

***Yû Miri no kyô no dekgoto* im Kontext des Blog-Phänomens in Japan**

Elena Giannoulis (Berlin)

In den letzten Jahren begann sich die Literaturwissenschaft angesichts der zunehmenden Bedeutung des Kommunikationsmediums „Internet“ mit der Frage auseinanderzusetzen, welche Wechselwirkungen es zwischen neuen Medien und (literarischen) Texten gibt. Die Verhältnisbestimmung zwischen Computer (vor allem dem Internet und neuerdings auch dem Handy) und Literatur wirft unterschiedliche Fragen auf: Wie verändert sich Literatur angesichts der Herausforderungen neuer medialer und insbesondere hypertextueller Dispositionen durch das Internet, nicht nur, was die Distribution, sondern auch, was die Rezeption und insbesondere die Produktion betrifft? Welche Implikationen haben potenziell unabschließbare Texte, antilineare Strukturen und Kombinationen verschiedener semiotischer Systeme für den Schreib- und Leseprozess?

Als Oberbegriff für Literatur, die mittels neuer Medien verfasst wurde, wird in der Forschung oft der Begriff „digitale Literatur“ angeführt. „Netzliteratur“ wiederum ist eine Form der digitalen Literatur, die online entsteht und inzwischen in der Literaturwissenschaft hinsichtlich ihrer ästhetischen Innovation und Qualität sowie ihrer narrativen Struktur untersucht wird.¹ Die Frage nach dem Autorschaftskonzept, der Rolle des Rezipienten, der Literarizität, Performativität und der so genannten Authentizität hat aufgrund der neuen Entstehungsbedingungen von Texten wieder Konjunktur.² Wie heutzutage Wirklich-

1 Die Oktoberausgabe 2001 der Zeitschrift *Text+Kritik* setzt sich ferner mit Autorschaft/Leserschaft von vernetzter/unvernetzter digitaler Literatur und damit auch der Poetik der Hyperfiktion auseinander. Digitale Literatur sei eine „künstlerische Ausdrucksform, die der digitalen Medien als Existenzgrundlage bedarf, weil sie sich durch mindestens eines der spezifischen Merkmale digitaler Medien auszeichnet: Interaktivität, Intermedialität, Inszenierung“ (SIMANOWSKI 2001:4); vgl. dazu auch KOZLOWSKI u.a. (2000), SCHMIDT-BERG-MANN u.a. (2001) und SCHÜTZ u.a. (2002). Alle drei Merkmale kennzeichnen auch Blogs, deren Potential (für die Forschung bzw. Selbstzeugnisforschung) zu diesem Zeitpunkt noch unerkannt gewesen war: Der Rezipient kann Einfluss auf den Blog und den Verfasser des Blogs ausüben, der Verfasser kann Text-Bild-Ton-Konstellationen strategisch einsetzen, und der Blog hat performativen Charakter.

2 Neben diesen Aspekten müsste in Zukunft aber auch genau erforscht werden, inwiefern das Internet Einfluss auf die Kommunikations- und Schreibweise in konventionell publizierten Texten hat und inwiefern es in diesen explizit thematisiert wird. Vor allem im literarischen Stil von Werken junger japanischer Autoren wie Kanehara Hitomi kulminieren die Folgen von Handy-, Chat- und Blog-Kommunikation. Die Verschmelzung von Prosa und Charakteristika der durch die Medien beeinflussten Kommunikationskultur sind der Schlüssel zu ei-

keit inszeniert wird, wie sich Schriftsteller präsentieren und wie sie mit dem Leser kommunizieren, ist im Hinblick auf Japan besonders interessant, da sich dort seit der *Meiji*- (1868–1912) und *Taishō*-Zeit (1912–1926) im Zuge der Entwicklung des Verlagsjournalismus und des *bundan* 文壇 („literarische Bühne“) ein enges Verhältnis zwischen Produzenten und Rezipienten von literarischen Texten herausgebildet hat, die in einem durch kulturelle Faktoren generierten literarischen Kommunikationssystem interagieren (vgl. HIJUYA-KIRSCHNEREIT 2005:280–353), in dem Faktizität und Authentizität zu qualitativen Bewertungskriterien von Literatur erhoben wurden.

Spätestens seit der *J-Bungaku*-Debatte³ Ende der 1990er Jahre werden die Wechselwirkungen zwischen japanischer Literatur und Internet auch in Bezug auf Marketing und Kommerzialisierung diskutiert, denn dass sich Literatur in Zeiten verschärfter Medienkonkurrenz gegen Fernsehen und Kino auf dem Markt behaupten muss, ist den Akteuren im Literaturbetrieb in den letzten Jahren zunehmend bewusst geworden. Offener als je zuvor wird Literatur heute als Ware gehandelt, inszeniert und reflektiert.

