

Lukas R.A. Wilde

Im Reich der Figuren

Meta-narrative Kommunikationsfiguren und die
›Mangaisierung‹ des japanischen Alltags

HERBERT VON HALEM VERLAG

Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades Doktor der Philosophie in der Philosophischen Fakultät der Eberhard Karls Universität Tübingen vorgelegt von Lukas R.A. Wilde, geboren am 04. Oktober 1983 in Frankfurt am Main

2018

Gedruckt mit Genehmigung der Philosophischen Fakultät der Eberhard Karls Universität Tübingen

Dekan: Prof. Dr. Jürgen Leonhardt

Hauptberichterstatter: Prof. Dr. Klaus Sachs-Hombach

Mitberichterstatter: Prof. Dr. Klaus Antoni; Prof. Dr. Stephan Packard

Tag der mündlichen Prüfung: 29.03.2017

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Lukas R.A. Wilde

Im Reich der Figuren.

Meta-narrative Kommunikationsfiguren und die ›Mangaisierung‹ des japanischen Alltags

Köln: Halem, 2018

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2018 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-282-8

ISBN (PDF): 978-3-86962-283-5

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im

Internet unter <http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

UMSCHLAGILLUSTRATION: Kilian Wilde, www.wilde-grafik.com

SATZ: Herbert von Halem Verlag

LEKTORAT: Rabea Wolf

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

1.	IM REICH DER FIGUREN	13
1.1	Hinweisschilder und Figurendarstellungen in Japan	16
1.2	Figuren vs. <i>kyara</i> : Zum Forschungsstand	27
1.3	Verortung und theoretische Ausrichtung	38
1.4	Aufbau der Monografie	47
2.	KOMMUNIKATION	51
2.1	Medienbegriffe	52
2.2	Kommunikationsbegriffe	61
2.3	Kommunikatives Verstehen	75
3.	BIDLICHKEIT	82
3.1	Zeichenhaftigkeit	85
3.2	Bildobjekte und ikonische Kategorisierung	94
3.3	Piktogrammatik	115
3.4	Vorprädikative Bildkommunikation	137
4.	NARRATIVITÄT	157
4.1	Fiktionalität/Fiktivität	160
4.2	Transmediale »Narrativitäts«-Begriffe	173
4.3	Doppelte Prädikation	192

5.	BASISNARRATIVITÄT	214
5.1	Grenzen der Narrativität	215
5.2	Partikularisierung und Kontextbildung	233
5.3	Die Funktionen von Figurendarstellungen	246
5.4	Kommunikationstheoretisches Zwischenfazit	255
6.	FIGURENKULTUREN	263
6.1	Kulturhistorische Kontexte	264
6.2	›Kyarakutā‹ und das <i>media mix</i> -System der Nachkriegszeit	269
6.3	Hello Kitty und <i>kyara guzzu</i> -Figuren der 1990er-Jahre	277
6.4	Die Regionalmaskottchenindustrie seit der Jahrtausendwende	283
7.	FIGUREN UND KYARA	290
7.1	Figurentheorie I: Forschungsstand	291
7.2	Exkurs I: Partizipatorische Medienkulturen	314
7.3	Figurentheorie II: Theoretische Fundamente der <i>kyara</i> -Analyse	328
7.4	Exkurs II: Maskottchen und <i>kigurumi</i> -Aufführungen	363
8.	KYARA-KOMMUNIKATION	369
8.1	Meta-narrative Verständigung und autoritäre Niedlichkeit	373
8.2	Fazit, Konklusionen und Ausblicke	380
	Literatur	388
	Register	443

1. IM REICH DER FIGUREN

Wer im Frühjahr 2017 auf der Stammstrecke in München auf eine Bahn wartete, hatte gute Chancen, in den offiziellen Aushängen des AG Bahnhofsmanagements einem bunt gestalteten Plakat zu begegnen (vgl. Abb. 1): »Zu meiner Zeit gab es sowas nicht, damals hat jeder seinen Müll noch in den Mülleimer geworfen« ist hier einer Sprechblase zu entnehmen. Diese ist einem ›anthropomorphisierten ICE‹ der Deutschen Bahn attribuiert, der mit sichtbar schockiertem Gesichtsausdruck eine sich vor ihm abspielende Szene kommentiert: ein völlig verdreckter Bahnhof, in dem ein (jugendlicher?) Übeltäter unachtsam einen Getränkebecher auf den Boden schleudert. Nicht nur die konventionellen Darstellungsmittel von Sprechblase, Bewegungslinien und Soundword (»Ponk!«) lassen sofort an Comics denken, auch die Bildästhetik der Darstellung zieht dieses Register: dicke Umrisslinien, flächige Farben, überzeichnete Körper sowie schließlich das merkwürdige ›cartoonisierte ICE-Wesen‹ selbst mit seinen dicken Augenbrauen und Schnauzbart. Der Anlass der Darstellung ist indessen nicht unbedingt die Erheiterung oder Erbauung der Betrachter_innen, sondern ein konkreter Appell: Ähnlich unangemessenes Verhalten sei bitte zu unterlassen!

