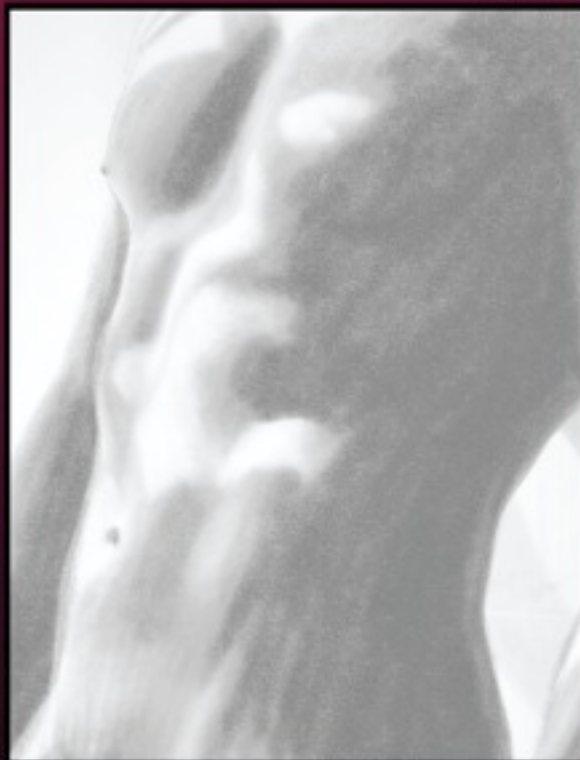


FUJOSHI

Nutzen und Gratifikation bei Boys' Love Manga in
Japan und Deutschland

腐
女
子



Björn-Ole Kamm

Universität Leipzig

Fakultät für Geschichte, Kunst- und Orientwissenschaften
Ostasiatisches Institut – Japanologie

– FUJOSHI –

**NUTZEN UND GRATIFIKATION BEI BOYS' LOVE
MANGA IN JAPAN UND DEUTSCHLAND**

Magisterarbeit
eingereicht von

Björn-Ole Kamm
(Juni 2008 für v1.1)

Gutachterin
Prof. Dr. Steffi Richter

Gutachterin
Prof. Dr. Jaqueline Berndt

Vorwort

„Swing, though, started in the wrong place. He didn't look around, and watch and learn, and then say, 'This is how people are, how do we deal with it?' No, he sat and thought: 'This is how the people ought to be, how do we change them?'

– Pratchett (2002:164)

Es gibt viele unterschiedliche Wege, sich einem Phänomen anzunähern. Ich selbst bin fasziniert von Erkenntnistheorie und allen Fragen der Konstruktion sozialer Realität. Realitätsvermittlung und Realitätswirkungen von Medien sind zwei Bereiche, mit denen ich mich in den vergangenen Jahren oft auseinandergesetzt habe. Viele Elemente dieses Feldes sind eher philosophischer Natur als sozial- oder direkt medienwissenschaftlicher. Für das vorliegende Projekt habe ich mich jedoch bewusst dazu entschieden, den Mantel des Kommunikationswissenschaftlers anzulegen. Der Grund dafür ist, dass ich vom Prinzip der Angemessenheit überzeugt bin. Kurz gesagt bedeutet dies, dass allein Forschungsfrage und Untersuchungsgegenstand die Methode der Annäherung bestimmen. In der vorliegenden Arbeit geht es um Rezipienten, Mediennutzung und Nutzungsmotive — das heißt, es geht um mehr als das *de facto manga*, das man in Händen hält, sondern auch um die gesellschaftlichen, insbesondere aber um die situativen und persönlichen Kontexte der Mediennutzung. Seit über vierzig Jahren wird dieser Bereich in den Kommunikationswissenschaften versucht, theoretisch und methodisch zu bearbeiten — man kann also auf ein großes Repertoire zurückgreifen. Die bestehenden Ansätze in diesem Feld wurden dabei immer wieder kritisiert und somit auch weiter entwickelt, um der Forschungsfrage gerecht zu werden — ihr angemessen zu sein. Daher entschloss ich mich, auf diesen Werkzeugkasten zurückzugreifen.

