

Kulturelle Kolonialisierung im Kinderzimmer

Die „Amerikanisierung“ von Comic-Serien und Zeichentrickfilmen

“The typical result of global cultural interaction is the creation of hybrid forms”

LULL 2000, S. 230

Amerikanische Erzählstrukturen

Der „amerikanische Monomythos“, wie ihn Robert Jewett und John Lawrence auch als prägendes narratives Schema für Unterhaltungsmedien darstellten, (JEWETT/LAWRENCE 1977), unterscheidet sich grundlegend vom europäischen Erzähl-Ansatz der „Quest“. Der europäische Held ist auf der Suche, die von der Initiation und Reifung des Helden während seiner Abenteuer bis hin zu seiner Reintegration in die Gesellschaft dargestellt wird (Herakles, Parzival, die Drachentöter von Siegfried bis zu den Grimm’schen Märchen). Der amerikanische Mythos hingegen setzt auf die Erlösung der Gesellschaft durch den Helden, die nicht selten in Selbstopferung (Alamo, Camerone, General Custer) besteht¹. Dementsprechend hat das Genre des Superhelden, dem vor allem die populären Comic-Hefte, seit einigen Jahren aber auch die Zeichentrickkanäle der TV-Networks gewidmet sind, seinen Ursprung in den Vereinigten Staaten.

Umgekehrt besitzt die amerikanisch-städtische Populärmythologie des Comics mit ihren starren Regeln aber auch die große Integrationskraft, die mythologische Systeme von jeher auszeichnet. Ein schönes Beispiel ist die vierteilige Adaption des Mythos von Karl dem Großen in der vierteiligen Mini-Serie „Roland: Days of Wrath“. Der als Versepos – das „Rolandslied des Pfaffen Konrad“ – überlieferte Stoff wird im Nachwort zum besseren Verständnis des Publikums „amerikanisiert“. Als US-Pendant führt man ausgerechnet den reaktionärsten aller Comic-Helden, den im Zweiten Weltkrieg erfundenen Captain America und dessen alter ego Steve Rogers, an: *„Part of the mythology of Charlemagne is that he is merely sleeping in his coffin, and that he will arise in France’s hour of need. Charlemagne is eternally on call, like Captain America. Their public identities doom their personal lives. For Steve Rogers, as with Charlemagne, the war is unceasing heroism is always demanded and never-ending“* (AMAYAIMOON 1999, S. 31, Hervorhebung d. Verf.). Die Unterschiede der erzählerischen Heran-

1 LANG/TRIMBLE 1988 wiesen dagegen aber auf die Vermenschlichung bzw. Amerikanisierung des (oft genug über- oder außerirdischen) Helden als narratives Ziel hin, die dieser eher statistischen Ansicht widerspricht.

gehensweise, der Dramaturgie und vor allem der darstellerischen Mittel lohnen im Übrigen einen Einsatz des Comics im Unterricht – zumal sich gerade hier die Aktualität der Stoffe aus dem Mittelalter offenbart – aber auch deren völlig eigenständige Deutung durch Medienschaffende außerhalb Europas².

Europäische Götter-Importe

Dass diese spärliche Behandlung europäischer Stoffe keinen Einzelfall darstellt, zeigt ein kurzer Blick auf die traditionellen Bilderwelten, deren man sich bedient hat, wenn es darum ging, Kämpfer für die jeweils geltenden US-Werte zu rekrutieren³. Die beiden bekanntesten stammen aus der nordischen (Thor) und griechischen (Wonder Woman) Götterwelt. In der Marvel-Serie „Thor“ werden die nordischen Götter der Freude/des Lichts, Balder, und Heimdall, der Bewacher der Regenbogenbrücke Bifrost an der Seite des Donnergottes ebenso ins Geschehen eingefügt wie der listige Loki, den in der Galerie der Superschurken („super villains“) eine besondere Glaubwürdigkeit durch seinen mythologisch begründeten Hass auf den Helden auszeichnet. Auch die Beziehung Thors zu seinem Vater Odin, deren Bedeutung als eine der wenigen handlungstragenden „Helden mit Elternteil-Konstellationen“ im Comic Daniels herausgestrichen hat (DANIELS 1991, S. 90), trägt zu dieser Amerikanisierung bei. Womit ein wesentlicher Grund für die Annexion traditioneller Bilderwelten durch die US-Zeichner zutage tritt: Anstatt einen neuen narrativen Kosmos zu ersinnen, wird ein bestehendes Erzähl-System sozialer Relationen einfach in die gezeichnete US-Welt übertragen. Übertragung heißt aber in diesem Kontext so gut wie immer Umformung, wie der Umgang mit den zu archaischen Göttern der Nord-

