

## **Prüfung intra- und transkulturelle Kommunikation**

**Termin: November 2014**

Der Ausgangstext ist eine adaptierte Version eines Artikels von Beate Hausbichler und Karin Krichmayr, der am 11./12. Oktober 2014 online in *diestandard.at* erschienen ist.

**Gestalten Sie für die nachfolgend formulierten Situationen Texte in Ihren drei Arbeitssprachen basierend auf den Informationen des Ausgangstextes. Achten Sie darauf, Ihre Zieltexte in Makro- und Mikrostruktur dem Auftrag entsprechend zu texten. Ihre Texte sollen ca. 250 Wörter umfassen. Die Beurteilung der Zieltexte erfolgt basierend auf dem PIK-Beurteilungsraster.**

### Auftrag 1 – Textproduktion A-Sprache/-Kultur (ca. 250 Wörter):

Eine Ringvorlesung an einer Universität eines Landes Ihrer A-Sprache/-Kultur, die von interessierten Studierenden und Lehrenden besucht wird, befasst sich mit aktuellen kulturwissenschaftlichen Themen. Barbara Eder, die auch im Ausgangstext zitiert wird, wird in Ihrer A-Sprache einen wissenschaftlichen Vortrag zum Thema Frauen in der Comic-Welt halten. Verfassen Sie einen Text, der den Vortrag ankündigt und das wissenschaftlich orientierte Publikum ansprechen soll.

### Auftrag 2 – Textproduktion B-Sprache/-Kultur (ca. 250 Wörter):

Ein kritisches Jugendmagazin in einem Land Ihrer B-Sprache/-Kultur, das sich an junge Menschen zwischen 15 und 25 richtet, publiziert einen Kommentar zur Entscheidung des Marvel-Verlages, dem Comic-Helden Thor zukünftig eine weibliche Identität zu geben. Verfassen Sie diesen Text.

### Auftrag 3 – Textproduktion C-Sprache/-Kultur (ca. 250 Wörter):

Das Unterrichtsministerium eines Landes Ihrer C-Sprache/-Kultur plant in Schulen Diskussionsrunden zum Thema „Gender und Comics“, die von interessierten SchülerInnen der Oberstufe dieser Schulen besucht werden können. Die Zielsetzung der Aktion ist eine Sensibilisierung der jungen Männer und Frauen für Rollenklischees; durch das Thema Comics soll der Zugang erleichtert werden. Verfassen Sie das Schreiben des Ministeriums an die Schuldirektionen, in dem das Thema vorgestellt und die Aktion beworben wird. Wenn die Schulen Interesse bekunden, stellt das Ministerium Unterrichtsmaterialien zur Verfügung.

Ausgangstext (820 Wörter):

## **Kämpferinnen im Comic-Kosmos**

**Seit Oktober ist Thor eine Frau. Comicstoff für eine bereits bestehende weibliche Leserschaft? Oder steckt hinter dem Klischee des männlichen Comic-Nerds doch noch viel Wahres?**

Drei Frauen betreten einen Comicladen. Die Szenerie erstarrt: Die Kunden, junge Männer mit starkem Hang zu Nerd-Optik, unterbrechen wie vom Donner gerührt ihre hochkonzentrierte Suche nach neuen Heftchen. Alle Augen richten sich auf die Eindringlinge – und zwar so, als ob es sich um Wesen von einem anderen Stern handeln würde.

Diese Szene aus der erfolgreichen Sitcom „The Big Bang Theory“ scheint realitätsnah: Für die bunten, schmalen Heftchen voller Heldentaten brennen vor allem junge Männer – und solche, die nie so recht erwachsen geworden sind. Kein Wunder, sind die Stars unter den Comic-Superhelden, die seit einigen Jahren auch in Hollywood teuer und mit großem Erfolg verfilmt werden, doch in der Tat männliche Identifikationsfiguren: Batman, Superman, Spiderman und Thor – alles virile Kerle, zumindest, wenn sie in ihren Dressen stecken.

Seit den 1930er-Jahren sorgen die Helden in Cape und Strumpfhosen in den einschlägigen Formaten für Recht und Ordnung, Frauen in Superhelden-Comics waren meist nicht viel mehr als schmückendes Beiwerk in knappen Trikots und mit praller Oberweite, verführerische Amazonen, die schnell zu Opfern werden und auf männliche Retter angewiesen sind. Nicht unbedingt Eigenschaften, die Leserinnen anziehen. Sehr häufig dienten Superheldinnen auch als weibliche Pendants zu ihren berühmten Kollegen: Man denke nur an Spider-Woman, Batwoman und Batgirl, Catwoman und She-Hulk.