Eine solche Instrumentalisierung von ›Comic- oder Cartoon-Ästhetik‹ zur Kommunikation seriöser Anliegen findet sich im Jahr 2017 im deutschen Alltag noch nicht allzu häufig. Vermutlich dürfte dies in anderen europäischen Ländern oder den USA ähnlich aussehen. Vollkommen konträr müsste ein solcher Befund freilich für Japan ausfallen: Unter allen Warn- und Hinweisschildern sowie Gebotstafeln im öffentlichen Raum – sogenannten *hyōshiki* 標識 – lässt sich kaum ein Artefakt finden, das nicht in

Abb. 1

Ein Plakat der DB Station & Service AG Bahnhofsmanagement München



Quelle: Privataufnahme Rosenheimer Platz, München: Juni 2017

ähnlicher Weise bebildert oder illustriert wäre.¹ Dies scheint auch dem Schriftkundigen oft ein sofortiges Verständnis der intendierten Verständigungsabsicht zu ermöglichen. Insbesondere (aber längst nicht nur) ausländische Besucher_innen meinen hier häufig eine »Mangaisierung« des japanischen Alltags« (FISCHER 2008: 66) zu entdecken, die sich in der »urbane[n] Ikonophilie« (ebd.: 64) ganz alltäglicher, zweckdienlicher Verständigungsmittel niedergeschlagen habe. Deutlich wird dies am Umgang mit stilisierten Figuren, denen man spätestens seit der Jahrtausendwende an jeder Straßenecke zu begegnen scheint. Auf Japanisch nennt man solche *kyarakutā* キャラクター bzw. *kyara* キャラ (eine Differenzierung erfolgt später). »Living in Japan today means being surrounded by characters. The streets are overflowing with products featuring popular characters, such

1 In der vorliegenden Monografie wird die Bezeichnung »*hyōshiki*« synonym zu ähnlichen japanischen Ausdrücken wie »*chūihyōji* 注意表示«, »*keikokuhyōji* 警告表示«, »*seisatsu* 制札«, »*shijiban* 指示板« oder dem englischen Lehnwort »*sain* サイン« verwendet.

as Hello Kitty and Pokémon« (SADANOBU 2015: 10). Fast 50 Jahre nachdem Roland Barthes (2003 [1970]) sich von einem »Reich der Zeichen« (ebd.) zu einer fantastischen Fiktion inspirieren ließ, hat Japan noch wenig von seiner besonderen ›semiotischen Faszination‹ verloren (vgl. die Beiträge in IKEGAMI 1991c). Innerhalb vielbeschworener japanischer »Zeichen-Umwelten« (*sain kankyō* サイン環境、ŌTA 1987: 89) lässt sich für ausländische Beobachter_innen insbesondere ein gänzlich anderer Umgang mit piktorialen Figurendarstellungen attestieren, denen man heute buchstäblich an jeder Straßenecke begegnen kann.

Abb. 2

Ein vielfach abgelichtetes touristisches Fotomotiv in Fukuoka



Textanweisung Gedankenblase: »Lasst uns den Hundedreck mit nach Hause nehmen!«; beigefügter Aufruf: »Beim Spaziergang an der Leine!«; Quelle: Anon. [›Marcus‹] 2013

Betrachten wir ein relativ beliebig herausgegriffenes Hinweisschild aus Fukuoka, das von Tourist_innen gerne fotografiert wird und entsprechend auf zahlreichen – ausländischen wie auch japanischen – Reiseblogs zu finden ist.² Es wurde vom Zentrum der öffentlichen Parkverwaltung (Fukuoka Präfektur) angebracht und ist an verschiedenen innerstädtischen Orten zu finden. Ganz ähnlich wie unser Münchner ›ICE-Wesen‹ hat auch hier eine

2 Neben ANON. [›MARCUS‹] 2013 etwa auch bei ANON. [›ALEX‹] 2010; ANON. [›KAROLIEN‹] 2013; ANON. [›RINGŌSAGI-SAN りんごうさぎさん‹] 2015.

dargestellte Figur, ein *salaryman* (ein Büroangestellter), darunter zu leiden, dass sein Wohlbefinden durch unachtsames Verhalten von Passanten beeinträchtigt wird. Der Fauxpas wird exemplarisch vor Augen geführt und szenisch konkretisiert. Beispiele für derlei Hinweisschilder finden sich in Japan buchstäblich zu Hunderttausenden, an beinahe jeder Straßenecke.³ Die Frage, die diese Monografie hieran beantworten möchte, lautet: Wenn Japan sich in den letzten Jahrzehnten zu einem solchen ›Reich der Figuren‹ entwickelt hat, dass sich kaum noch Hinweisschilder *ohne* ›Manga-Ästhetik‹ finden lassen, wie lässt sich mit derlei Figurenbildern kommunizieren? Die sprachliche Doppeldeutigkeit ist durchaus beabsichtigt: Eine Kernthese dieser Monografie lautet, dass ein instrumentelles Kommunizieren *mithilfe* solcher Darstellungen stets impliziert, dass die Rezipient_innenschaft *mit* solchen Wesen – als einer Art *imaginiertem Gegenüber* – kommuniziert.⁴ Im folgenden Abschnitt 1.1 sollen solche Darstellungen von fiktiven Wesen zunächst genauer gegenüber anderen Phänomenbereichen der visuellen Kommunikation (insbesondere Piktogrammen) abgegrenzt werden; daraufhin wird in Abschnitt 1.2 die Problemexplikation vor dem Forschungsstand zum *kyara* (Figuren)-Begriff genauer konturiert. Im Anschluss wird in Abschnitt 1.3 eine Verortung der vorliegenden Monografie vor verschiedenen theoretischen Ausrichtungen geboten und in Abschnitt 1.4 durch einen Überblick über den weiteren Aufbau ergänzt.

1.1 Hinweisschilder und Figurendarstellungen in Japan

Bei der Verwendung von Figuren auf *hyōshiki* scheint zunächst eine große Nähe zu Piktogrammen zu bestehen, die seit vielen Jahrzehnten das Versprechen sprachunabhängiger Verständigung mit sich führen (vgl. ŌTA 1987; MURAKOSHI 2002; ABDULLAH/HÜBNER 2006). Unter der Bezeichnung ›Piktogramm‹ versteht man formelhafte grafische Symbole oder Bildsymbole, die eine bestimmte, zumeist konventionell festgelegte kommunika-

3 Vgl. zu diesem Befund auch einfürend Thaler (2004); Alt/Yoda (2007); Fischer (2008); Miller (2010); Rühle (2010: 49–61); Kuschnig (2011); Nozawa (2013); Christian (2017: 436–505).