Auch wenn Netzliteratur hinsichtlich der Schlagworte Interaktivität, Kooperativität, Dynamik, Multimedialität, Zugänglichkeit, Geschwindigkeit und Veränderbarkeit Produzenten und Konsumenten bisher ungeahnte Möglichkeiten bietet, sei gleich vorweg angemerkt, dass die Euphorie bezüglich der Chancen des Mediums Internet für Literatur und Selbstrepräsentation seit den 2000er Jahren im Allgemeinen bereits deutlich nachgelassen hat. Zunächst enthusiastisch betriebene Homepages, Internettagebücher, Blogs oder andere Internet-Projekte werden nach einer gewissen Zeit aufgegeben. Wie die Kritik in Zukunft mit der Literatur im Internet umgeht und ob sich die Autoren langfristig dem Internet verschreiben, wird die Zukunft zeigen. Auf eine wichtige Erscheinung, die der Gang ins Internet allemal hervorgebracht hat, macht Frank Fischer aufmerksam:

Es gelang den Autoren, die autonome Teilöffentlichkeit durchzusetzen, vorbei an den tradierten Instanzen und Mechanismen der literarischen Öffentlichkeit, vorbei an Publikationsbarrieren, an Lektoratsvorgängen und anderen festen Größen des Literaturbetriebs, insgesamt also „vorbei an fremdgesteuerten Hierarchien“. (FISCHER 2007:271).

Folgender Beitrag beschäftigt sich mit japanischen „Weblogs“ bzw. „Blogs“ als einer neuen Form der Selbstrepräsentation, die im *World Wide Web* entsteht und konsumiert wird.⁴ Da in der westlichsprachigen Japanologie bisher noch keine

ner neuen Form, wie das „Ich“ seiner Identitätsproblematik Ausdruck verschaffen und sich verbalisieren kann.

3 *J-Bungaku* bezeichnet ein Label zur Literaturvermarktung des Verlags Kawade shobō shinsha, welches GEBHARDT (2008:266f.) folgendermaßen charakterisiert: „Der Entwurf J-Bungaku beinhaltet eine ausgeprägte visuelle Komponente. ... Autoren, Bücher und Leser sind innerhalb dieses Konzeptes Teil einer lustbetonten Lifestyle-codierten Interaktion. [...] Das Konzept bedeutet die Einweisung der Literatur in das Reich der Warenästhetik.“

4 Laut Folger sei der erste Blog die 1997 von Jorn Barger konzipierte Internetseite *robert wisdom* gewesen, der auch den Begriff „weblog“ prägte. 1999, als eine frei zugängliche

Studien zu japanischen Blogs existieren und die japanischsprachige Sekundärliteratur zum Thema unerschlossen ist, soll es hier zunächst darum gehen, allgemeine Informationen zum Auftreten, zu Erscheinungsformen und zu Funktionen japanischer Blogs, zu präsentieren. In einem zweiten Schritt wird anhand einer Fallstudie, nämlich Yû Miris 柳美里 (geb. 1968) Foto-Blog, untersucht, wie sich eine bekannte, existenziell vom Spiegel der Öffentlichkeit abhängige japan-koreanische Schriftstellerin in ihrem Blog präsentiert. Bei der Analyse werden sowohl inhaltliche, strukturelle als auch performative Momente berücksichtigt und die Frage nach der potenziellen Blog-Funktion für Leser und Autor in den Raum gestellt.

Die japanischsprachigen Blogs machen von den weltweit existierenden Blogs einen Anteil von 37 % aus. Die englischsprachigen stehen mit 36 % erst an zweiter Stelle, gefolgt von den chinesischen (8 %), den italienischen (3 %) und den spanischen (3 %).⁵ Der größte Blog-Anteil wird privat von Laien aus allen Altersgruppen und Gesellschaftsschichten zu den unterschiedlichsten Themen und Zwecken geschrieben, aber auch prominente Persönlichkeiten wie Schauspieler, Musiker, Sportler, Schriftsteller oder Politiker nutzen sie als Inszenierungs- und Vermarktungsplattform, um ein breites Publikum mit Auskünften über die eigene Person und beispielweise neue Projekte zu versorgen. Bei eingehender Recherche, inwiefern japanische Schriftsteller Blogs als Selbstrepräsentationsplattform nutzen oder Blog-Literatur bzw. „literarische“ Blogs verfassen, fällt auf, dass es weniger sind, als man vermutet.⁶ Für Autoren scheint das Internet eher ein „Platz zum Experimentieren“ (FISCHER 2007: 276) zu sein; literarische Texte und Interviews werden nach wie vor eher konventionell in Literaturzeitschriften und überregionalen Tageszeitungen publiziert.

Die Beschäftigung mit Blogs ist mittlerweile ein eigener Forschungsgegenstand, und auch in Japan entstehen zahlreiche Studien zum Thema, die allerdings fast ausschließlich die Form von Anleitungen zum Erstellen eines Blogs haben und keinen Anspruch auf Wissenschaftlichkeit erheben. In der westlichsprachigen Forschung erfolgt die Auseinandersetzung mit Blogs bisher fast ausschließlich in der Publizistik, Kommunikationswissenschaft und Politik- und Wirtschaftswissenschaft. Einen Anfang für die interdisziplinär ausgerichtete Germanistik und die Selbstzeugnisforschung machen der von Dünne/Moser herausgegebene Sammelband *Automedialität: Subjektkonstitution in Schrift*,

Software Laien ohne spezielle Programmierkenntnisse ermöglichte, einen Blog zu erstellen, wurden Blogs dann zum Massenphänomen (vgl. FOLGER 2008: 284f.).