2 Umgekehrt erweist sich die europäische Bearbeitung amerikanischer Stoffe, speziell des Westerns, als – grosso modo – weit detailgetreuer und historisch richtiger, selbst wenn es sich um „funnies“ wie die Serie „Lucky Luke“ von Morris/Gosciny handelt, die sogar eine Art wissenschaftlichen Apparat im Anhang aufweist.

3 Die Möglichkeiten des Comics werden ohnehin (auch aus kommerziellen Erwägungen) gerne ohne Rücksicht auf Plausibilität oder Notwendigkeit erweitert: „Alterniverse“ bzw. die Serie „What if ...?“ von Marvel erfüllen diesen Zweck ebenso wie Konzepte von Parallelwelten („Erde II“) oder der Kunstgriff der DC-„Elseworlds“, in denen Batman gegen Jack the Ripper antritt oder Superman in der UdSSR landet und zum sozialistischen Helden wird (MILLAR/JOHNSON/PLUNKETT 2004).

Kulturelle Kolonialisierung im Kinderzimmer Die Amerikanisierung“ von Comic-Serien und Zeichentrickfilm

männer wie etwa Freya zeigt. Davidsen vermutet wohl nicht ganz zu Unrecht, dass eine Göttin, deren „promiscuity was unparalleled!“ (DAVIDSEN 2001, S. 20) nicht von der damals gerade gegründeten „Comics Code Authority“ goutiert worden wäre⁴. Anstelle dessen allerdings findet man bei Marvel eine Reihe Götter-Figuren, die die nordische Mythologie nicht kennt⁵: So zum Beispiel die zauberkundige Enchantress oder das Kampfer-Trigon Volstagg, Fandral und Hogun. Deutlicher noch wird der rein aus ästhetischen Überlegungen gewählte (weitgehende) Verzicht auf die Darstellung Odins als einäugig bzw. die völlig von der nordischen Bildwelt abweichende Wiedergabe eines glatt rasierten Thor. Lag doch gerade im Schütteln seines Bartes die Fähigkeit begründet, Gewitterstürme zu entfesseln. Dementsprechend irreführend sind angesichts der bewussten Negation ikonographischer Traditionen daher Äußerungen amerikanischer „Comic-Historiker“ wie „*The Mighty Thor became the equivalent of an endlessly extended Wagnerian opera, played out on sets that no impresario could afford to build*“ (DANIELS 1991, S. 126).

Denn viel zu klar tritt die Amerikanisierung der bislang in klaren mythologischen und bildlichen Zusammenhängen verankerten Götter zutage. M. Thomas Inge hat darauf im Zusammenhang mit den „epischen Helden“ der Amerikaner, Davy Crocket und Pat Boone, aufmerksam gemacht, deren Geist er auch hinter dem Wirken der Asen im Comic sieht: „*Comic book heroes have moved away, however, from the masculine worlds of the epic and frontier societies, where drinking and hunting prevail, to the urban society where the impact of industrialism has created the threats of crime, poverty, alienation, and totalitarianism. Their conquests, courtships, adventures, and travels remain central, however*“ (INGE 1990, S. 141 f).

4 1954 vor allem als Reaktion auf das Buch Fredenc Werthams „Seduction of the innocent“ gegründetes Gremium zur Selbstkontrolle der Comic-Inhalte: „Comic books are submitted for approval prior to publication to the Comics Code Authority, which exercises the most severe censorship applied to any mass media. Guidelines prohibit displays of sex, adultery, divorce, drugs, corrupt authority, or unpunished crimes. Submission to the authority requires a medium mainly irrelevant to reality; thus characters escape into a world of fantasy, dominated by super-heroes, a world in which both might and right are on the side of morality“ (INGE 1991, XIV). In Independent Comics wie CAMIPBELL 1996 finden sich daher auch Aufrufe zur finanziellen Unterstützung des „Comic Books Legal Defend Funds“, der Musterprozesse gegen die staatlichen Stellen um mehr künstlerische Freiheit führt.