4 Diese pointierte Beobachtung stammt von Stephan Packard, dem ich dafür einmal mehr zu Dank verpflichtet bin.

tive Information vermitteln.⁵ Der japanische Piktogramm-Pionier Ōta Yukio definierte deren Spezifik wie folgt: »Wenn man die Besonderheit von Piktogrammen auf einfache Weise benennen wollte, dann wäre dies ihre ›Kommunikationseffizienz [*dentatsu kōka* 伝達効果], ganz ohne Vorwissen, international und unmittelbar verstanden werden zu können« (ŌTA 1987: 18; Übers. L. W.). Häufig ist so auch von »signless signs« (ebd.: 91) die Rede. Ein gutes Beispiel hierfür ist das Zeichen für den Notausgang (ISO 7010), das 1979 von ŌTA erfunden wurde und seit etwa 1987 weltweit eingesetzt wird (vgl. Abb. 3 sowie umfassend ŌTA 1987: 44, 120 - 121, 196 - 199; TURNER 2010; CHRISTIAN 2017: 110 - 112).

Abb. 3

Das international gebräuchliche Piktogramm für den Notausgang, entworfen von Ōta Yukio



Quelle: Turner 2010

Piktogramme nehmen in Japan ebenfalls einen hohen kulturellen Stellenwert ein. Der Soziologe, Kommunikations- und Medienwissenschaftler Aoki Sadashige beispielsweise betrachtet die Piktogramme der Tokyo-Olympiade von 1964 als Ausdruck eines spezifisch japanischen Geistes, »besonders geschickt in höchst kontextsensitiver Kommunikation, ohne sich dabei auf Worte oder Logik zu stützen« (AOKI 2014: 68; Übers. L. W.).⁶

5 Zur Kommunikation mit Piktogrammen und verwandten ›Icons‹ vgl. auch einführend Horton (1994); Barker/Yazdani (2000), insb. McLaren (2000); Abdullah/Hübner (2006); Christian 2009; Wölfel 2009; Christian 2017; aus semiotischer Sicht insb. Krampen (1986, 1988, 1995a, 1995b); Kjølrup (2004). Eine genauere Beschäftigung mit Piktogrammen (und davon zu differenzierenden ›Piktografen‹) erfolgt in Abschnitt 4.3.

6 Zu dem Befund besonderer japanischer Zeichenlebenswelten (*kigōkankyō* 記号環境) vgl. auch die interdisziplinären Arbeiten der Nihon Sain Gakkai, <http://www.sssigns.jp> [10.03.2018].

Die Bedeutungen solcher Piktogramme sind vereinbart und lassen sich gegebenenfalls sogar nachschlagen. Viele piktogrammatische Konventionen gelten international und sind von Institutionen wie der International Organization for Standardization (Ios) verbindlich festgelegt (vgl. CHRISTIAN 2009: 115-122). Ihr kommunikativer Gehalt beschränkt sich zumeist auf eine bestimmte Klassifikation von Objekten, Gebieten oder Verhaltensweisen oder auf klar codierte Aussagen innerhalb enger Anwendungsbereiche.

Demgegenüber stellen Betrachter_innen wohl schnell zahlreiche überraschende Unterschiede an japanischen Figuren-*hyōshiki* fest: Sie präsentieren zumeist höchst individuell gestaltete Wesen (lokale Maskottchen, Fabelgestalten oder andere anthropomorphisierte ›Dingwesen‹). Viele solcher Schilder werden individuell für einen einzelnen Ort angefertigt und stehen in einer deiktischen (unmittelbar verweisenden) Relation zur jeweiligen Umgebung. Sie müssen damit in Interpretationshandlungen von ihren Rezipient_innen über verschiedene Zeichengattungen hinweg erschlossen werden, die hier ineinandergreifen: Schriftanweisungen in den vier (zumeist zusammen eingesetzten) japanischen Zeichensystemen Kanji, Hiragana, Katakana und Rōmaji (lateinische Schrift); Karten, Diagramme und Schemadarstellungen verschiedenster Art (*setsumei-zu* 説明図) sowie eben sehr konkrete ›Bilder‹ besagter Wesen. Oft ist insbesondere das Zusammenspiel dieser unterschiedlichen Zeichenmodalitäten zum Verständnis zentral. Rätselhaft dürfte für den Schriftunkundigen etwa ein Exemplar der sogenannten *metro door sticker* メトロ ドアステッカー des Tokyo U-Bahn Verbunds sein (vgl. Abb. 4). Es zeigt eine Katze, die in einer schließenden Zugtür eingeklemmt wird. Erst der textliche Warnhinweis – grelles Hellbau auf gelbem Grund – verdeutlicht, dass dieses Bild nichts mit Katzen oder etwaiger Haustierhaltung zu tun hat: »Bitte auf die Türen achten!«. Der ›Katzen-Protagonist‹ fungiert hier erneut als eine Art imaginärer Stellvertreter für die Betrachter_innen, die darauf achten sollen, den reibungslosen Zugverkehr nicht zu stören.

Ein ›unmittelbares Verstehen‹ ist also keineswegs gewährleistet, obgleich der japanische Einsatz szenischer Bildlichkeiten häufig als ›Anti-Kryptografie‹ gerühmt wird: »[T]he science of conveying information in a format so easy to decipher that it can be understood with little if any common context or linguistic tools at all« (ALT/YODA 2007: 99; vgl. AOKI 2014: 49). Obgleich das Schrift-Bild-Zusammenspiel für viele *hyōshiki* zentral ist, sind für diese Monografie insbesondere solche Exemplare von größtem Interesse, in denen die schriftlichen Anweisungen selbst demjenigen keine

Abb. 4

Was hat diese Katze in der U-Bahn verloren?