5 Vgl. http://r25.jp/magazine/ranking_review/10007000/1112007071907.html (letzter Zugriff: 17.06.2009).

6 Dies gilt allerdings nicht für einige besonders populäre Autoren. Selbst der relativ medien-scheue Murakami Haruki unterhält zum Beispiel eine regelmäßig aktualisierte Website, auf der man sich u. a. über Autor und Werk informieren und mit anderen Fans in Verbindung treten kann (vgl. <http://www.randomhouse.com/features/murakami/site.php?id>). Yoshimoto Banana, die dafür bekannt ist, dass sie einen intensiven Austausch mit ihrer Leserschaft sucht, betreibt ebenfalls eine Homepage, auf der mehrmals monatlich ihr *Diary*, Fotos von ihren Reisen und ein Q&A aktualisiert werden (vgl. www.yoshimotobanana.com).

Bild und neuen Medien (2008) und der Band *Autorinszenierungen* (KÜNZEL/SCHÖNERT 2007). Eine kompakte Definition zu Blogs, die zeigt, dass man sie als Gattung in erster Linie nicht über ihren Inhalt, sondern eher ihre (Präsentations-)Form definieren kann, führt Robert Folger in seinem Aufsatz „*New Kids on the Blog? Subjektkonstitution im Internet*“ an:

Wie in den Ur-Blogs der neunziger Jahre ist die Grundstruktur eine Liste datierter Einträge in chronologischer Anordnung, wobei die neuesten Einträge am Anfang der Seite erscheinen. Schon die ersten Blogs boten eine Liste mit Links (*blogrolls*) zu anderen Blogs, die vom Blogger empfohlen werden. Vielfach wird der Link – also Hypertextualität – als das wichtigste Element des Weblogs betrachtet. Blogs sind mit anderen Blogs und mit der ganzen Palette von Informationen und Medien, die im WWW verfügbar sind, verlinkt. Die meisten Blogs führen heute nur die aktuellsten Einträge auf der Eingangsseite auf und verweisen interessierte Leser auf Archive mit älteren Posts. Immer ausgeklügeltere Suchhilfen erlauben es, das Blog nach Schlag- und Stichwörtern zu durchsuchen. Mit der Entwicklung sozialer Software werden Blogs zunehmend interaktiv und erlauben es dem Leser, Kommentare zu verfassen. Es entspinnen sich beizeiten Dialoge und Diskussionen, die mehrere Benutzer umfassen können. Mit dem technischen Fortschritt und immer schnelleren Verbindungen für gewöhnliche Anwender ist es Blogs zunehmend möglich, andere Medien zu integrieren, so etwa Webcams, Bilder, Audio- und Videodateien (FOLGER 2008: 286).

In der japanischen Diskussion wird nicht immer eindeutig zwischen Blogs, Blog-Literatur und Internet-Tagebüchern differenziert, denn Blogs fungieren in Japan in erster Linie als Internettagebücher. Yamakawa Ken'ichi weist darauf hin, dass die amerikanischen Blogs im Gegensatz zu den japanischen ihren Ursprung als Informationsvermittlungstools bei Notfällen gehabt hätten und sich über die Journalismusbranche (als *business-tools*) verbreiteten; in den USA seien sie demnach primär zur Informationsvermittlung gedacht, wohingegen in Japan über Blogs vermittelte Nachrichten einen unseriösen Charakter hätten. Sie seien eher ein Mittel, um in einer Form, die mit Tagebüchern, „Umgebungsstücken“ (*shinpen zakki*), Essays (*zuihitsu*) und Erzählungen (*monogatari*) vergleichbar sei, sich selbst auszudrücken (vgl. YAMAKAWA 2006: 12–16). Die Japaner hätten daher, so wird leicht selbstexotisierend und abgrenzend argumentiert, aus einer importierten Form etwas „Eigenes“ geschaffen (vgl. ebd.: 24f.). Laut Suzuki Yoshiki wurde der Terminus „Blog“ spätestens ab dem Jahre 2000 in der japanischen Öffentlichkeit wahrgenommen. Im Februar des selben Jahres veröffentlichte nämlich die Online-Zeitschrift *Hot Wired Japan* einen aus dem Englischen ins Japanische übertragenen Artikel, der den Terminus „Blog“ definierte und die Japaner auf dieses zunächst amerikanische Phänomen aufmerksam machte (vgl. SUZUKI 2005: 16ff.). Laut dem japanischen Ministerium für öffentliche Verwaltung, Inneres, Post und Telekommunikation stieg die Zahl der aktiven Blogger in Japan Ende März 2005 auf 3.350.000, Ende März 2006 bereits auf 7.820.000 (vgl. OKABE 2006: 20). Als dann im Jahre 2008 Kawakami Mieko 川上未映子 (geb. 1976) für ihr Werk *Chichi to ran* 乳と卵 („Brüste und Eier“) (2008), das sie als Blog verfasst hatte und das dann über