5 Die häufige Mischung von rein fiktiven Haupt-Charakteren und bestehenden Mythen ist vor allem auch bei beim Independent-Verlag „Chaos Comics“ und deren beiden Heldinnen Lady Death und Purgatori ausgeprägt, die es mit Figuren aus der ägyptischen Mythologie genauso zu tun bekommen wie mit Erzengeln, hinduistischen Göttern oder nordischen Asen. Eine Aufstellung der mythischen Figuren in den beiden Comic-Reihen bietet <http://www.mythologische-tafeln.de/ladydeath.htm>, Stand: 30. 7. 2004

Urbanisierung des Archaischen

Das pervertierende Element bei diesem Prozess der kulturellen Aneignung einer archaischen Denkwelt zu Entertainment-Zwecken ist schwer zu übersehen: Je menschlicher, und das heißt an das US-amerikanische Leben angepasster, Thor im Laufe der Ausgaben erscheint⁶, desto mehr verlieren seine immer noch archaisch gezeichneten Gegner und Verbündete aus dem nordischen Pantheon ihren ursprünglichen Charakter. Sehr auffällig ist dies auch durch die zeichnerische Gestaltung einer Doppelseite beim Aufmarsch der verschiedenen Kreaturen der nordischen Welt – von Fafnir über die Midgard-Schlange bis zu den Eisdämonen – zwischen Wolkenkratzern in Thor Nr. 487 (o.A. 1995, S. 3/4), um ein Beispiel unter vielen zu nennen⁷. Hier steht Thor als Bewahrer der urbanen Ordnung (!) urtümlichen Monstern gegenüber, die auf einer Ebene mit rein popkulturellen Erfindungen wie Godzilla⁸ stehen. Und auch die Szene, in der Captain America Thor Nachhilfe im Bestellen in einem „American Diner“ gibt (WAID/GARNEY 1998, S. 7) unterstreicht sowohl die Fremdheit als auch die Zwangsassimilierung der nordischen Gestalt. Oder, wie es Reynolds formulierte: „(Stan) Lee and (Roy) Thomas [...] saw the Asgardian characters as superheroes from a ready made, legendary background – not as an excuse for reanimating the Eddas for a teenage audience“ (REYNOLDS 1994, S. 57).

Eine ähnliche Metamorphose traditioneller Stoffe aus pädagogischen Gründen widerfuhr auch der griechischen Antike im Falle von „Wonder Woman“. Auch hier ging es aber nicht darum, europäische Mythologie nachvollziehbar zu machen, sondern das Konzept amerikanischer Überlegenheit anhand der Olympier zu (v)erklären. Eris, Deimos und Phobos (Söhne des Ares), die Chimäre (JIMENEZ/DE MATTEIS/Phil JIMENEZ 2001) tauchen ebenso auf wie Circe (MESSNER-LOEBS/DEODATO 1994) oder Pan (MESSNER-LOEBS/DEODATO 1995), um nur kurz die Bandbreite der entlehnten Figuren anzudeuten. Schließlich zeigt die kommerziell wechselvolle Geschichte der über 50 Jahre alten Serie, dass die Verwendung griechischer Motive stets stark

6 In der modernen Variante der Entstehungsgeschichte des Superhelden Thor „Wiedergeburt der Helden“ nennt der Donnergott bezeichnenderweise, nachdem er, von Loki getäuscht, zunächst gegen Captain America kämpft, als nächstes Vorhaben „ein Dorf zu plündern“ (VALENTINO/LIEFELD 1999).

7 Ein anderes wäre die genmanipulierte Heranzucht einer Herrenrasse von morgen an der Weltesche Yggdrasil in Ausgabe 494 (ELLIS/DEODATO 1996) oder die Wiedererweckung Lokis im modernen Oslo durch einen norwegischen Gangster (DAVID/ESTES 1994).