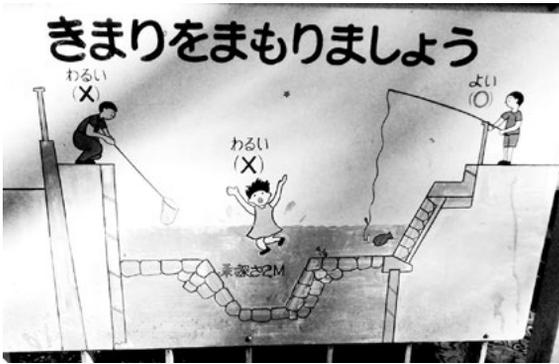
Textanweisung: »Vorsicht vor der Tür!«; Quelle: Anon. [»ChaTo«] 2005; vgl. Alt/Yoda 2007: 147

schnelleren oder eindeutigeren Interpretationen ermöglichen, der des Japanischen mächtig ist. Oft steht hier doch lediglich »*chūi* 注意«, »Achtung!«, oder »*kimari wo mamorimashō* 決まりをまもりましょう«, »Lasst uns die Regeln einhalten!« Welche Regeln dies sein sollen, ist alleine dem Bilde zu entnehmen (vgl. Abb. 5). In humoristisch ausgearbeiteten »Settings« wird hier der offenkundige Missbrauch – oder auch ein peinlicher Fauxpas – direkt vor Augen geführt (vgl. MILLER 2010: 69; RÜHLE 2010: 60). In Abbildung 5 soll etwa gezeigt werden, dass sowohl das Angeln mit Köcher als auch das (gefährliche!) Schwimmen an dieser Stelle unerlaubt sind, nicht jedoch das vorschriftsmäßige Angeln per Rute. Ein Weblog, der »Funny Japanese Street Signs« sammelt (PARKER 2014a, 2014b), kommentiert diesen Fund mit der bewusst humoristischen Fehlinterpretation: »The black >X< and red >O< can be read to mean that if a woman is drowning, you should not attempt to pull her out with a net, but you may continue fishing« (ebd.).

Steffen-Peter Ballstaedt gibt in einem Artikel zur (inter)kulturellen Verständlichkeit technischer Informationsgrafiken einen Hinweis darauf, dass der vielbeschworene »Manga-Zusammenhang« durchaus nicht alleine in der Ästhetik bestehen könnte (vgl. dazu auch ŌTA 1987: 30-32). Er stellt zunächst fest, dass japanische Bildanleitungen im Schnitt wesentlich komplexer aufgebaut sind als in Europa oder den USA:

Abb. 5

Auch wer des Japanischen mächtig ist, muss Bildinterpretation leisten



Textanweisung: »Lasst uns die Regeln einhalten!«; über den Figuren: »falsch«, »falsch«, »richtig«; Quelle: Parker 2014a

»In Japan gehören Comics, die Mangas, zur populären Lektüre, und deshalb vermutet man höhere Kompetenzen in der Bildverarbeitung. In technischen Anleitungen findet man entsprechend viele Bilder in Farben. Die Handlungen sind oft in eine narrative Sequenz mit comicartigen Figuren eingebettet, z. B. bewährt sich ein Vater, indem er für seine Tochter einen Drucker in Betrieb nimmt« (BALLSTAEDT 2011: 434; vgl. zu diesem Befund auch KURODA 2008; MIZUTANI/SCHMELING 2009).

Die Schlüsselbegriffe, anhand derer sich solche Anleitungen ebenso wie *hyōshiki* von Piktogrammen abgrenzen lassen, lauten also »Narrativität« und »Figuren«. Beides muss innerhalb einer »alle Teile des Landes erfassenden visuellen Kultur« (KÖHN 2005: 269) verortet werden, wie Stephan Köhn dies in seinem Standardwerk *Traditionen visuellen Erzählens in Japan* nannte. Zum Erfassen der intendierten Kommunikationsabsichten ist es dabei offenbar unverzichtbar, Strukturen aus Relationen zwischen Akteuren, Requisiten und (richtigen, unangemessenen, peinlichen oder komischen) Handlungen nach kausal-narrativen Zusammenhängen zu erschließen. Dazu gehören in vielen Fällen auch zeitliche Progressionen, Zustandsveränderungen und Ereignisse, auf die das Bild lediglich »anspielt«, da – glaubt man dem Forschungsstand – Zeitlichkeit in statischen Bildmedien stets nur äußerst indirekt angedeutet werden kann (vgl. zur Übersicht etwa SONESSON 1997; GRÜNEWALD 2012; SPEIDEL 2013). Ein Verstehen dieses impliziten Vorhers

und Nachhers ist aber insofern unverzichtbar, als dass das eigentlich Entscheidende häufig gerade nicht gezeigt wird – wie ein zu vermeidender Zusammenstoß im Verkehr (vgl. Abb. 6).

Abb. 6

Der entscheidende Zeitpunkt steht noch bevor!