Sowohl die qualitativ orientierte als auch die quantitativ orientierte Forschung über Medien sieht Mediennutzung als etwas Alltägliches an. Alltägliches erfordert eine Erforschung im Alltag. Darauf verweist das obige Zitat, das zwar für Stadtwachen formuliert wurde, aber ebenso auf die Sozialwissenschaften übertragen werden kann. Im Mindesten bedeutet dies, dass man in den Kategorien der Menschen forscht, die man untersuchen möchte — und sich eben nicht nur auf seine eigenen Annahmen verlässt.

Diese Kombination aus Kommunikationswissenschaft und einer eher qualitativen Methodik ließ mich aber mit anderen Ansätzen härter ins Gericht gehen, als ich das von einer anderen Perspektive aus getan hätte. Aber ich denke, dass dies nur der Diskussion und weiterer Erkenntnisse dienlich ist.

Zum Abschluss dieses Vorworts sei gesagt, dass für mich Wissenschaftlichkeit Intersubjektivität bedeutet — die Cultural Studies nennen es Nachvollziehbarkeit. Menschen können nicht ‚objektiv‘ sein, wir können es aber für andere möglich machen, unsere Entscheidungen nachzuvollziehen. Daher lehne ich eine Sprache ab, die vortäuschen soll, der Forscher sei vollkommen distanziert gegenüber dem Untersuchungsobjekt. Zu Zeiten Durkheims war dies eventuell noch nötig — heute ist ein solches Anbieten an die Naturwissenschaften nicht mehr angebracht.

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort.....	i
Inhaltsverzeichnis.....	ii
Tabellenverzeichnis.....	v
Abbildungsverzeichnis.....	vi
Einführung.....	1
1. Begriffe.....	8
1.1 Manga als Medium.....	8
1.1.1 Medium.....	8
1.1.2 Infrastruktur und Sozialität.....	11
1.1.3 Inhaltsleere.....	14
1.1.4 Zusammenfassung.....	16
1.2 Eine Genealogie des BL.....	16
1.2.1 Die Ursprünge: <i>shōnen-ai</i>	17
1.2.2 Yaoi und JUNE.....	21
1.2.3 Boys' Love.....	25
1.2.4 Seme x Uke.....	30
1.2.5 Fujoshi und moe.....	32
1.2.6 Begriffe in Deutschland.....	34
1.2.7 Zwischenfazit.....	37
2. Stand der Diskussion.....	39
2.1 Feminismus: BL als Subversion?.....	44
2.1.1 Pathologisierung und Narzismus: Nakajima Azusa, Yamada Tazuko, Ueno Chizuko.....	45
2.1.2 Psychoanalyse der hübschen Jungen: Matsui Midori, Tanigawa Tamae, Nagaike Kazumi.....	47
2.1.3 Die Möglichkeit der Vielfalt: Fujimoto Yukari.....	50
2.2 Die Frage der Homophobie.....	53
2.2.1 Satō Masaki und der yaoi-ronsō.....	53
2.2.3 Homophobie zur Wertebestätigung: Mizoguchi Akiko.....	54
2.2.4 Medien der Androgynie: Mark McLelland.....	57
2.3 Ablehnung der Forschung.....	59