8 Dies gilt zumindest für den Großteil der Filme und deren Rezeption im Westen; für Japan waren die Realbezüge (Atombombe) vielfach und aktuell, als der erste Filme 1954 in die Kinos kam (<http://www.epilog.de/Film/GfGz/Godzilla1954.htm>, Stand 20.8. 2004).

Kulturelle Kolonialisierung im Kinderzimmer

Die Amerikanisierung“ von Comic-Serien und Zeichentrickfilm

zum Erfolg der Geschichten beigetragen hat. Semiotisch ist der Bezug zur amerikanischen Nation – ungeachtet aller Annexion olympischer Bilder – durch das charakteristische Röckchen mit der Optik des Sternenbanners klar (lediglich 1969 griff man kurzfristig auf einen hippieartige Minirock zurück): „*In each historical instance, however, Wonder Woman’s body is both an icon of the traditionally masculine, public realm of nationhood as well as the traditionally feminine, private realm of female sexuality*“ (EMAD 2004, S. 2).

Diese vor allem in feministischen Kreisen diskutierte doppelte Ikonizität als Frau und Reaktionärin wird in einer der Aufsehen erregendsten, aktuellen Versionen des Amazonen-Mythos auf die Spitze getrieben. Wenn sich inmitten verhüllter moslemischer Frauen plötzlich der nur knapp verhüllte Körper Wonder Womans präsentiert und sie sich als Schutzherrin der unterdrückten Frauen anbietet (ROSS/DINI 2001), erahnt man das Welt-Bild hinter den gezeichneten Bildern recht deutlich.

Auf diese fast schon bizarre Darstellung einer amerikanischen Interventions-Haltung hat Mitra C. Emad mit einer einfachen Methodik noch verstärkend hingewiesen, indem sie den Cover-Text von ROSS/DINT 2001 einer sprachlichen Modifikation unterzogen und jede Erwähnung von Wonder Woman durch das Wort America ersetzt hat: „*America is at an impasse. Despite her lofty goals and ideals for the world beyond Paradise Island, her message of peace, understanding, and fellowship is rejected because of the way she is perceived. Not every nation is willing to embrace America – despite her actions and best intentions*“ (EMAD 2004, S. 15). Die Funktionsweise der Identifikation der Heldin mit den USA wird dabei auch im Text, nicht nur der Ikonographie überdeutlich, wenngleich der Band noch vor dem 11. September und seinen Folgen erschien.

Kommerzialisierung der Helden

Kein Wunder, dass der Superheld selbst mittlerweile zum Synonym amerikanischer Hegemonie geworden ist. Nicht immer in so begrüßenswerter Weise wie in den Broschüren, in denen Captain America gegen Drogen „kämpft“, oder jenen, die nach den Kämpfen am Balkan verteilt wurden. Hier warnte Superman – und damit ein Vertreter der amerikanischen Weltordnung – vor den Gefahren der Landminen. Der Independent Comic hat Superman etwa längst als Ikone reaktionärer bzw. patriarchaler Werte (cf. ROBBINS 1999, wo der „Stählerne“ als Prototyp des prügeln den Ehemannes gezeichnet wurde) dargestellt. Da nützt es wenig, dass sowohl Superman sich wegen Vietnam-Demonstranten als auch Captain America wegen des Einsatzes der Atombombe mit ihren Präsidenten anlegen. Beides geschah retrospektiv in Comics aus den 90er Jahren,

nicht aber 1968 bzw. 1945, als man den Captain wegen Insubordination einfach einfror! Die dramaturgische Konzeption des Comics erleichtert solche Umschreibungen der eigenen Geschichte der Figuren vielleicht mehr als andere Unterhaltungsmedien; schließlich ist der langfristige Aufbau dem Serial-Episode-Schema Stanley Cavells (CAVELL 1984, S. 250) sehr ähnlich. Das Wechselspiel aus kurzfristiger Bewährung in Krisen (meist Bedrohungen des Helden, die sich über die Hefte mehrerer Monate ziehen) und langfristigen Erzählsträngen (wie Supermans so lange unerwiderte Liebe zu Kollegin Lois Lane, die jahrzehntelang thematisiert wurde) erstreckt die erzählte Zeit von jeher auf längere Erzählzeiten. Dazu kommt das scheinbar Alterslose der Protagonisten, wenngleich die interne Chronologie Schurken wie Helden vertraut ist. Nicht ungerne etwa rekurriert der Joker immer wieder auf das Versagen Batmans, seine Liebsten zu schützen, nämlich den Tod Robins und die Querschnittlähmung Barbara Gordons (cf. STARLIN/APARO 1988). Dennoch fällt die Diachronizität zwischen Comic-Universum und der realen Welt⁹, die ja vorgeblich abgebildet wird, auf; ohne dass darauf in der Regel eingegangen wird (MILLER 1986 hatte vor allem wegen des Brechens dieser Regel großen Erfolg).