diesen Umweg zum Bestseller wurde, den Akutagawa-Preis bekam,⁷ wurde die Diskussion um Blogs und das Publizieren im Internet in Japan weiter angeregt. YAMAKAWA (2006: 134–144) spricht gar von der „Geburt einer Blog-Literatur“. Beispiele dafür sei die zunächst als Blog verfasste Liebesgeschichte *Densha otoko* 電車男 („S-Bahn-Mann“) (2004) und der Blog *Jitsuroku oniyome nikki* 実録鬼嫁日記 („Tagebuch eines teuflischen Weibs – Authentische Aufzeichnungen“), der das Leben einer Angestelltenfamilie thematisiert. Die Qualität dieser Texte bestehe darin, dass sie das Publikum unmittelbar erreichten und Rührung hervorriefen. Beide Blogs wurden bereits zu Fernsehspielen verarbeitet (YAMAKAWA 2006: 134–144).

Japanische Publikationen zu Blogs fokussieren häufig die Frage, wieso Japaner Blogs (vor allem in Funktion von Internettagebüchern) als attraktives Medium empfinden, um über sich selbst zu schreiben. Zunächst einmal wird auf eine lange Tagebuchtradition rekurriert (vgl. etwa YAMASHITA *et al.* 2007: 81ff.). Eine Umfrage der Verfasser der Studie *Weburogu no shinrigaku* („Die Psychologie des Weblog“) (2007) ergab, dass diese Form des Schreibens außerdem als geeignete Methode empfunden wird, sich auszudrücken; jeder könne sich aufgrund der leichten Zugänglichkeit präsentieren und seine Schreibfähigkeit erproben (vgl. ebd.: 74ff.). Viele erhofften sich vom Schreiben über sich selbst eine kathartische Wirkung (ebd.: 97) und ein Feedback über einen Austausch mit den Lesern (vgl. ebd.: 79f.). Die Homepage biete einen Raum der Selbstentfaltung, dem Besitzer sei sofort ersichtlich, wie viele Leute die eigene Seite besucht haben (vgl. ebd.: iv).⁸

Ein weiterer Grund für die Attraktivität von Blogs für Japaner dürfte deren vorwiegend autobiographische Qualität sein; die Lust am Schreiben über sich selbst und das Bedürfnis nach „wahren“ Geschichten scheint ungebrochen. Hinsichtlich der Veröffentlichungspraxis und der Schreibintention kommen Blogs darüber hinaus dem *shishôsetsu*⁹ nahe, der wie keine andere literarische

7 2009 verkündete sie auf ihrer Homepage, dass sie aus Zeitgründen nicht mehr an ihrem Blog weiterschreiben werde, jedoch lädt sie auf ihrer Homepage gelegentlich (in einer Art Briefform) Mitteilungen (mit Fotos) an ihre Fans hoch (vgl. <http://www.mieko.jp/>).

8 Vgl. dazu auch KUME 2005: 18–27.

9 Der Terminus *shishôsetsu* 私小説 (wörtlich: „Ich-Erzählung/Roman/Narration“) kam erstmals zwischen Dezember 1918 und 1919 in Literatenzirkeln als Bezeichnung für eine als neuartig empfundene, bekenntnishaft-autobiographische Ausdrucksform auf, die im ersten Jahrzehnt des zwanzigsten Jahrhunderts entstanden war und die Modi literarischer Selbstexpression in Japan maßgeblich prägte. Der *shishôsetsu* entwickelte sich aus einer Synthese japanischer und westlicher literarischer und kultureller Tradition und thematisiert zugleich Referentialität wie Performanz, Wirklichkeitsbezug wie Konstruiertheit. Im „klassischen“ *shishôsetsu* intendierte der Autor, mit weitgehend verfestigten Formen des Bekenntnisses seine Innenwelt „wahrheitsgetreu“, „authentisch“ und „realistisch“ vor einem Publikum offenzulegen. Der Leser rezipierte die Texte als autobiographische Dokumente; er identifizierte den Protagonisten, der im Falle des *shishôsetsu* als mit dem Erzähler identisch gedacht wird, mit dem Autor. Die Merkmale dieses Genres, die nicht nur die Produktion, sondern auch die Rezeption des *shishôsetsu* konstituierten, standen im Zusammenhang sowohl mit bestimmten literarischen bzw. poetologischen Traditionen in Japan als auch mit der Rezeption

Gattung die Produktions- und Rezeptionsmuster und die Maßstäbe, an denen japanische Literatur gemessen wird, geprägt hat: In Blogs und Internettagebüchern liegt die „Publikation“ dicht am Verfassungszeitpunkt, und beim Schreiben werden zeitnahe Ereignisse thematisiert (Aktualität der Präsentation). Durch das Hochladen im Internet per Mausklick und das sekundenschnelle Erscheinen des Textes sind Bedingungen gegeben, die bei der Veröffentlichung eines *shishōsetsu* dem Idealfall entsprächen. Auch ist die Kommunikation des Autors mit dem Publikum unmittelbarer als einst. Er schreibt mit dem Bewusstsein, dass sein verfasster Text in Echtzeit konsumiert werden könnte und die imaginierten Leser sofort an seinem Leben teilhaben. Durch das Hochladen von Fotos, Animationen und Melodien verfügt er dabei über neue Authentifizierungsstrategien; die durch Kombination von Medien evozierte Stimmung hilft ihm, seine Realität zu transportieren. Die Leser können sich daher leichter mit seiner (Gefühls-)Welt identifizieren und mit ihm interagieren. Das Schreiben über sich im Hinblick auf ein bestimmtes Publikum scheint für den Verfasser eine psychohygienische Funktion zu haben und zugleich den voyeuristischen Drang des Lesers zu befriedigen.