2.4 Zwischenfazit.....	60
3. Theorie.....	62
3.1 Theoretische Vorüberlegung.....	63
3.2 Mediennutzung- und Gratifikationsforschung.....	66
3.2.1 Der Uses-&-Gratifications-Ansatz.....	67
3.2.2 Schlüsselkonzept I: Publikumsaktivität.....	67
3.2.3 Schlüsselkonzept II: Bedürfnisse.....	72
3.2.4 Schlüsselkonzept III: Feedback.....	75
3.2.5 Schlüsselkonzept IV: Verfügbarkeit.....	76
3.2.6 Zusammenfassung.....	76
3.3 Unterhaltungsforschung.....	78
3.3.1 Unterhaltung und Emotionen.....	79
3.3.2 Motiv oder Rezeptionserleben?.....	81
3.3.3 Flow und Involvement.....	84
3.3.4 Parasoziale Interaktion.....	85
3.3.5 Nutzungsmuster der Unterhaltung.....	87
3.4 Eskapismusforschung.....	89
3.4.1 Eskapismus.....	90
3.4.2 Genusspsychologie.....	93
3.5 Zwischenfazit.....	94
4. Methode: Interviews.....	95
4.1 Die Methode(n) der Befragung.....	95
4.1.1 Qualitatives Interview.....	98
4.1.2 Episodisches Interview.....	99
4.1.3 Transkription und Auswertung.....	100
4.2 Interviews in Japan und Deutschland.....	101
4.2.1 Gesprächspartner.....	102
4.2.2 Gesprächsablauf.....	102
4.2.3 Gesprächsinhalte.....	103
4.3 Fremdinterviews.....	109
4.3.1 Aspekte der Zuwendung und Rezeption.....	109
4.3.2 Aspekte der Produktion.....	110
Fazit und Ausblick.....	112
Glossar.....	115
Quellenverzeichnis.....	122

1. Literatur.....	122
2. Werke.....	135
3. Filme/Fernsehen.....	136
Danksagung.....	137

Anhang

Anhang A1: Beispiele für BL.....	a2
Anhang A2: Bedürfnistypologien.....	a42
Anhang A3: Interview-Zusammenfassungen.....	a45
Anhang A4: Interviewergebnisse.....	a62
Anhang A5: Die Frage der Pornographie.....	a69

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 3-1: Typologie der Publikumsaktivität.....	68
Tabelle A2-1: Klassifikation von Bedürfnisses.....	a42
Tabelle A2-2: Gratifikationen von Medien.....	a43
Tabelle A4-1: Interviewergebnisse.....	a63
Tabelle A4-2: Interviewergebnisse.....	a65
Tabelle A4-3: Interviewergebnisse.....	a67

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 3-1: Referenzmodell zu Renckstorfs Nutzenansatz.....	70
Abbildung 3-2: Bedürfnispyramide nach Maslow.....	73
Abbildung 3-3: Erwartungs-Bewertungs-Modell.....	75
Abbildung A1-1: Lockon.....	a2
Abbildung A1-2: Allelujah.....	a2
Abbildungen A1-3 bis A1-38: <i>Dōjinshi</i> — „Eri, Eri, Lema, Sabachtani?“.....	a3-a40
Abbildung A1-39: <i>Toshishita zeme</i>.....	a41
Abbildung A1-40 und A1-41: Haarige Männer.....	a41

EINFÜHRUNG

Boizurabu ボイーズラブ (*boys' love* oder BL). *Fujoshi* 腐女子 (verdorbenes Mädchen). Diese beiden Begriffe, gefolgt von *otome-rōdo* 乙女ロード (*Maiden Road*) oder *bukuro-kei* ブクロ系, womit man diejenigen meint, die die auf der *Maiden Road* befindlichen Geschäfte und Cafés in Ikebukuro frequentieren, tauchen seit spätestens 2005 immer wieder in Berichten und Zeitungsartikeln auf oder es werden Reportagen dazu gedreht (z.B. TV-Tōkyō 10.06.2006). Worum geht es? Um Frauen, die Liebesgeschichten über zwei Männer mögen. Genauer gesagt, geht es um ihre Kaufkraft, denn der Markt der männlichen *otaku* オタク¹ erscheint abgeschöpft (Kaneda et al. 2007, Hardach 2008). Hier zeigen sich Parallelen zum deutschen Comicmarkt: die Entdeckung und der Import japanischer *manga* ließen einen strauchelnden Sektor mit neuer Kraft erblühen (Tscharnke 2004, Wahl 2005) — auch hier: hauptsächlich weibliche Leser und viele Geschichten über Liebe und Sex zwischen Männern (JETRO 2006b). In Japan besitzt das Thema so viel *traction*, dass ein Webcomic/*manga-blog* über eine solche *fujoshi* nicht nur als Taschenbuch aufgelegt, sondern auch verfilmt wurde (Kojima Ajiko, ab 2006: „*Tonari no 801-chan*“ となりの801ちゃん, Yaoi-chan von Nebenan) — und bei einem ist es auch nicht geblieben. Zudem bot beispielsweise Pop Japan Travel im April 2008 eine *Fujoshi Paradise* (腐女子♥パラダイス) *Tour* an, so dass auch ausländische Fans das Mekka aller verdorbenen Mädchen (Ikebukuro) kennen lernen konnten. Im Februar war die Tour bereits ausgebucht. Während in den 1990er Jahren die Inhalte in dem Sinne im Vordergrund standen (BL-Boom), dass eine Kommerzialisierung des Genres *boys' love* einsetzte, erlebt das beginnende 21. Jahrhundert einen *fujoshi-boom*. Dabei handelt es sich aber nicht um ein ausschließlich japanisches Phänomen. Auch die Videogame-Industrie in den USA startete Projekte, um gezielt weibliche Spieler anzusprechen (vgl. www.fragdoll.com seit 2004; Ubisoft) und sich so die Kaufkraft von Frauen zu Nutze zu machen, während Wizards of the Coast, der Marktführer in Sammelkarten- und Tischrollenspielen (vgl. *Dungeons & Dragons*), dies in seinem Bereich versucht (vgl. Mazzanoble 2007). Im Internet ist gleichzeitig zu lesen: „Nerds are sexy!“ In Japan geht man teilweise soweit, weibliche *otaku* bzw. *fujoshi* als ein neues Geschlecht Frau zu feiern, das die Fähigkeit besitzt durch ein