Dennoch verrät auch die sprachliche Umsetzung das vorherrschende Denken zur Entstehungszeit: So wurde die Titelgebung „*Captain America – Commie Smaher*“ und sein dementsprechend reaktionäres Benehmen zur Mc Carthy-Zeit später damit erklärt, dass anstelle des nach dem Zweiten Weltkrieg eingefrorenen Original-Captains ein Usurpator sein Unwesen trieb. Diese Art von Meta-Fiction, die mit den (vergangenen) Bildern des Comic ihr referentielles Spiel treibt, wird angesichts der zunehmenden Vermarktung der Figuren selbst zum Thema. So sieht sich etwa Captain America mit den Folgen des Kulturimperialismus der USA konfrontiert, als er sich in Tokio gnadenlos als Action-Figur vermarktet sieht. Der Anschlag, den japanische Nationalisten planen, findet daher folgerichtig auch in einem Kino statt, das die Hollywood-Version Captain Americas zeigt. Steve Rogers, das alter ego des Captain’s, beklagt die Pervertierung seines Helden-Ichs, das als „*symbol of the people not for the people*“ konzipiert sei (WALDIGARNEY 1998, S. 14).

Tricks für Trickfilme

Womit wir in der Gegenwart der gnadenlosen Vermarktung von Zeichentrick-Figuren und dem damit zusammenhängenden Merchandising-Produkten wären. Auch

9 cf. HRACHOVEC 1990 bzw. CANBPPELE/KRENN 1999, S. 123 ff.: „Wenn Frank Miller in ‚The Dark Knight Returns‘ einen etwa 50-jährigen Bruce Wayne zeigt, so agiert dieser letztlich zeitlich unbestimmt in einer apokalyptischer Szenerie.“

Kulturelle Kolonialisierung im Kinderzimmer Die Amerikanisierung“ von Comic-Serien und Zeichentrickfilm

hier wird zunächst die Marktkonformität, dann erst der Unterhaltungswert oder gar der pädagogische Sinn von Serien hinterfragt. Das Paradebeispiel für Eingriffe, die das gesamte Konzept einer originären Kunstschöpfung betreffen, ist die japanische Trickfilm-Reihe **Pokémon**. Jeder einzelne „frame“ der Zeichentrickserie wird für den US-Markt einer Nachbearbeitung unterzogen; schließlich werden eindeutig japanische Elemente wie Aufschriften, Speisen (auch auf den amerikanischen Sammelkarten trinkt Pikachu Limonade, anstatt mit Stäbchen zu essen) oder Gebäude verändert bzw. entfernt. Während es der Hauptheld Ash in der japanischen Version mit keinem „bösen“ Prinzip oder Hauptgegner zu tun hat, sondern es sich beim Team Rocket eher um Spielverderber handelt, konstruiert die US-Version ein klares polares Kampf-Schema. Zudem erhalten die Figuren andere Namen, sodass aus Satoshi (nach dem Vornamen des Schöpfers Satoshi Tajiri) Ash Ketchum wird, ein klare Anspielung auf den kommerziellen Slogan, „Gotta catch ‘em all“ (cf. NEUMANN-BRAUN/ASTHEIMER 2004, S. 124 ff.).