Textanweisung: »Vorsicht vor Zusammenstößen – GEFAHR!«; Quelle: Parker 2014b

Im Erschließen von *narrativen Zusammenhängen* können die Betrachter_innen – in einer Art perspektivischen Mimesis – auf Wirkungszusammenhänge aufmerksam werden, für die sie im Alltag gleichsam betriebsblind bleiben (vgl. ERNST 2008). Zugleich ermöglichen szenische Darstellungen auf diese Weise die Integration einer großen Menge von Informationen, die sich subjektiv – und je nach Aufmerksamkeit und Interesse – ganz unterschiedlich ›aktualisieren‹ lassen. Dies lässt sich leicht an einer Bilderserie der Japanese Railway (JR) verdeutlichen, in denen jeweils ein ›Katzen-Schaffner‹ namens Manya-kun einem Spektakel der Missgeschicke, Peinlichkeiten und Gefährdungen ausgesetzt ist (teils mit einer deutlich weniger offiziellen Gefährtin namens Manyami-chan). Zahlreiche Passagiere bringen sich hier durch Achtlosigkeit in gefährliche Situationen. Auch der bemitleidenswerte Manya-kun steht dem hilflos gegenüber (vgl. Abb. 7). Die szenischen Darstellungen integrieren zahllose Zusammenhänge, die sich sprachlich nur mithilfe langwierigster Aufzählungen kommunizieren ließen, innerhalb eines einzigen räumlichen Szenarios.

Abb. 7

Die Manya-kun-JR-Plakatserie veranschaulicht je unterschiedliche Konfigurationen aus Verhaltenszusammenhängen



Links, Textanweisung: »Bitte alle aufpassen! Manieren [manners] auf dem Bahnhofsgelände sind wichtig!«; »Wir wollen alle versuchen, das Gelände sicher und angenehm zu nutzen!«; Sprechblase: »Bitte unbedingt unterlassen, in den Zug zu stürmen. Und beim Gehen nicht vergessen, auf die Umgebung zu achten, miau...!«; Mitte, Textanweisung: »Ah! Gefahr!«; Sprechblase Manyami-chan: »Wenn Du auf dem Bahnsteig in »gefährliche Situationen« geraten bist, Notfall-Knopf drücken, miau!« Sprechblase Many-kun: »In den abfahrenden Zug zu stürmen, kann anderen Passagieren Verletzungen zufügen, miau...«; Rechts, Textanweisung: »Während des Laufens Mobiltelefone und Spiele zu verwenden, geht gar nicht!«; Sprechblase: »Oh weh, gefährlich! Es könnte böse Verletzungen geben, miau...!«; Quelle: Privataufnahmen Kokubunji, Tokyo: September 2015 (Montage L.W.)

Eng verbunden mit der Beobachtung einer *szenischen Qualität* solcher *hyōshiki* scheint in jedem Fall, dass hier stets Figurendarstellungen zu finden sind. Der Kulturanthropologe Ian Condry merkte an: »If you haven't lived in Japan, it may be hard to appreciate how ubiquitous the images of characters are. They advertise everything. Cutesy characters often adorn the business cards of employees of serious companies and even government agencies. Sometimes they advertise services for which endearing characters might seem inappropriate« (CONDY 2013: 61). Die in Tokyo ansässigen Grafikdesigner Matt Alt und Yoda Hiroko haben bereits 2007 eine Publikation mit Fotografien von Hunderten von *hataraku kyara* (働くキャラ) (Arbeitsfiguren) zusammengestellt, welche auf Straßenschildern im Einsatz sind. Im Vorwort leiten sie ein:

»[W]orking characters are everywhere: on street signs, tax forms, and instruction manuals; at the post office; in corner stores and supermarkets; adorning the walls of doctors' and dentists' offices; stenciled on the sides of tactical police vehicles; rushing to the scene of a three-alarm blaze along

with the firefighters whose equipment they adorn; in pamphlets at the pharmacy, happily explaining the workings of our circulatory systems, our livers, our hearts, our colons« (ALT/YODA 2007: 9).

Die Bandbreite solcher *hataraku kyara* reicht von Darstellungen verniedlichter, namenloser Bauarbeiter über regional oder landesweit bekannte Behörden-Maskottchen (sog. *yuru kyara* ゆるキャラ, »unperfekte« Figuren, oder *gotōchi kyara* ご当地キャラ, Regionalfiguren, vgl. INUYAMA/SUGIMOTO 2012),⁷ bis zu unmittelbar aus Manga und Anime entliehenen Protagonist_innen. Sie werden oft allesamt unter der Bezeichnung »*kyarakutā*« gefasst. Obgleich es sich bei der Kurzform »*kyara*« zunächst bloß um eine Zusammenziehung »aus der gegenwärtigen Abkürzungsmode heraus« handelt (AIHARA 2007: 121; Übers. L.W.), hat »*kyara*« mittlerweile aber eigene Konnotationen angenommen und wird häufig als Terminus technicus eines *speziellen Figurentyps* eingesetzt (vgl. zur Übersicht ITŌ/NATSUME/AZUMA 2007; SADANOBU 2015; KÖHN 2016a).⁸ Die Mehrdeutigkeit dieser Bezeichnung ist berüchtigt, wie die Japanologin Debra J. Occhi bemerkte:

»The category *kyara* is ambiguous in everyday use and may potentially range from the nameless zoomorphic creatures that are used in posters that prescribe good manners [...], to Hello Kitty (Sanrio Corporation's iconic decorative cat character), the characters of *manga* and *anime*, and even humans who serve in representative roles known as *imeji kyara* (»image characters«)« (OCCHI 2012: 110; Herv. im Orig.).

Für *kyara* besteht damit einerseits eine große Durchlässigkeit zwischen Manga-, Anime-, Light Novel-⁹ und Videospiel-Franchises einerseits und funktionalen, gesellschaftlichen Kommunikationsbereichen andererseits. Tezuka Osamus legendärer Manga- und Anime-Held Tetsuwan Atomu (Astro Boy) ist etwa »im Dienst« der Zollschutzbehörde auf Tafeln zu

7 Mehr zu den historischen Hintergründen, Bedeutungsnuancen und Unterscheidungsparametern dieser Begriffe in Kapitel 6 und 7.