Nach diesen allgemeinen Ausführungen zu japanischen Blogs soll nun anhand einer Fallstudie untersucht werden, ob und wie die vielbeschworenen Blog-Kriterien in der Praxis umgesetzt werden. Dass die Wahl auf Yû Miris Foto-Blog fiel, hat mehrere Gründe: Yû ist eine bekannte öffentliche Person, die Medien wie Fernsehen und Internet exzessiv nutzt, um sich zu vermarkten; die Selbstinszenierung im Hinblick auf die Öffentlichkeit nimmt bei ihr existenzielle Ausmaße an (vgl. IWATA-WEICKGENANT 2008). Ferner wird ihre konventionell publizierte Literatur von der japanischen Literaturkritik als autobiographisch bzw. *shishōsetsu*-haft rezipiert. Interessant ist nun die Frage, in welcher Art und Weise Yû das Medium „Blog“ als Plattform nutzt, auch im Vergleich zu ihrer autobiographischen Literatur, deren Entstehungsprozess wiederum teilweise Gegenstand des Blogs ist.

Zunächst fällt auf, dass sich Yûs Blog nicht auf ihrer offiziellen Homepage befindet, sondern lediglich mit dieser verlinkt ist,¹⁰ beide Seiten werden fast täglich aktualisiert. Seit April 2007 führt sie einen so genannten Foto-Blog namens *Yû Miri no kyô no dekgoto* 柳美里の今日のできごと („Was Yû Miri heute macht“), in dem sie penibel ihren Alltag dokumentiert.¹¹ Auf den ersten Blick scheint sie viel von sich preiszugeben, da sie fast jeden Tag mit ihrem Handy Fotos (manchmal zehn bis zwanzig oder mehr) von ihrem unmittelbaren Umfeld hochlädt. Der neueste Eintrag erscheint dabei – wie auch bei den meis-

on europäischer Prosaformen und -theorien wie Realismus und Naturalismus; vgl. HIJYA-KIRSCHNEREIT 2005.

10 Auf der Blog-Seite befindet sich zudem ein Link zur offiziellen Homepage.

11 Zunächst schrieb sie einen „normalen“ Blog. Für ihren Foto-Blog änderte sie bereits zweimal den Link. 1. Blog (11.04.–30.06.2007: www.yu-miri.net/diary-archive); 2. Blog (25.03.–9.05.2008: www.yu-miri.net/diary/mailbbs.php); 3. Blog (31.05.2009: http://blog.goo.ne.jp/yu_miri/). In diesem Artikel wird der aktuelle Blog analysiert.

ten anderen Blogs – zuerst. Auf der linken Hälfte des hauptsächlich in Gelbtönen gehaltenen und mit einem Foto eines Sonnenblumenfeldes versehenen Bildschirms ist ein Kalender platziert, auf dem der User bestimmte Monate bzw. Tage ihres Blogs abrufen kann. Auf der rechten Seite gibt es unter *Yû Miri no ,ima' no tsubuyaki* („Was Yû Miri ‚jetzt‘ flüstert“) die Möglichkeit, durch einen Klick mit Yû über Twitter verbunden zu sein.¹² Darunter sind die neusten Einträge aufgelistet, die auch in der Bildschirmmitte angezeigt werden. Fast jeder Eintrag ist mit einer Überschrift, Datum und sekundengenauer Uhrzeit versehen. Darunter ist ein Foto platziert, das zumeist kurz kommentiert ist.¹³ Die beiden potenziellen Interaktionsmöglichkeiten für den Leser (1. Kommentator und 2. „trackback“¹⁴) sind deaktiviert.¹⁵

Der erste Eindruck von Yûs Blog ist ob der Menge an Fotos, die selbst die unbedeutendste Alltäglichkeit zu dokumentieren scheinen, überwältigend. Der Leser bzw. Betrachter findet Fotos ihres Lebenspartners Chin'nen,¹⁶ ihres Sohnes Takeru, ihrer Katzen, ihres Hundes, von blühenden Kirschbäumen wie von Bahnhöfen oder anderen Orten wie Meer und Wald, an denen sie sich aufgehalten hat. Betrachtet man ihre Blogs und die Zeitspannen, in denen Yû tatsächlich aktiv ist, jedoch genauer, wird deutlich, dass Yûs Blog-Aktivität nicht so unbegrenzt ist wie angenommen. Die Häufung der Kirschblütenfotos lässt sich dadurch erklären, dass die ersten beiden Blogs fast ausschließlich im Frühling geführt wurden. Seit dem 31.05.2009, an dem ihr dritter Blog einsetzt, bloggt sie jedoch fast ununterbrochen. Die Ereignisse bzw. die Momente, die sie fotografiert und kommentiert, beschränken sich aber nur auf wenige Motive: auf ihren Partner Chin'nen (z.B. „Chin'nen-san ist heute nicht gut drauf“), ihren Sohn Takeru (z.B. „Takeru singt [Karaoke]. 78 Punkte erworben“, „Takeru schläft“), auf Zugfahrten (z.B. „Ich warte auf dem Bahnhof X auf den Zug Y“), auf die Arbeit (z.B. „Ich muss noch 100 Seiten korrigieren“, „Ich muss noch 80 Seiten korrigieren“, „Ich muss noch 60 Seiten korrigieren“, „Ich hab meinem Chef gerade die korrigierten Seiten geschickt“) oder auf das Essen und die Katzen. Besonders das Essen nimmt eine zentrale Stellung in der Dokumentation