Darüber hinaus wurden auch die Mitglieder des Team Rocket, im Original als Musashi and Kojiro bekannt, in der amerikanischen Version zu Jessie und James. Der Anklang an den Western-Banditen Jesse James ist wohl nicht zufällig, wie Neumann-Braun und Astheimer aufgezeigt haben (NEUMANN-BRAUN/ASTHEIMER 2004, S. 124 f). Doch nicht nur auf der Namensebene wurden mit Ausnahme des Haupt-Pokemons Pikachu radikale Änderungen durchgeführt. Das Vorhaben von Norman Grossfeld, dem Vorstand von „4Kids Productions“, wurde auch auf der Soundebene, bei Wortspielen und teilweise ganzen Handlungssträngen umgesetzt. Grossfeld, Leiter der amerikanischen TV-Produktionsfirma von Pokémon, hatte 1998 die Parole ausgegeben: „*We looked at Pokémon and said, 'Let's make this an American show for American kids'*“ (CORLISSIHARBISON/RESSNER 1999, S. 29).

Die Änderungen gehen daher bis in die Charakterzüge der Figuren: Musashi etwa, in Japan eher düster und nachdenklich, wird zu einem quirligen, New Yorker Slangausdrücke verwendenden Jungen. Sein wichtigstes Pokémon „Meowth“ hat in der japanischen Version Züge eines asiatischen Weisen und gibt gern Sentenzen von sich. Die US-Variante hingegen bildet Meowth als tölpelhaften Möchtegern-Halbstarken ab (cf. HARTMANN).

Bis zu 15 Prozent jeder Folge werden völlig neu animiert, um sie den amerikanischen Gegebenheiten anzupassen (KRAAIJEVELD). Wieder belegt eine Aussage von Produzent Norman Grossfeld, dass dies in voller, kommerziell diktiert Absicht geschieht: „*We studied other shows that had been imported to the US. to see why they failed We wanted kids to feel that it was a homegrown show*“ (HALL 2000, S. 21). Dieses Phänomen hat James Lull als

Indigenization beschrieben: Kulturelle Importe erhalten dabei Eigenschaften des „Gastlandes“, beziehungsweise wird ihr fremder Gehalt einer „domestication“ unterzogen, Inhalte also mehr oder weniger „entfremdet“, um sie konsumierbarer zu machen (LULL S. 242). Einer der Gründe für diesen ziemlich rüden Umgang mit kulturellen Eigenheiten eines Programms liegt in der erstaunlich konservativen Sehgewohnheit US-amerikanischer Fernsehzuschauer. Untertitel oder die Synchronisierung von Sendungen durch britische Sprecher werden vom breiten Publikum abgelehnt.

Medienkompetenz ohne Alterslimit

Problematisch daran ist allerdings die Tatsache, dass die Vereinigten Staaten als Mutterland der TV-Unterhaltung auch eine Schlüsselrolle bei der Selektion von Sendeformaten durch internationale Sender spielen: „*Mit Blick auf die kulturelle Abhängigkeit Europas ergibt sich, dass die US-Serien nur deshalb bei uns gezeigt werden, weil das amerikanische Publikum sie für gut befand und sie also gewissermaßen den soziokulturellen Kriterien Amerikas entsprechen. Manche Länder werden durch diese Serien gleich in doppelter Weise kulturell kolonisiert. Die französischsprachigen Länder Afrikas strahlen nur diejenigen Folgen aus, die fürs französische Fernsehen synchronisiert wurden. Dass die Auswahl hier nach thematischen, sprachlichen, phonetischen und politischen Kriterien erfolgt, die auf den Geschmack des französischen Zuschauers abgestimmt sind, liegt auf der Hand*“ (RAMONET 2002, S. 125). Eine Entwicklung, die im deutschen Sprachraum ebenso selten diskutiert wird bzw. in ihrer Gefahr, vorgefertigte kulturelle Bilder zu importieren, die mit der Realität des vermeintlich abgebildeten Landes nichts zu tun haben, gesehen wird. Dieses bereits von Roland Barthes beschriebene Phänomen der „Babelisierung“ (BARTHES 2001, S. 16) trifft übrigens auch auf Medien, die sich an Erwachsene richten, zu. Hier ist es vor allem die Dominanz der zu 85% aus den USA stammenden „stock photography“ der Bildagenturen, die mit ihren „Fertigbildern“ (BRUHN/SCHNEIDER 1998) ein steriles und idealisiertes Bild nach dem anderen Bild für den Illustrierten-Redakteur liefern. Diese Darstellungen haben weder mit der Wirklichkeit noch mit der künstlerischen Handschrift der klassischen Pressefotografie etwas gemeinsam. Insofern ist es nicht nur eine ästhetische Warnung vor den aus kommerziellen Gründen indigenisierten Unterhaltungsmedien, die der amerikanische Trickfilm-Zeichner Chad Kime ausspricht: „*We are quickly approaching a day when the definition of anime or manga becomes a question of serious debate, as a more western (primarily American) influence works its way into the Japanese creative community, and the Japanese, in turn influence the*

