



Magisterabschlussarbeit Tanja Christmann (M.A.)

Die Literaturzeitschrift Da Vinci als Spiegel des Paradigmenwandels der japanischen Gegenwartsliteratur

Frankfurt am Main: Magisterarbeit an der J.W. Goethe-Universität, Fachbereich 9: Sprach- und Kulturwissenschaften 2008. 147 Seiten, 52 Abbildungen.

„*Mattaku atarashii jōhō hon no magajin*“ – „Ein völlig neues Infomagazin für Bücher“. Mit diesem Slogan traten im Mai 1994 die Herausgeber von *Da Vinci* (ダ・ヴィンチ) das erste Mal auf der literarischen Bühne auf. Sie hatten ein Literaturmagazin konzipiert, das sich äußerlich und inhaltlich von seinen Vorgängern unterschied. Sie sprachen eine junge Leser-Generation an, die mit der überschäumenden Popkultur der 1980er Jahre aufgewachsen ist, aber auch das Zerplatzen der japanischen Wirtschaftsblase zu verdauen hat. Für diese Generation vermarktet *Da Vinci* nunmehr über zehn Jahre Bücher als moderne Lifestyle-Attribute und Schriftsteller als coole *J-Culture*-Protagonisten. „*Mattaku atarashii jōhō hon no magajin*“ lässt sich aber auch als „Infomagazin für völlig neue Bücher“ lesen. *Da Vinci* wendet sich bewusst von den etablierten Schriftstellern so benannter „hoher Literatur“ (*junbungaku*) ab und öffnet sich unvoreingenommen neuen Themen und Genres: Manga, Mystery, *light novel*, Handy-Romane, Lebensberatung, Beziehungstipps und vieles mehr. Die Herausgeber der Zeitschrift reagieren Anfang der 1990er Jahre, als zu Gunsten der Popmusik (*J-Pop*) eine Stagnation auf dem japanischen Buchmarkt zu verzeichnen war, mit einer Literaturvermarktungs-Idee, die seit 1998 mit dem Schlagwort *J-Bungaku* bezeichnet wird. Lange vor der perfekten *J-Bungaku*-Inszenierung durch den Verlag *Kawade Shobō Shinsha* hat *Da Vinci* bereits das Claim für Bücher und Schriftsteller als ernst zu nehmende Anteilseigner japanischer Medien- und Popkultur abgesteckt, bearbeitet und zur Blüte gebracht.

Die Arbeit stellt die Literaturzeitschrift vor, beschreibt Aufmachung und Inhalt (Mai 1994 bis Dezember 2007). Ein Themenüberblick zeigt Schlagzeilen und Fragen auf, die die japanische Literaturszene und Gesellschaft in den 1990er Jahren und nach der Jahrtausendwende beschäftigt haben. Zwei Aspekte werden zudem herausgestellt und eingehend untersucht. Zum einen *Da Vincis* Umgang mit *ikikata*-Literatur (Lebensberatungs-Literatur) und der Darstellung von Schriftstellern als Ratgeber, die, aus einem reichen Fundus an Lebenserfahrung schöpfend, dem Leser Hilfestellung geben. Zum anderen *Da Vincis* Strategie, angesagte Prominente – Sänger, Schauspieler und Fernsehstars – als Buchkenner und lesebegeisterte Literaturliebhaber in Szene zu setzen. Dafür wird der Begriff „Celebrity-Literatur“ eingeführt und beschrieben. Eine Schlussbetrachtung stellt unter dem Motto „‘Literatur-soulbranding’ à la *Da Vinci*“ heraus, dass ein Paradigmenwandel in der japanischen Gegenwartsliteratur offensichtlich ist: Die Abkehr von der Ōeschens Verehrung renommierter Schriftsteller als Bildungs-Leitkulturträger ihres Landes, und gleichzeitig die Verknüpfung der Literaturszene mit Populärkultur im „Zeichen des großen J“. Tabellen im Anhang verschaffen eine Übersicht zu aktuellen japanischen Literaturzeitschriften, beliebten jungen Schriftstellern des Magazins zur Jahrtausendwende und *Da Vincis* Bücher liebende Cover-Stars.

Tanja Christmann hat ihr Magisterstudium in den Hauptfächern Japanologie und Kunstgeschichte erfolgreich abgeschlossen und ist seit Sommer 2008 Promovendin an der Japanologie Frankfurt.

Kontakt: über das Sekretariat der Japanologie (paulat@em.uni-frankfurt.de)

geändert am 30. August 2012 E-Mail: paulat@em.uni-frankfurt.de

© 2004 Goethe-Universität Frankfurt am Main

Druckversion: 30. August 2012, 15:46

http://www.uni-frankfurt.de/fb/fb09/ophil/japanologie/arbabgeschl/ma_arbeiten_exposees/Christmann-Tanja.html