¹ Andere Schreibweisen: お宅、おたく、ヲタク. Die Erklärung dieses Begriffs könnte Bücher füllen, daher soll unter *otaku* an dieser Stelle ‚extremer Fan‘ verstanden werden. Das englische Äquivalent ist *nerd*. Der Begriff wird oft negativ verstanden, sei es als asozialer Stubenhocker oder potentieller Mörder. Kennzeichnend ist ein datenbankartiges Wissen (vgl. Azuma 2001) zu einem bestimmten Thema: einstens nur *manga*, *anime* und Computerspiele. Heute gibt es auch Auto- oder Gesundheits-*otaku* bzw. wurde der Begriff auch auf andere Interessensgebiete ausgeweitet (Yoshinaga 2007:294).

Hobby wieder genug Energie zu tanken, um eine Karriere zu verfolgen (vgl. Sugiura 2006). Das Geschäft mit und die Diskussion über das Thema blüht.

Auch ich beschäftige mich mit den verdorbenen Mädchen und Frauen, die von sich küssenden und sich liebenden Männern in Hitzewallungen geraten (vgl. *moe* 萌え, Kapitel 1). Mein Zugang zu dem Thema ist dabei identisch mit dem Tanigawa Tamaes 谷川たまゑ (Mizuma 2005:11): Die bisherigen Erklärungen, warum Frauen Fiktionen homosexueller Männer lesen, sind unbefriedigend. Genauer gesagt: Die methodische Herangehensweise ist oft dem Gegenstand nicht angemessen und/oder es besteht ein Mangel an Nachvollziehbarkeit, wie man zu den Ergebnissen gekommen ist. Wim Lunsing (2006) beschreibt die bisherige Vorgehensweise so: es werden eine Handvoll *manga* gelesen, um dann darüber zu philosophieren, warum Frauen erotische Geschichten ohne Frauen lesen. Jaqueline Berndt (2000:7) bezeichnet dies als Hang zur Hermetik. Bedenkt man, dass jeden Monat über 150 Geschichten durch Verlage publiziert (Kaneda et al. 2007:9) und Abertausende von Fans geschrieben und gedruckt oder ins Internet gestellt werden, erscheinen Analysen anhand von ein paar wenigen Exemplaren als nicht aussagekräftig. Auch beschränkt man sich oft ausschließlich auf weibliche Leser, während männliche Rezipienten — seien sie selbst homo-, hetero- oder bisexuell — ausgeklammert werden. Bisherige Erklärungen reichen von der Annahme, dass die Fans zu unattraktiv seien, um einen ‚realen‘ Freund zu finden (vgl. Yoshinaga 2007:82), bis hin zu Vorstellungen, dass sie zu sehr Angst vor ‚realem‘ Sex hätten (Yamada Tazuko 2007) oder sie nicht die Kraft hätten, sich gegen das Patriarchat aufzulehnen und somit in eine Welt der geschlechtslosen Fantasie flüchten müssten (Nakajima 2005). Viele jüngere Forscher/innen (z.B. Kaneda 2007c, Nagaike 2003) haben bemerkt, dass diese essentialisierenden Aussagen weniger erklären, warum sich Frauen diesem Medieninhalt zuwenden, sondern eher Behauptungen über die Gesellschaft darstellen. Das Thema der Frau, die schaut, lässt sich ebenso gut für eine feministische Unterdrückungsnarration instrumentalisieren wie für das Problem, dass die Zahl der willigen ‚Gebärmaschinen‘ sinkt. Es wurde bereits früh angemerkt, dass beide Denkrichtungen das gleiche Frauenbild — der Frau als Negativum — aufweisen (Tanigawa 1993:69f). Generell wird Schritt 2 vor Schritt 1 gemacht: Es wird versucht, die Frage nach dem „Warum“ zu beantworten bevor man die Antwort auf das „Wie“ kennt.