Doch neuerdings scheint die Männerdomäne Superhelden ins Wanken zu geraten: Ausgerechnet Thor, der Prototyp des maskulinen Helden, wird ab sofort als Frau auftreten. Der Comicverlagsriese Marvel hat mit der Ankündigung, dass künftig eine Donnergöttin den Hammer mit den magischen Kräften schwingen wird, einiges Aufsehen erregt. Laut Marvel soll die neue Thor-Figur Frauen und Mädchen ansprechen, die bisher nicht als vorrangiges Publikum für Superhelden-Comics gegolten haben.

Doch warum waren Frauen so lange ausgeschlossen aus dem schillernden Kosmos der Comichelden? Und warum glaubt Marvel gerade jetzt, daran etwas ändern zu können? Oder soll die Idee schlichtweg eine neue zahlungskräftige Zielgruppe ins Marvel-Universum locken? Steffen Volkmer, Sprecher von Panini, bei dem die deutschsprachigen Rechte für sämtliche Marvel-Superhelden liegen, glaubt nicht so recht an einen feministischen Hintergrund. „Das hat weniger mit der Genderfrage zu tun als mit der Frage, wie man einen Helden drehen und wenden kann“, vermutet Volkmer. „Das große Medienecho zeigt, dass man das Ganze einfach auch als guten PR-Gag betrachten kann“. Es sei auch nicht notwendig, ein neues Publikum zu erschließen, sagt Volkmer: „Das weibliche Klientel ist längst da, was Comics im Allgemeinen und auch Superhelden-Comics betrifft.“ Deswegen seien die Erwartungen an die neue Thor-Serie nicht allzu hoch gesteckt: „Bis auf die erste Ausgabe, die sich sicher häufiger verkauft, wird sich die Neugestaltung auf Dauer nicht auf die Zusammensetzung der Leserschaft auswirken.“

Betrachtet man die kommerziell erfolgreichen Comics und Superhelden-Geschichten mit hohen Auflagen, bekommt das Bild vom Comic als männlichem Kulturgut schnell Risse. Für

Barbara Eder, Mitautorin des Buches „Theorien des Comics“, ist dieses Image ohnehin eine „grobe Pauschalisierung“, die auch das große Feld der Independent-Comics ausblende: „Es gibt unterschiedliche Genres und unterschiedliche RezipientInnenstrukturen, bei den Indie-Comics war der Stoff schon immer weniger massenkompatibel. Da geht es oft um Antipatriotismus, Feminismus, Rechte für Lesben und Schwule.“

Ein Genre hat jedenfalls ein großes weibliches Publikum: die japanischen Mangas. Ausgerechnet bei jenem Genre, in dem Frauen und Mädchen mit tellergroßen Augen, winzigen Näschen und zerbrechlichen Körpern dargestellt werden. Doch in den sogenannten Shojo-Mangas (Shojo bedeutet Mädchen) sind es Heldinnen, die Freunde, Familie und die Welt retten. Zu Beginn der Storys sind sie oft völlig durchschnittliche Mädchen, die erst im Lauf der Handlung zu Frauen mit Superkräften werden, worin weiteres Identifikationspotenzial für Leserinnen liegt.

In den 1960er-Jahren wurde der Shojo-Manga von den Comiczeichnerinnen der „Gruppe der 24er“ revolutioniert – ästhetisch und inhaltlich. So setzten sich die „24er“ mit ihrem Anliegen durch, dass Geschichten für Frauen auch von Frauen produziert werden sollen: Seit den 1970er-Jahren kommen Shojo-Mangas fast ausschließlich aus der Feder von Zeichnerinnen. Und immerhin beschäftigen sich noch einige Shojo-Mangas mit sozialen Themen oder Geschlechterklischees. In den Zeichnungen selbst schlägt sich das allerdings nicht nieder. Comicexpertin Barbara Eder sieht in der Infantilisierung von Frauen in den japanischen Mangas ein klares Zeichen der herrschenden Geschlechternormen.

Über den Grund, warum es so wenige Studien über Zeichnerinnen, Produzenten und generell über die Geschlechterverhältnisse in der Comicwelt gibt, sind sich Fachleute einig: Weil der Comic noch immer als „Schund“ gilt. Es herrscht die Meinung vor, Comics seien etwas für Debile, für Leute, die nicht lesen können. Dagegen arbeiten nun neue Charakterzeichnungen, wie Eder erklärt: „Früher waren Batman oder Superman Haut-drauf-Helden, die Gegner rasch plattmachten und so klischeehafte Bubenfantasien bedienten. Doch in den vergangenen 15 Jahren haben sich auch Superhelden emanzipiert. Sie bekamen Selbstzweifel, Schwächen und Zusammenbrüche.“

Und wie groß ist nun Thors Verwandlung? Die Maske im Gesicht ist noch da, auch der mächtige Panzer. Aber immerhin: Mehr Haut zeigt Frau Thor nicht.

#### Literaturhinweis:

**Barbara Eder, Elisabeth Klar, Ramón Reichert (Hg.)**  
**Theorien des Comics**  
Ein Reader  
Transcript-Verlag 2011