12 Twitter stellt im Vergleich zu Blogs eine Unmittelbarkeitssteigerung dar: „Twitter kann als Mikro-Blogging-Dienst verwendet werden, der die Eingabe und Publikation von Kurznachrichten mithilfe verschiedener Dienste (z.B. SMS oder IM) erlaubt. In letzter Konsequenz gedacht, erlaubt Twitter, ‚offline‘-Erfahrungen („what am I doing“) nahezu simultan in das Weblog bzw. die *twitter-box* zu integrieren. Die vermeintliche oder tatsächliche Spontaneität und Banalität verleiht dem durch das Weblog evozierten Selbst-Bild Dichte und Authentizität, die der tagebuchartigen Reflexion des Blogs fehlt.“ (FOLGER 2008: 295).

13 Wobei es auch Einträge ohne Fotos gibt.

14 Unter „trackback“ versteht man „eine automatisch generierte Liste von Beiträgen in anderen Blogs, die auf einen eigenen Eintrag verweisen“ (MÖLLER 2005: 163).

15 Anscheinend möchte Yû mit ihrer Leserschaft eher über ihre Homepage in Kontakt treten (vgl. <http://www.yu-miri.com/>).

16 Mit richtigem Namen heißt er Murakami Tomoharu. Er ist 15 Jahre jünger als Yû und sie soll ihn über das Internet kennengelernt haben.

des Alltags ein. So erfahren wir, dass Yû mit ihrer Familie oft die Fast-Food-Kette Denny's oder Starbucks besucht und Takeru sich trotz seines Übergewichts stets auf das obligatorische Eis freut. Auffälligerweise lädt Yû selten Fotos von sich selbst hoch; wenn, dann fotografiert sie sich meist kurz vor dem Einschlafen, aber auch nur so, dass der Betrachter ihr nie direkt in die Augen schauen kann, oder sie nur verschwommen zu sehen ist.¹⁷ Gerade von einer Autorin wie Yû, die seit vielen Jahren vor einem breiten Publikum öffentlichkeitswirksam ihre Herkunft und ihr Privatleben darlegt, wie beispielweise in *Mizube no yurikago* 水辺のゆりかご („Die Wiege am Ufer“) (1997), in der vierbändigen *Inochi-Reihe* 命 („Leben“) (2001–2004) oder in *Yû Miri fukô zen kiroku* 柳美里不幸全記録 („Gesamtaufzeichnung von Yû Miris Unglück“) (2007) könnte man vermuten, dass in ihrem Blog die Hauptperson sie selbst ist. Die Erwartungen, in theatralischer Manier Skandale und drastische Ereignisse offengelegt zu bekommen, werden jedoch enttäuscht. Anders als der Leser ihrer literarischen Werke erfährt man nichts über emotionale Abgründe, existenzielle Konflikte und bekommt keine intimen Einblicke in die Gedankenwelt der Autorin. Präsentiert wird hingegen ein meist fröhlicher, idyllischer, kleiner familiärer Kosmos. Die Normalität und das Glück, so scheint es, werden von Yû (angesichts deren möglicher Flüchtigkeit) akribisch einzufangen versucht. Das Innenleben der Figuren bleibt dem Leser verschlossen,¹⁸ der Blog analysiert nicht, sondern dokumentiert die Oberfläche, den Augenblick; Vergangenheit und Zukunft spielen keine Rolle. Dargestellte Szenen sind banal und werden mit banalen – meist sogar überflüssigen – Kommentaren versehen, wenn beispielweise ein Foto mit blühenden Kirschbäumen mit „Kirschbäume in voller Blüte“ unternitelt ist. In dem von Yû auf dem Blog dargestellten Leben finden sich (außer den Koreanischlehrbüchern und ihren Manuskripten) kaum Hinweise, dass die Verfasserin eine berühmte japankoreanische Autorin mit schwieriger Vergangenheit ist, die in „unorthodoxen“ Familienverhältnissen lebt. Auf die in ihren autobiographischen Werken oftmals hingewiesene psychische und körperliche Labilität verweist lediglich, dass Yû in ihrem Blog oft davon schreibt, dass sie krank sei, Schlafstörungen habe und medikamentös behandelt werde. Ferner scheint sie in Phasen, in denen sie nichts zu Papier bringen kann, unter ihrer Situation zu leiden, heißt es doch im Eintrag vom 17.06.2009, dass es ihr letztlich nur durch das Romanschreiben möglich sei, sich zu artikulieren und „Schreiben“ „Existieren“ bedeute (vgl. den Eintrag vom 12.08.2009).