Als Medien- und Sozialwissenschaftler ist man erleichtert zu lesen, dass eine neue Generation von Forscherinnen wie Kaneda Junko 金田淳子 (2005) oder Nagakubo Yōko ながくぼようこ (2005) sowie Autorinnen wie Yoshinaga Fumi よしながふみ (2007) oder Miura Shion 三浦しをん sich aktiv zu Wort melden und auf die Probleme dieser „Warum“-Frage

von außen verweisen. Das Stichwort lautet ‚Äquivalenzkette‘ — ein Begriff, den die Diskurstheoretiker Laclau und Mouffe (1985; 3. Auflage 2006:167f) geprägt haben. Wie z.B. für Weiße in den USA alle Schwarzen gleich sind, sind für Außenstehende alle *fujoshi* gleich, das heißt bestehende Differenzen werden ignoriert (Yoshinaga 2007:83). Es gibt nur eine Form der *fujoshi* und somit auch nur einen Grund der Zuwendung: Wirklichkeitsflucht. Fans, Insider, Autorinnen und Zeichnerinnen halten dem entgegen, dass sowohl für das Genre als auch für die Nutzungsgründe nur ein Begriff ausschlaggebend ist: *tayōsei* 多様性 oder Vielfalt. Dies richtet sich gegen die Vorstellung, dass die Zuwendung sich aus der Persönlichkeit der Rezipienten ergibt (Kaneda 2007c:52f) oder sie etwas Besonderes an sich haben müssten (Miura in Yoshinaga 2007:137). Stattdessen sollte der Konsum (und das Schreiben) von *boys' love* als eine Geschmacksrichtung unter vielen gesehen werden. Sugiura Yumiko 杉浦由美子 (2006) führt zusätzlich Überlegungen über andere Aspekte des BL-Konsums ein, die über die konkrete Rezeption hinausgehen. Für die Mediennutzungsforschung sind dies keine neuen Ideen. Obwohl der so genannten ‚klassischen Kommunikationsforschung‘ weiterhin der Makel anhängt, einer viel zu einfachen Kausallogik zu folgen — Stimulus-Response-Modell — hat sich in den fast 40 Jahren, seit dem diese Kritik das erste Mal von Stuart Hall geäußert wurde, vieles innerhalb der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung getan. Konzepte wie das des aktiven Rezipienten (Blumler & Katz 1974, der *uses & gratifications approach*; Renckstorf 1989, der Nutzenansatz), das Moment der Erwartung bei der Mediennutzung (Palmgreen et al. 1980, der Erwartungs-Belohnungsansatz) und dynamische Prozessmodelle (Früh & Schönbach, der dynamisch-transaktionale Ansatz; Früh 2003b, die triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie) stellen nur eine kleine Auswahl an Theorien dar, die sich vom simplen Wirkungsansatz verabschiedet haben. Diese Modelle sind selbstverständlich nicht perfekt oder gar ‚korrekt‘ — sonst wären sie keine Modelle — sondern stellen sprachliche Hilfsmittel dar, um sich Prozesse und Umstände wie z.B. den Konstruktionscharakter der sozialen Realität von Menschen bewusst zu machen. Gleichzeitig bieten sie explizite Konzepte für z.B. Unterhaltung oder Wirklichkeitsflucht/Eskapismus und somit Referenzrahmen für das Sprechen über Medien und Mediennutzung. In weiten Teilen der bisherigen Diskussion um *boys' love* und *fujoshi* blieben diese Aspekte rein implizit. Dies erhöht die Schwierigkeit, nachzuvollziehen, was genau gemeint ist. Ist beispielsweise Eskapismus ein Bedürfnis oder ein Modus des Rezeptionserlebens? Ist Mediennutzung Teil des Alltags oder treten Menschen aus der Wirklichkeit heraus, um Medien zu nutzen? Bedenkt man, dass heutzutage selbst das ‚Neue Medium‘ Internet bereits für ein Großteil der Menschen zum Alltag gehört (Reitze 2006:69, AGOF