8 Die *Otaku Encyclopedia* von Patrick W. Galbraiths definiert *kyara* – unterschieden von *kyarakutā* – etwa wie folgt: »A highly stylized or simplified character that can be easily reproduced and consumed outside of its original narrative context« (GALBRAITHS 2009b: 125). Kapitel 6 dieser Monografie wird sich aus historischer Sicht, Kapitel 7 theoretisch-begrifflich mit der *kyarakutā/kyara*-Differenz beschäftigen. Ein kurzer Vorgriff erfolgt sogleich in Abschnitt 1.2.

9 Light Novels (*raito noberu* ライトノベル) stellen ein relativ neues und spezifisch japanisches Literaturphänomen dar. Obwohl die Bezeichnung aus dem Englischen entnommen ist, existiert sie nur in Japan. Es handelt dabei um relativ kurze Publikationen voller Illustrationen im Manga- und Anime-Stil, in denen zumeist *kyara* bzw. »characters« – und nicht etwa die Entwicklung einer Handlung – im Vordergrund stehen (vgl. AZUMA 2007a: 45; zur Übersicht vgl. auch EBERSBERGER 2016).

Einreisebestimmungen zu finden: »Mit erhobenem Zeigefinger begrüßt er Japan-Besucher bereits am Flughafen und soll Reisende vom Schmuggeln abhalten« (THALER 2004: 33). Dies ist nur eine Instrumentalisierung von Atomu unter zahllosen: Seit 2016 tritt er beispielsweise auf elektronischen Reisekarten der Kansai Economic Federation (Kankeiren) auf (vgl. Abb. 8).

Abb. 8

Fukushima Shinichi, Vorstand von Kankeirens Tourismusabteilung, präsentiert die ›Anstellung‹ der berühmten Manga- und Anime-Figur Tetsuwan Atomu



Quelle: Kyodo 2016

Auch die umgekehrte Bewegung ist denkbar, wie anhand des ›Aufstiegs‹ von Tobidashi-kun 飛び出しくん (bzw. Tobidashi-bōya 飛び出し坊や) gezeigt werden kann (vgl. Abb. 9). Es handelte sich zunächst um eine piktogramatische Kommunikationsfigur zur Warnung vor spielenden Kindern im Straßenverkehr, die seit den 1970er-Jahren japanweit eingesetzt wird. Tobidashi-kun konnte seit der Jahrtausendwende auch Berühmtheit als Regionalmaskottchen erlangen, tritt nun selbst in TV-Shows auf und zog zahllose Wellen von Merchandisingprodukten nach sich (vgl. PARKER 2014b sowie umfassend SEKI SHOW 2016). Hier scheint eine Schwelle überschritten, die intuitiv ebenso plausibel erkenntlich wie schwer präzise zu benennen ist: die Schwelle zwischen Piktogramm und Figur. Alexander Christian schreibt in seiner aktuellen Monografie zu erstgenanntem Bereich: »[Piktogramme] eignen sich weniger gut als Maskottchen, was sich schon alleine daraus ableiten lässt, dass sie keine Namen tragen und so-

mit keine Individuen sind, was sie nicht gerade für die Protagonistenrolle einer begleitenden Narration qualifiziert« (CHRISTIAN 2017: 441f.). Wie aber ›wird‹ eine piktoriale Zeichenkonfiguration ein ›Individuum‹, und wie konnte Tobidashi-kun diese Schwelle gerade ohne begleitende Narration scheinbar dennoch überwinden?

Abb. 9

Tobidashi-kun, eine ›Warnung vor spielenden Kindern‹ mit Persönlichkeit



Quelle: Parker 2014b; vgl. Seki Show 2016: 66 (Montage L.W.)

Zugleich haben wir es hierbei mit einem Typ von Hinweisschildern zu tun, in dem (gegenüber den zuvor diskutierten szenischen *hyōshiki*) gerade *keinerlei* räumliche Situation dargestellt wird. Stattdessen sind hier ausschließlich *kyara* auf leerem bzw. einfarbigem Schildgrund mit attribuierten Textanweisungen zu finden. Bekannte Beispiele für häufig so eingesetzte fiktive Prominente sind etwa Pipo-kun, das bereits seit 1997 existente Maskottchen der Polizeihauptdirektion Tokyo (vgl. CHRISTIAN 2017: 471 - 481), oder Kasutamu-kun, Mr. Custom, ein fiktiver Repräsentant des japanischen Zolls. Obgleich solchen ›arbeitenden Figuren‹ zumeist auch in szenischen *hyōshiki* eine herausragende Rolle zukommt, möchte ich diese zweite Gruppe von Schildern unter der Bezeichnung ›*kyara-hyōshiki*‹ gesondert behandeln. Von ›Narrativität‹ dürfte hier kaum noch die Rede sein, obgleich auch hier fiktive Figuren zu sehen sind. Der ›Figur‹- bzw. ›*kyara*‹-Begriff muss darum angesichts des Korpus als der grundlegendere erachtet werden, da sich kaum szenische Bilder

ohne Figurendarstellungen denken lassen. Die Forscher_innen, die sich dieses Phänomens bereits angenommen haben, sprechen sich jedenfalls gegen eine allzu vorschnelle Kritik aus, welche alleine an der Ästhetik ansetzt. *Kyara* erfüllen kommunikative Funktionen: »They have a job to do! [...] They exist to enhance communication of information, concepts and even emotion« (ALT/YODA 2007: 11; vgl. OCCHI 2018).¹⁰ Und dies betrifft nicht nur die fiktiven *celebrities*, sondern umso mehr jene Wesen, die Alt und Yoda als »the proletariat of the Japanese character world« bezeichnen (ALT/YODA 2007: 10). Anders als Maskottchenstars, die auch von japanischen Medien breit diskutiert werden, sind *hataraku kyara*, *working characters*, in der Gesellschaft so ubiquitär, dass sie von Japaner_innen kaum noch wahrgenommen werden. »Here, as in so many other situations in Japan, cute characters come to the rescue, acting as faultless *intermediaries* to defuse a potentially delicate situation« (ebd.: 70; Herv. L.W.). Der Anthropologe Nozawa Shunsuke drückt sich in einem Artikel der *Semiotic Review* fast wortgleich aus: »Very often, interestingly, the characters *mediate* those moments that directly or potentially involve service labor« (NOZAWA 2013: n.pag; Herv. L.W.).