Kulturelle Kolonialisierung im Kinderzimmer

Die Amerikanisierung“ von Comic-Serien und Zeichentrickfilm

American artists . Will this cycle of influence destroy what appeals to us about the anime and manga we have come to love?“

Wörtlich genommen verbirgt sich darin ein recht umfangreiches pädagogisches Plädoyer für kritisches Bildersehen, verantwortlichen Medieneinkauf und permanente Wachsamkeit, was den Absender des so harmlos erscheinenden Entertainmentangebots betrifft.

Comics:

- Shane L. AMAYA/Fabio MOON/Gabriel BA: „Roland: Days of Wrath“, Terra Major, Santa Barbara/CA, 1999
- Eddie CAMPBELL: Bacchus, No. 5, Eddie Campbell Comics, Paddington/Australien, 1995
- Eddie CAMPBELL: Bacchus, No. 16, Dark House Comics, Milwaukee, 1996
- Peter DAVID/John ESTES: „Tales to Astonish“, Vol. 3, No. 1, Marvel Comics, New York, 1994
- Warren ELLIS/Mike DEODATO jr.: „Thor“, Nr. 494, Marvel Comics, New York, 1996
- Phil JIMENEZ und J.M. DE MATTEIS/Phil JIMENEZ: „Gods of Gotham“, Wonder Woman 164–167, DC Comics, New York, 2001
- William MESSNER-LOEBS/Mike DEODATO jr.: „The Contest“, Wonder Woman 90, DC Comics, New York, 1994
- William MESSNER-LOEBS/Mike DEODATO jr.: „Sisters“, Wonder Woman 98, DC Comics, New York, 1995
- Mark MILLAR/Dave JOHNSON/Kilian PLUNKETT: „Genosse Superman“, Panini Verlags GmbH, Nettetal, 2004
- Frank MILLER/Klaus JANSON: „The Dark Knight Returns“, DC Comics, New York, 1986
- Alex ROSS/Paul DINT: „Wonder Woman: Spirit of Truth“, DC Comics, New York, 2001
- Jim STARLIN/Jim APARO: „A Death in the Family“, DC Comics, New York, 1988
- Jim VALENTINO/Rob LJEFFELD: „Wiedergeburt der Helden“, Die Rächer No. 1, Panini Comics, Nettetal-Kaldenkirchen, 1999
- Mark WILD/Ron GARNEY: „Credibility Gap“, Captain Americavol. 3, # 5, Marvel Comics, New York, 1998
- Mark WAU/Ron GARNEY: „The Return of Captain America“, Captain Americavol. 3, # 1, Marvel Comics, New York, 1998

Aufsätze, Bücher:

- Roland BARTHES: „Mythen des Alltags“, 21. Auflage, Edition Suhrkamp, Frankfurt/M., 2001
- Matthias BRUHN/Pablo SCHNEIDER: „Fertigbilder. Allegorien des Alltäglichen“, S. 32–43 in: kritische berichte, 2/1998, Jonas-Verlag, Marburg, 1998
- Paolo CANEPPELE/Günter KRENN: „Film ist Comics. Wahlverwandtschaften zweier Medien. Die Projektionen des Filmstars Louise Brooks in den Comics von John Striebel bis Guido Crepax“, Filmarchiv Austria, Wien, 1999
- Stanley CAVELL: „The Fact of Television“, in: „Themes out of school“, North Point Press, San Francisco, 1984
- Bobbie CHASE/Polly WATSON (Hg.): „Thor: The Legend #1“, Marvel Comics, New York, 1996