Was könnte also für Yû Miri die Funktion dieses Blogs sein und warum verfolgen Menschen ihn, obwohl er auf den ersten Blick langweilig und monoton zu sein scheint? Dass Yû mit ihrem Blog das Interesse der Leser an ihrer Person aufrechterhalten und auf sich neugierig machen möchte, ist angesichts der

17 Meist fotografiert sie nur einzelne Körperteile von sich wie Beine, Füße und vor allem ihre Hände.

18 Manchmal gibt Yû jedoch Dialoge wieder oder berichtet darüber, wie sich ihr Sohn oder sie selbst gerade fühlten.

Thematik des Blogs eher unwahrscheinlich. Obwohl sie manchmal indirekt Werbung für ihre Publikationen macht und an einigen Stellen ihr Schreiben bzw. Nicht-Schreiben nachvollzieht,¹⁹ scheidet auch Paulsens Argument, dass Blogs der Vermarktung und der Reflexion des künstlerischen Schaffensprozesses dienen (vgl. PAULSEN 2007:258), aus. Auch das zuvor angesprochene Interaktivitätspotenzial von Blogs fällt als Reiz weg, da die Leser den Blog nicht kommentieren können. Ferner gibt es keine Hyperlinks und Blog-Rolls, die von der Forschung wiederholt als Blog-Kriterium angeführt werden. Anders als bei anderen Homepages und Blogs, wie beispielsweise dem von Banana Yoshimoto, ist nicht einmal ersichtlich, wie viele User die Seite besuchen. Der Blog wirkt auf eine merkwürdige Art und Weise von der Umwelt abgetrennt, wie ein sich selbst genügender Mikrokosmos. Anscheinend schreibt Yû ihn in erster Linie für sich selbst.²⁰ Denkbar wäre auch, dass sie die Lücke zwischen der Veröffentlichung ihrer Bücher zu überbrücken versucht, indem sie für den Leser durch ein anderes Medium permanent präsent ist. Man könnte diesen Blog aber auch als eine Art nach außen gerichteten inneren Monolog bezeichnen, der sich durch Oberflächendokumentation manifestiert. So konnte die Analyse zeigen, dass die oft unreflektiert unterstellte Inszenierungsfunktion von Blogs und ihr Interaktivitätspotenzial nicht in jedem Fall ausgeschöpft werden. Außerdem wird deutlich, dass Blogs für einige japanische Schriftsteller nicht in erster Linie der Ort sind, an dem sie etwas „Intimes“ über ihre Person preisgeben und sich „literarisch“ artikulieren.

Auf eine biographistische Interpretation der gesammelten Befunde, die bei Yûs schicksalhafter Vergangenheit naheliegt, wurde hier bewusst verzichtet.²¹ Fest steht, dass Yû dem Leser (scheinbar) jenseits aller Fassaden und Etikettierungen, die sie bekommt, und aller Vorurteile, mit denen sie zu kämpfen hat(te), dem Blog-Leser den Spiegel der „Realität“ und „Normalität“ vorhalten möchte. Ob Yû Miri, die stets betont, dass das Leben eigentlich nicht darstellbar sei, tatsächlich davon ausgeht, dass sie es mit ihrem Blog authentisch einfangen kann, ist fraglich. Jedenfalls gelingt es ihr, ein hochgradig subjektives Bild ihres Umfelds und von sich selbst zu zeichnen, das Authentizitätseffekte erzeugt und den voyeuristischen Drang der Leser befriedigt.

19 In solchen Fällen fotografiert sie dann fast immer ihre Manuskriptseiten.

20 Es existieren aber auch einige Vermerke, in denen sie Leser oder Personen aus ihrem Umfeld direkt anspricht. Im Eintrag vom 01.11.2009 heißt es zum Beispiel: „Danke, dass Sie alle zu meiner heutigen Autogrammstunde von ‚On’ea‘ gekommen sind. Ich konnte zwar nur kurz in jedes einzelne Gesicht schauen und ihren Namen schreiben, aber Sie getroffen haben zu können, hat mich gefreut. Jetzt bin ich gerade in einem Hotel in Ôsaka. Ich freue mich sehr, Sie auch morgen wieder zu treffen. Mein Herz klopft, als würde ich mich mit einem Geliebten treffen. Lassen Sie uns um 14:00 Uhr in der Kinokuniya Umeda-Hauptfiliale treffen. Ich warte.“ Am darauf folgenden Tag lud sie dann Fotos von ihrem Auftritt und ihren Fans hoch.

21 Wer sich über ihr literarisches Schaffen und biographische Hintergründe informieren möchte, dem sei IWATA-WEICKGENANNTS Studie *Alles nur Theater? Gender und Ethnizität bei der japankoreanischen Autorin Yû Miri* (2008) empfohlen.