Wie aber ist diese ›Mediation‹ zu verstehen? In Publikationen zu *kyara* wird diese besondere japanische Affinität häufig durch eine lange Piktogramm-Tradition und einen besonderen Umgang mit Symbolsystemen, angefangen bei der angeblich ›ideografischen‹ Schrift, begründet (vgl. AOKI 2014: 67). Peter Thaler, Leiter des Pictoplasma-Archivs und Herausgeber mehrerer Bücher zum zeitgenössischen ›Character Design‹, schreibt etwa: »[D]ie Gestaltung von reproduzierbaren figürlichen Darstellungen hat sich in Japan als eigene visuelle Sprache entwickelt« (THALER 2004: 32). Christiane Rühle konstatiert in ihrer leider unveröffentlichten japanologischen Magisterarbeit *Botschaft der Dingwesen. Die Bedeutung der ›Character-Kommunikation‹ in Japan* (2010), man müsse derlei Figuren als »eine Gattung von Zeichen« verstehen (ebd.: 19), welche Umberto Eco's Definition entsprächen, »Informationen zu übermitteln, um jemandem etwas zu sagen oder zu zeigen, dass auch andere es wissen« (ECO 1977: 25). *Characters* seien gar als »die Botschaft vermittelnden Medien in den Kommunikationsprozess involviert« (RÜHLE 2010: 19; Herv. L.W.). Im japanischen Diskurs werden

10 »[T]he rationale for *yuru kyara* and their impact on Japanese everyday life is underreported« (OCCHI 2018: 14; Herv. im Orig.).

kyara ohnehin zumeist als *baitai* 媒体, als *Medien*, vorausgesetzt (vgl. etwa AOKI 2014: 71). Aoki bestimmt die Rollen, welche Figuren in kommunikativen Prozessen zukämen, dahingehend, »keinerlei Worte zu benötigen, nichts festzulegen, emotionaler Kommunikation einen Vorrang einzuräumen und gesichtslosen Produkten und Firmen ein ›Gesicht‹ zu verleihen« (ebd.: 49; Übers. L.W.).

Die Voraussetzungen und Implikationen solcher Thesen werden in der vorliegenden Monografie hinterfragt und auf kommunikations- und medientheoretische Grundlagen gestellt. Noch einmal zugespitzt lautet die zentrale Frage, die damit beantwortet werden soll: Wie lässt sich in alltäglichen Situationen mit fiktiven *kyara* (in beiden Grundtypen von *hyōshiki*, szenischen *hyōshiki* und *kyara-hyōshiki*) kommunizieren? Wie kann der Zusammenhang zwischen dem instrumentellen Zeichengebrauch einerseits und dem *kyara* als einem imaginären oder imaginierten Gegenüber plausibilisiert werden, dem eine Art fiktionales Eigenleben innerhalb eines Kulturraums zuzukommen scheint?

1.2 Figuren vs. *kyara*: Zum Forschungsstand

Medien- und kommunikationswissenschaftliche Forschung zur funktionalen *kyara*-Kommunikation im Alltag existiert bislang nur rudimentär.¹¹ Für das *kyara*-Phänomen selbst verhält es sich anders. Seit etwa der Jahrtausendwende wird Japan ein Aufstieg zur »Figuren-Supermacht« (*kyarakutā senshinkoku* キャラクター先進国, bzw. *taikoku* 大国, TJF 2010: n.pag; AOKI 2014: 23; vgl. auch KAYAMA 2001) nachgesagt. Obwohl Kuresawa Takemi in seiner 2010 erschienen *Kyarakutā bunka nyūmon* (etwa: *Einführung*

11 Akiyama Takashis *Kyarakutā komyūnikēshon nyūmon* (2002, etwa: *Einführung in die Figuren-Kommunikation*) darf bestenfalls zum populärwissenschaftlichen Diskurs gezählt werden. Ergiebiger sind bestimmte Passagen aus Aihara Hiroyukis *Kyara-ka suru nippon* (2007, etwa: *Die Kyara-isierung Japans*), Aoki Sadashiges *Kyarakutā pawā. Yurukyara kara kokuka burandingu made* (2014, etwa: *Character Power. Vom yuru kyara zur Nationalmarke*), einige Artikel von Peter Thaler (2004), Volker Fischer (2008), Laura Miller (2010) und Debra J. Occhi (2010, 2018) sowie eine bemerkenswerte Übersichtsdarstellung von Nozawa Shunsuke (2013). Zu erwähnen sind außerdem zwei leider unveröffentlichte Abschlussarbeiten, nämlich Christiane Rühles Magisterarbeit von 2010 (Japanologie Frankfurt/M.) und Manuel Kuschnigs Diplomarbeit von 2011 (Philosophie Wien). Erst kürzlich erschien eine kommunikationswissenschaftliche Dissertation von Alexander Christian (2017) zu Piktogrammen, die sich auch umfassender mit japanischen *kyara* auseinandersetzt (ebd.: 436-505).

in die Figurenkultur) noch treffend monierte, es existierten kaum Referenzwerke, die solche besonderen ›Figuren‹ grundlegend definierten (vgl. KURESAWA 2010: 1), besteht heute an Entwürfen zur Konzeption dieser »new species« (CHENG/NARAIN/ZIJIA 2007: 1) kein Mangel. In japanischen Publikationen stammen solche beispielsweise von Ōtsuka Eiji (2003), Itō Gō (2005), Aihara Hiroyuki (2007), Odagiri Hiroshi (2010a), Inuyama Akihiko und Sugimoto Masamitsu (2012) oder Aoki Sadashige (2014), im international zugänglichen Bereich von Anne Allison (2006), Azuma Hiroki (2009), Thomas LaMarre (2009, insb. 184-208), Saitō Tamaki (2011a) oder Marc Steinberg (2012, insb. 172 - 204).