2008:7) — von Buch und Fernsehen ganz zu schweigen — so sollte sich die Forschung ebenfalls dessen bewusst machen.

Ein Vorwurf gegen *boys' love* besteht häufig in mangelnder Realitätsabbildung, insbesondere im Bezug auf die dargestellten homosexuellen Beziehungen. Auch hier bestehen Missverständnisse, die in der Kommunikationswissenschaft lange überwunden sind. Zum einen liegt dieser Forderung nach mehr Realität eine implizite Abbildungstheorie zu Grunde (Früh 2003c:265): es wird (implizit) die Existenz einer abgrenzbaren und erfahrbaren Wirklichkeit angenommen, die unverzerrt abgebildet werden soll. Menschen und somit auch die von ihnen hergestellten Medien hingegen sind selektiv und konstruierend. Welche Bedeutung Menschen den Dingen zuschreiben ist das sich stetig wandelnde ‚Ergebnis‘ eines Prozesses (Blumer 1969:1f). Gleichzeitig ist die Forderung nach einem unverzerrten Abbild nur sinnvoll, „wenn man annimmt, dies würde in dieser Form dann auch die Vorstellungen des Publikums prägen, d.h. zu unverzerrten Realitätsvorstellungen führen“ (Früh 2003c:267). Dies entspricht dem von allen abgelehnten, aber konzeptionell selten abgelegten Stimulus-Response-Modell einer direkten Medienwirkung.

Manga und somit auch *boys' love manga* sind mehr als nur das konkrete Heft oder Taschenbuch, das ich in Händen halte. Sie sind ein soziales Medium, ein Medium im kommunikationswissenschaftlichen Sinne, ein Unterhaltungsmedium. Die eine Seite hat sie zwar als Medium bezeichnet, aber bisher nur vereinzelt den Schritt gewagt, sie theoretisch als solches zu fassen. Die andere Seite, die der Mediennutzungsforschung, tendiert zu einer nordatlantischen Kulturperspektive, das heißt man geht von einer Medienlandschaft aus, in der das Fernsehen der große Symbolproduzent ist, der die Sprache liefert, aus der sich die Menschen ihre soziale Realität formen (vgl. Gerbners Kultivationshypothese). An diesem Punkt des gegenseitigen Defizits soll diese Arbeit ansetzen:

Ich möchte versuchen, die kultur- und regionalwissenschaftlichen Kenntnisse um Unterschiede in der Medienlandschaft mit den Konzepten der Mediennutzungsforschung in Verbindung bringen. Dieser Versuch folgt dem Ruf nach Transdisziplinarität im Bereich der ‚Manga Studies‘ (Richter 2006:210) und dem Ruf nach einem Dialog zwischen Medienwirkungs-/Mediennutzungsforschung und Kulturwissenschaft, wie ihn bereits Blumler (1979) anstrebte und seitdem immer wieder unternommen wird (vgl. Früh & Stiehler 2003).

