japans und seiner Kultur prägt. Für die jüngere Generation, die mit den Produkten der japanischen Populärkultur aufgewachsen ist, sind Manga, Anime und japanische Computerspiele eine ebenso große Selbstverständlichkeit wie japanische Autos und Elektronikgeräte oder der Besuch eines Sushi-Lokals für die nicht mehr ganz so junge Generation. Nicht nur die Produzenten der so genannten Kreativindustrie haben die wirtschaftliche Bedeutung des globalen Marktes erkannt, auch die japanische Regierung hat mittlerweile das Potential der japanischen Populärkultur als *soft power* entdeckt. Was früher von den offiziellen Vertretern Japans eher geringschätzig betrachtet wurde, wird heute von diesen stolz als integraler Bestandteil der japanischen Alltagskultur international zur Schau gestellt und mit Schlagwörtern wie „J-Culture“, „J-Cool“ oder „Cool Japan“ weltweit vertrieben.

Der globale Aspekt der japanischen Populärkultur zeigt sich nicht zuletzt auch in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit populärkulturellen Phänomenen aus Japan. Die vorliegende Ausgabe präsentiert Arbeiten von Forschern aus Deutschland, der Schweiz/Großbritannien, Italien/Okinawa und den Vereinigten Staaten. Es ist reiner Zufall, dass drei der vier Aufsätze auf Englisch sind, es mag jedoch helfen, dass diese Ausgabe eine „globalere“ Leserschaft als üblich findet.

Im ersten Beitrag untersucht Fabio Gygi unter Bezugnahme auf Derridas „*hauntology*“ der Japaner liebstes Filmmonster Godzilla als Metapher für unterdrückte Erinnerungen an den verlorenen Krieg. Die Godzilla-Filme sind ein Beispiel dafür, wie sich ein nationales Trauma in der Populärkultur seinen Weg aus der Verdrängung ins Bewußtsein der Bevölkerung bahnt und die (scheinbare) Ordnung in Frage stellt.

Die Metapher des „Monsters“ wurde von Kritikern auch auf die so genannten Idols der Filmproduktionsgesellschaft Kadokawa Eiga angewandt, die ab Mitte der 1970er Jahre mit einer für Japan

neuen Blockbuster- und Mediamix-Strategie zur erfolgreichsten japanischen Filmproduktionsfirma aufstieg. Alex Zahlten zeichnet den steilen Aufstieg und tiefen Fall des charismatischen Begründers des Kadokawa-Filmimperiums, Kadokawa Haruki, nach und untersucht, welche Gründe für den Erfolg der Kadokawa-Filme ausschlaggebend waren und warum die Kadokawa-Strategie so revolutionär für das japanische Kino war.

Die von Kadokawa mitinitiierte internationale Öffnung des japanischen Kinos erreichte zu Beginn des neuen Jahrhunderts mit dem so genannten *kanryū*-Boom einen neuen Höhepunkt. Der außergewöhnliche Erfolg von (süd)koreanischen Fernsehserien und Kinofilmen vor allem beim weiblichen japanischen Publikum, führte zu einer Gegenreaktion, die ihren Ausdruck u. a. in einer Reihe von anti-koreanischen Manga fand. Silvia Tartarini untersucht die Ursachen des japanisch-koreanischen Manga-Streits und zeigt auf, welche bedeutende Rolle der Populärkultur auch im politischen Diskurs zukommt.

Im abschließenden Beitrag betrachtet Anne McKnight den Rückgriff japanischer Populärkultur auf Barock und Rococo anhand von zwei Beispiele, dem Manga-Bestseller *Rosen von Versailles* von Ikeda Riyoko, der 1972, unmittelbar nach dem Scheitern der japanischen Neuen Linken, im vorrevolutionären *ancien régime* Frankreichs eine alternative Lesart von Revolution ermöglichte, und den Film *Shimotsuma monogatari* aus dem Jahr 2004, dessen junge Heldin aus der tristen Gegenwart einer japanischen Kleinstadt des 21. Jahrhunderts in eine von ihr geschaffene Rococo-Traumwelt zu entfliehen versucht.

Ein verbindendes Element läßt sich in den vier Beiträgen erkennen, nämlich das Problem von Historizität bzw. das Verhältnis von Populärkultur zur Geschichte, die – je nachdem – verdrängt, negiert, revidiert oder imaginiert wird.

Ich wünsche eine ebenso anregende wie unterhaltsame Lektüre der Beiträge dieser Ausgabe über unterschiedliche Aspekte der japanischen Populärkultur,

Roland Domenig