In Zukunft wäre es interessant, Yû Miris Blog mit denen anderer japanischer Autoren oder denen anderer Personengruppen zu vergleichen, um Ergebnisse zu Blogs systematisieren und Aussagen darüber treffen zu können, inwiefern die in der (japanischen) Literatur über Blogs aufgestellten Thesen haltbar sind. Erst wenn hierzu Ergebnisse vorliegen, können stichhaltige Thesen über Funktionen und Präsentationsformen japanischer Blogs aufgestellt werden.

Literaturverzeichnis

Sekundärliteratur

- DÜNNE, Jörg/Christian MOSER (Hrsg.) (2008): *Automedialität: Subjekt-konstitution in Schrift, Bild und neuen Medien*. München: Fink.
- FISCHER, Frank (2007): „Der Autor als Medienjongleur. Die Inszenierung literarischer Modernität im Internet“, in: KÜNZEL, Christine/Jörg SCHÖNERT (Hrsg.): *Autorinszenierungen: Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien*. Würzburg: Königshausen & Neumann, S. 271–280.
- FOLGER, Robert (2008): „New Kids on the Blog? Subjekt-konstitution im Internet“, in: DÜNNE, Jörg/Christian MOSER (Hrsg.): *Automedialität: Subjekt-konstitution in Schrift, Bild und neuen Medien*. München: W. Fink, S. 283–304.
- GEBHARDT, Lisette (2008): „Überlegungen zur zeitgenössischen japanischen Literatur“, in: MEYER, Harald (Hrsg.): *Wege der Japanologie: Festschrift für Eduard Klopfenstein*. Berlin: LIT, S. 265–289.
- HIJIIYA-KIRSCHNEREIT, Irmela (2005): *Selbstentblößungsrituale: Zur Theorie und Geschichte der autobiographischen Gattung „Shishôsetsu“ in der modernen japanischen Literatur*. 2., ergänzte Aufl., Neuausgabe. München: iudicium (Erstausgabe 1981).
- IWATA-WEICKGENANNT, Kristina (2008): *Alles nur Theater? Gender und Ethnizität bei der japankoreanischen Autorin Yû Miri*. München: iudicium.
- KOZLOWSKI, Timo/Oliver JAHRAUS (Hrsg.) (2000): *Elektronische Literatur*. Bamberg: Univ.
- KUME, Nobuyuki (2005): *Burogu-dô* [Der Weg des Blogs]. Tôkyô: NTT.
- KÜNZEL, Christine/Jörg SCHÖNERT (Hrsg.) (2007): *Autorinszenierungen: Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- MÖLLER, Erik (2005): *Die heimliche Medienrevolution – Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern*. Hannover: Heise Zeitschriften Verlag.
- OKABE, Takashi (2006): *Burogu shinkaron* [Der Evolutionismus der Blogs]. Tôkyô: Kôdansha.

- PAULSEN, Kerstin (2007): „Von Amazon bis Weblog. Inszenierung von Autoren und Autorschaft im Internet“, in: KÜNZEL, Christine/Jörg SCHÖNERT (Hrsg.): *Autorinszenierungen: Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien*. Würzburg: Königshausen & Neumann, S. 257–269.
- SCHMIDT-BERGMANN, Hansgeorg/Torsten LIESEGANG (Hrsg.) (2001): *Liter@tur: Computer – Literatur – Internet*. Bielefeld: Aisthesis-Verlag.
- SCHÜTZ, Erhard/Thomas WEGMANN (Hrsg.) (2002): *Literatur.com: Tendenzen im Literaturmarketing*. Berlin: Weidler.
- SIMANOWSKI, Roberto (2001): „Autorschaften in digitalen Medien. Eine Einleitung“, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur (152): Digitale Literatur*, S. 3–21.
- SUZUKI, Yoshiki (2005): *Surô burogu sengen* [Ein Manifest für Slow-Blogs]. Tôkyô: Gijutsu hyôronsha.
- Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur (152): Digitale Literatur*.
- YAMAKAWA, Ken'ichi (2006): „Kakeru hito“ ni naru: *Burogu bunshô kyôshitsu* [Jemand werden, der schreiben kann: Klassenzimmer für den Blog-Schreibstil]. Tôkyô: Sofuto banku kurieitibu.
- YAMASHITA Kiyomi/KAWAURA Yasuyuki/KAWAKAMI Yoshiro/MIURA Asako (2007): *Weburogu no shinrigaku* [Die Psychologie des Weblog]. Tôkyô: NTT.

Internetquellen (als Primärliteratur)

- http://www.yu-miri.net/diary_archive/ (letzter Zugriff: 15.03.2010).
- <http://www.yu-miri.net/diary/mailbbs.php> (letzter Zugriff: 15.03.2010).
- http://blog.goo.ne.jp/yu_miri/ (letzter Zugriff: 15.03.2010).
- <http://www.mieko.jp/> (letzter Zugriff: 14.03.2010).
- <http://www.randomhouse.com/features/murakami/site.php?id>
(letzter Zugriff: 14.03.2010).
- <http://www.yoshimotobanana.com> (letzter Zugriff: 14.03.2010).
- http://r25.jp/magazine/ranking_review/10007000/1112007071907.html
(letzter Zugriff: 17.06.2009).
- <http://www.yu-miri.com/> (letzter Zugriff: 16.03.2010).