Ich selbst nehme dabei die mehrschichtige Position sowohl eines Insiders als auch eines Outsiders ein. Insider bin ich in dem Sinne, dass ich selbst *boys' love* lese, aber vor allem, weil ich Praktiker bin. Ich designe Charaktere, sprich schöne Männer, die in tragische

und sexuelle Beziehungen zu anderen schönen Männern verwickelt sind, zeichne sie und verwende sie zwar seltener in Kurzgeschichten, dafür häufiger für Erzähl- und Rollenspiele wie *Dungeons & Dragons* oder *The World of Darkness*². Als Insider teile ich in gewisser Hinsicht die Auffassung, die viele Zeichnerinnen und Autorinnen des Genres in den Sonderausgaben zum Thema BL der Zeitschrift *EUREKA ユリイカ* äußerten: Es macht Spaß, muss man mehr erklären? Dass es vor allem Spaß macht, Geschichten über *boys' love* zu lesen und zu schreiben, spiegelt sich darin wider, dass ich (BL) *manga* als Unterhaltungsmedium betrachte.

Outsider wiederum bin ich, da ich weder in die japanische noch in die deutsche *BL-community* integriert bin. Mir war aber allein durch mein Dasein als *lurker*³ in entsprechenden Internetforen bewusst, dass der soziale Aspekt eine große Rolle spielt — nicht nur bei BL. Daher entschied ich mich für die kommunikationswissenschaftliche Perspektive, da sie genau diesen Faktor der Mediennutzung berücksichtigt.

Mein erster Kontakt zum Genre geschah über die Lektüre von „*Male Homosexuality in Modern Japan – Cultural Myths and Social Realities*“ (McLelland 2000). Das Thema sprach mich an, da ich schon immer den Sinn fester Geschlechterrollen nicht nachvollziehen konnte, die mir vorschreiben, was ich zu tun und zu lassen habe, nur weil ich bei meiner Geburt als ‚Junge‘ identifiziert wurde (vgl. Butler 1991). Von Frauen dargestellte weibliche Männer (Takarazuka-Revue) und androgyne Jünglinge faszinierten mich. Heute stimme ich nicht mehr mit allem überein, was Mark McLelland dazu verfasst hat, aber eine seiner Fragen zu den homoerotischen Geschichten für Frauen halte ich dennoch für angebracht: „[...] few people react with surprise to the fact that male pornography is full of ‘lesbian’ sex. If heterosexual men enjoy the idea of two women getting it on, why should heterosexual women not enjoy the idea of two men bonking?“ (2001:1). Die oben genannte Frage nach dem „Warum“ impliziert nämlich auch, dass Frauen keine Sexualität haben, dass sie z.B. nicht masturbieren. Aber eine Herangehensweise, die BL rein als Pornographie auffasst, verfällt in das gleiche Schema der anderen Analysen, die aus den Texten bestimmte Nutzungsmotive herauszulesen versuchen anstatt sich die tatsächliche Nutzung anzusehen.

Um der angenommenen Vielfalt gerecht zu werden, eigene Wissenslücken zu schließen und um der Forderung zu entsprechen, dass Mediennutzungsforschung nur in den Kategorien der Rezipienten erfolgen kann, entschied ich mich für die Methode des episodischen

² Beispiele sind Malach'athar, Lae'kear und Shae'real, zu sehen auf meiner Seite www.b-ok.de.

³ Ein *lurker* ist jemand, der nur liest, selbst aber keine Beiträge verfasst.

schen (=qualitativen) Interviews. Das Problem hierbei war der Zeitpunkt der Interviews. Für gewisse Erkenntnisse lag ein Großteil der Interviews zu früh im Forschungsprozess — andererseits boten sie mir eine Fülle an Informationen über das Genre und über seine Rezipienten. Dieses Vorwissen erlaubte mir, bereits bestehende Untersuchungen zu und Behauptungen über das Genre und seine Rezipienten auf ihren Gehalt hin prüfen zu können. Ich fällte die Entscheidung, auch Interviews in Deutschland durchzuführen, weil eine der frühesten essentialisierenden Analysen (Buruma 1988; Original 1984) und viele weitere (kürzlich z.B. wieder bei Yamada Tazuko 2007) die Zuwendung über eine Besonderheit der japanischen Gesellschaft begründeten. Diese Interviews dienten somit dem Zweck zu ermitteln, ob in einer Kultur außerhalb Japans die Zuwendung völlig andere Formen annimmt oder nicht⁴.