- Richard CORLISS/Georgia HARBISON/Jeffrey RESSNER: „Amazing Anime“, in: Time Magazine, Vol. 154, issue 21 (22.11.1999), 1999
- Les DANIELS: „Wonder Woman: the Complete History“, Chronicle Books, DC Comics, New York 2000
- Les DANIELS: „Marvel: Five Fabulous Decades of the World's Greatest Comics“, Harry N. Abrams, New York, 1991
- Keith DAVIDSEN: „How Pagan Gods exist in a world that forgot them“, Gettysburg, 2001 <http://www.gettysburg.edulacademics/english/vikingstudies/davidsenresearchdocument.html>, Stand 30. Juli 2004
- Mitra C. EMAD: „Reading Wonder Woman's Body: Mythologies of Gender and Nation“, The Journal of Popular Culture, Blackwell, Oxford, 2004, <http://www.d.umn.eduP-memad/ReadingWonderWomanPaperFinal.htm>, Stand: 23.8.2004
- Franco FOSSATI: „Das große illustrierte Comic-Lexikon“, Ehapa-Verlag, Stuttgart, 1986
- Benjamin FULFORD: „Anime opens on Main Street“, in: Forbes, Vol. 164, Issue 10 (18. Oktober 1999), 1999
- Wendy Jackson HALL: „How Pokemon grabbed U.S. Kids“, Seite 20 ff. in: Variety (17. Jänner 2000), 2000
- Holly HARTMANN: „Pokémon in America. Gotta change it all?“, Fact Monster, Pearson Education, <http://www.irifoplease.com/spot/pokemon1.html>
- Herbert HRACHOVEC: „Batman. Philosophische Überlegungen zur Fernseh- und Filmzeit“, in: „Medien und Zeit“, 5/1, Wien, 1990
- M. Thomas INGE: „Anything can happen in a Comic Strip: Centennial Reflections on an American Artform“, Ohio State University Libraries/University Press of Mississippi/Randolph-Macon College, Jackson, 1995
- M. Thomas INGE: „Comics as Culture“, University Press of Mississippi, Jackson, 1990
- Robert JEWETT/John Shelton LAWRENCE: „The American Monomyth“, Anchor Press/Doubleday, Garden City, 1977
- Chad KIME: „American Anime: Blend or Bastardisation?“, o. J., http://www.ex.org/3_3/14-column_riap.html
- Stefanie KLOPP: „The Rise of the Super Heroine in America's Popular Culture“, in: boxx 5, Milwaukee, 2004
- Florinda KRAAIJEVELD: „Japanimatie“, <http://www.let.uu.nl> (Eggo. Mueller/personalftvmonidaa1florinda.htm)
- Jeffrey S. LANG/Patrick TRIMBLE: „Whatever Happened to the Man of Tomorrow? Examination of the American Monomyth and the Comic Book Superhero“, Seite 157–173 in: Journal of Popular Culture 22–3, 1988
- James LULL: „Media, Communication, Culture. A Global Approach“, 2. Aufl., Polity Press, London, 2000
- Klaus NEUMANN-BRAUN/Jörg ASTHEIMER: „Medienprodukte und Markenpflege auf globalisierten Märkten – das Beispiel Pokémon“, Seite 111–133 in:
- Ingrid PAUS-HASEBRINK/Klaus NEUMANN-BRAUN/Uwe HASEBRINK/Stefan AUFENANGER: „Medienkindheit – Markenkindheit Untersuchungen zur multimedialen Verwertung von Markenzeichen für Kinder“, Schriftenreihe der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk, Band 18, KoPäd Verlag, München, 2004
- Ignacio RAMONET: „Liebesgrüße aus Hollywood. Die versteckten Botschaften der bewegten Bilder“, Rotpunktverlag, Zürich, 2002
- Richard REYNOLDS: „Super Heroes: A Modern Mythology“, University Press of Mississippi, Jackson, 1994
- Trina ROBBINS: „From Girls to Grrlz: A History of Women's Comics from Teens to Zines“, Chronicle Books, San Francisco, 1999

Mag. Roland Graf studierte Philosophie, Latein, Psychologie und Pädagogik. Langjähriger Journalist, Lehrbeauftragter des Lehrgangs Medienmanagement an der Fachhochschule St. Pölten