Dabei meint die Bezeichnung ›kyara‹ keinesfalls immer das gleiche. Die Bedeutungen reichen, wie der Linguist Sadanobu Toshiyuki in einer Übersicht herausgearbeitet hat (vgl. SADANOBU 2015: 10), von der ursprünglichen Kurzform von ›kyarakutā‹, ›Figur‹ (ein Lehnwort des Englischen ›character‹, das die Protagonist_innen einer literarischen, dramatischen oder filmischen Handlung meint), bis zur kontextualisierten sozialen Rolle (ein »situation-based self«, ebd.: 13). Dem letzten Begriffsfeld zufolge nehmen reale Personen gewissermaßen auch selbst stereotype kyara-Rollen ein. Solche (häufig soziologisch, linguistisch oder psychoanalytisch untersuchte) Aspekte werden in dieser Monografie nur am Rande interessieren (einschlägig wären hier etwa SENUMA 2007, 2009; OGIUE 2008; DOI 2009; OKAMOTO Y. 2009; SAITŌ 2011b, aber auch Teile von AIHARA 2007, insb. 63 - 89, 119 - 137).¹² Die vorliegende Monografie behandelt vor allem dargestellte, aber irgendwie spezifische Figurentypen. Der »regelrechte [...] Publikationsboom zum Thema characters« (KŌHN 2016a: 88) war zunächst durch deren neuerliche wirtschaftliche Bedeutung bestimmt. Wurden Figuren aus Manga oder Anime zunächst durch Lizenzvergabe als *promotion media* zweitverwertet, ist ihre Nutzung mittlerweile zum eigentlichen Marktwert geworden (vgl. RIKUKAWA/NISHIOKA 2006; INUYAMA/SUGIMOTO 2012; MAYNARD 2015). »[C]haracter [...] sind mitten in der japanischen Gesellschaft angekommen, generations- und geschlechtsübergreifend« (KŌHN 2016a: 88; Herv. im Orig.), schreibt

12 Auch viele als ›kommunikationswissenschaftlich‹ bezeichnete kyara-Studien fallen in diesen Bereich, insoweit sie sich aus linguistischer Sicht mit Veränderungen der Rollen-Sprache, der sog. *yakuwari-go* 役割語, beschäftigen (vgl. KINSUI 2003, 2011; bzw. mit Bezug zu kyara-Rollen SADANOBU 2007, 2011; einen umfassenden Überblick über dieses Forschungsfeld bietet Sadanobus englische Kolumnenserie »An Unofficial Guide for Japanese Characters«, 2010).

der Japanologe Stephan Köhn im Jahr 2016. Etwa seit der Jahrtausendwende kommt kaum eine japanische Gemeinde, keine Behörde und kein Amt mehr ohne repräsentativen *kyara* aus.¹³ Dargestellt werden diese nicht mehr alleine durch Zeichnungen, sondern vermehrt auch durch Schauspieler_innen in *kigurumi* 着ぐるみ (Ganzkörper-Kostümen). Abbildung 10 zeigt beispielsweise Kumamon, eine der aktuell prominentesten Maskottchenfiguren. Am 28. Oktober 2013 traf dieser fiktive Repräsentant der Präfektur Kumamoto auf den japanischen Tennō (Kaiser) Akihito und die Kōgō (Kaiserin) Michiko, als jene der Präfektur einen offiziellen Besuch abstatteten. Kumamon trat hier als ›Botschafter‹ der Präfektur auf und präsentierte den Würdenträgern vor Publikum und weiter Medienberichterstattung seinen »signature fast-tempo dance« (MAYNARD 2015: 372; vgl. OCCHI 2018).

Eine Besucherin eines Maskottchenfiguren-Großevents drückte ihr Erstaunen dergestalt aus:

»Some countries have an unwritten rule: Cute mascots should not venture beyond the amusement park or sports stadium. But Japan is a land where these fuzzy creatures roam free: where no town is too small, no product too plain, no PR campaign too obscure to miss out on having its own mascot« (SCHAUERTE 2012: n.pag).

13 Vgl. einführend Rühle (2009, 2010); Occhi (2010, 2012, 2014); Harrison/Harrison (2011a); Maynard (2015); Wilde (2016b). Viele der folgenden Überlegungen gehen zudem auf einen Vortrag zurück, den Stephan Köhn am 15. November 2014 auf dem Symposium »Mediale Zeitenwende: Interdisziplinäre Forschungsansätze zu Formierung und Wirkung des *narrative turn* in den visuellen Narrationen« an der Universität zu Köln vorgetragen hat: »Paradigmenwechsel crossmedialer Narrative? Mechanismen und Funktionen character-basierter Erzählens in Manga und Light Novel« (vgl. KÖHN 2016a). Für eine humorvolle Einführung in das Thema eignet sich auch die Folge »Japanese Mascots« (Mai 2015) der us-amerikanischen Late Night Show *Last Week Tonight with John Oliver*, vgl. https://www.youtube.com/watch?v=C_9EDUVkgio [10.03.2018] sowie anon. [»KK Miller«] (2015).