Während man in Deutschland eine recht klare Einteilung der Subgenre des BL kennt (eine romantische und eine erotische Variante), musste ich feststellen, dass in Japan die für die Subgenre benutzten Bezeichnungen teilweise andere Bedeutungen haben. Zudem sind die im Westen verbreiteten Annahmen über die japanische Verwendung dieser Begriffe auch nicht immer korrekt. Genauso verhält es sich mit bestimmten Konzepten und Konventionen des Genres, die tatsächlich weniger klar und unumstößlicher sind, als viele annehmen. Daher beginnt diese Arbeit auch mit einer ausführlichen Darstellung der Bedeutungsvielfalt dieser Begriffe und Konventionen. Dies soll die Differenzierungen und Verwendungsweisen ebenso klarstellen wie eine kurze Genregeschichte bieten. Davon soll geklärt werden, was unter einem Medium ‚im kommunikationswissenschaftlichen Sinn‘ gemeint ist.

Das zweite Kapitel dient der Vorstellung einiger Beispiele der bisherigen Untersuchungsvarianten. Die ‚Position der Vielfalt‘, wie sie durch z.B. Yoshinaga (2007) oder Kaneda & Miura (2007) vertreten wird und der auch diese Arbeit zuzuschreiben ist, wird nicht in diesem Kapitel behandelt werden. Die Grundannahmen wurden bereits in dieser Einführung umrissen und als Beispiel einer theoretischen und methodischen Herangehensweise soll die Perspektive der Mediennutzungsforschung bzw. der Unterhaltungsforschung dienen. Diese werde ich im dritten Kapitel behandeln.

Das vierte Kapitel ist dem empirischen Teil meiner Untersuchung gewidmet. Hier stelle ich die gewählte Interviewmethode, die Art der Auswertung und die Ergebnisse vor.

⁴ Natürlich gibt es auch eine ‚nicht-japanische‘ Form des BL: *slash fiction*. Die Praktiker beider Formen wissen auch um einander und es gibt gemeinsame Veranstaltungen wie z.B. die Yaoi-Panel-Discussion No. 7 bei der Science-Fiction-Convention „Hamacon2“ 2007 in Yokohama. Aus Gründen des Umfangs kann aber in dieser Arbeit nicht auf *slash* eingegangen werden. Für weitere Informationen siehe z.B. Kustritz 2003.

Letztgenannte werden mit den Konzepten des dritten Kapitels in Beziehung gesetzt. Zusätzlich enthält dieses Kapitel eine entsprechende Auswertung von Fremdinterviews, die von Yoshinaga oder Kaneda und anderen mit Praktikern des Genres durchgeführt wurden.

Der Schluss umfasst ein Fazit meiner Untersuchung und soll einen Ausblick für einen fortschreitenden Dialog in der Forschung bieten.

An den Hauptteil schließt sich in diesem Band der Anhang A an, der ein *manga* als Beispiel enthält, bisher in der Forschung verwendete Bedürfnistypologien umfasst und die Zusammenfassungen und Ergebnisse der Interviews bereithält. Auch ein Exkurs über Pornographie in Japan ist enthalten.

Aus Gründen der zugesicherten Anonymität befinden sich die Transkriptionen der Interviews in einem separaten Band, dem Anhang B.

Anmerkung: Bei der lateinischen Umschrift von japanischen Begriffen und Ortsnamen wurde das Hepburn-System verwendet. Darüber hinaus wurde bei japanischen Eigennamen die für Japan typische Reihenfolge verwandt, bei der der Familienname vor dem Vornamen genannt wird. Alle verwendeten Begriffe finden sich auch im Glossar.

Wenn Sie am Rest dieser Arbeit interessiert sind, dann wenden Sie sich bitte an den Autor:

fujoshi@b-ok.de

Die Publikation dieser Arbeit ist vorgesehen.