

02. Juli 2009

# medien heft

---

## Zeitungskultur in Japan

### Auflagenstark und zweigeteilt

Sarah Maier

Japan ist nicht nur bezüglich kulinarischer Höhenflüge und Pünktlichkeit der Züge weltweit herausragend, es ist auch in Punkto Zeitungslandschaft ein besonderer Fleck auf dieser Welt: Japan beheimatet die fünf Tageszeitungen mit den weltweit höchsten Auflagen. Ein Presseclubsystem bestimmt den Informationsfluss, und in einer Zeitung werden parallel drei verschiedene Schriftsysteme verwendet. – Gründe genug, einen Blick in die Zeitungskultur von Japan zu werfen.

Neben unzähligen Wochen- und Monatszeitschriften, Gratis-Zeitungen und Magazinen gibt es in Japan 120 verschiedene Tageszeitungen. 50 davon geben sowohl eine Morgen- als auch eine Abendausgabe heraus. Die restlichen 70 Zeitungen sind zu drei Vierteln Morgenzeitungen und zu einem Viertel Abendzeitungen. Die Tageszeitungen unterteilen sich wiederum in überregionale und regionale Zeitungen. Insgesamt sind in jeder Region Japans mindestens fünf verschiedene Tageszeitungen erhältlich.

### Die grossen Fünf

Trotz dieser Zeitungsvielfalt liegt die grösste Macht in der Hand von fünf Tageszeitungen: Die «Yomiuri Shimbun» – «Shimbun» ist das japanische Wort für «Zeitung» –, die «Asahi Shimbun», die «Mainichi Shimbun», die «Nihon Keizai Shimbun» und die «Chunichi Shimbun». Die ersten drei sind überregionale Tageszeitungen, die «Nihon Keizai Shimbun» ist eine Wirtschaftszeitung und die «Chunichi Shimbun» ist eine grosse Regionalzeitung. Zusammen erreichen diese fünf grossen Zeitungen einen Marktanteil von über 50 Prozent und belegen international betrachtet bezüglich ihrer täglichen Auflagenhöhe weltweit die ersten fünf Plätze. So erscheint zum Beispiel die «Yomiuri Shimbun», die auflagenstärkste Zeitung überhaupt, täglich in 15 Millionen Exemplaren, Morgen- und Abendausgabe zusammengerechnet. Besonders bemerkenswert ist, dass es bei diesen fünf Zeitungen um seriöse und anspruchsvolle Publikationen handelt, wäh-

---

#### Impressum

Medienheft [vormals ZOOM K&M], ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: [redaktion@medienheft.ch](mailto:redaktion@medienheft.ch), Internet: [www.medienheft.ch](http://www.medienheft.ch)

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste: [www.medienheft.ch/mailling\\_abo](http://www.medienheft.ch/mailling_abo)

# medien heft

rend in anderen Ländern vor allem die Boulevard-Produkte zu den auflagenstärksten gehören, man denke an die deutsche «Bild», die britische «Sun» oder den schweizerischen «Blick».

## Lesefaktoren Bildung und Alter

Die Gründe für die hohen Auflagenzahlen von japanischen Tageszeitungen liegen unter anderem im hohen Bildungsniveau der japanischen Bevölkerung, im Vertrauen der Japaner gegenüber Tageszeitungen und in der Absondendichte. Über 90 Prozent aller in Japan vertriebenen Zeitungen werden per Direktabonnement nach Hause geliefert. Bei den Abonnenten handelt es sich aber vor allem um ältere Menschen. Jüngere Menschen kaufen Zeitungen vermehrt über den Ladentisch oder lesen sie in einem Café. Deshalb wird von Medienbeobachtern angenommen, dass es zu einem Zeitungs-Schock kommen wird, wenn die jetzigen Rentner sterben.

## Pendler ohne Zeitung

Wenn man weiss, wie viele Japaner Zeitungsabonnenten sind, ist man auf den ersten Blick erstaunt, wie wenige Leute in der Tokyoter U-Bahn Zeitung lesen. Kaum jemand sitzt oder steht mit einer Zeitung in der Hand in der U-Bahn. Viel häufiger kommt es vor, dass die Leute während ihrer Fahrt in einem meist kleinen Buch lesen oder mit ihrem Mobiltelefon beschäftigt sind. Und die wenigen Leute, die Zeitung lesen, haben ihre Zeitung aus Platz sparenden Gründen vertikal gefaltet. Ein in Tokyo lebender Schweizer meinte dazu, dass die vor allem während der Rushhour am Morgen und am Abend im wahrsten Sinne des Wortes vollgestopften Züge das Lesen einer Zeitung schlicht verunmöglichen.

## Diener des Staates und Wachhunde der Gesellschaft

Wie NZZ oder Tagesanzeiger decken die meisten japanischen Tageszeitungen eine Breite an Themen ab. Neben politischem Geschehen, Wirtschaft, Sozialem, Kultur und Sport bieten die überregionalen Tageszeitungen auch einen Lokalteil an. Das Besondere an den grossen japanischen Tageszeitungen ist, dass sie sich inhaltlich in einem für uns ungewohnten Ausmass ähneln. Während die Zeitungen der Schweiz eine bestimmte Grundhaltung erkennen lassen, wirken die grossen japanischen Zeitungen auffallend konform, eigene Standpunkte sind nur marginal formuliert, an der Regierung wird kaum Kritik geübt und Boulevard-Themen fehlen fast gänzlich. So findet man nicht selten in mehreren japanischen Tageszeitungen ähnlich formulierte Artikel. Vergleicht man die grossen Tageszeitungen mit kleineren Zeitungen (dazu gehören unter anderem die Wochenzeitungen), weisen Letztere einen individuelleren Schreibstil auf, und neben exzellent recherchierten und aufdeckende Reportagen findet sich auch der eine oder andere Klatsch-Artikel. Nicht von ungefähr werden die grossen Tageszeitungen als «Diener des Staates» und die kleineren als «Wachhunde der Gesellschaft» bezeichnet.

## Exklusive Presseclubs

Diese Zweiteilung der Zeitungslandschaft in Japan lässt sich hauptsächlich mit dem System der Presseclubs (japanisch Kisha Kuraba) erklären. Die Presseclubs in Japan sind in ihrer Art und ihrer Ausbreitung weltweit einzigartig. Landesweit gibt es an die 800 Presseclubs, die jeweils Teil einer bestimmten Institution sind und sich meistens in

# medien heft

den Gebäuden von Parlamenten, regionalen Verwaltungen, Industrieverbänden, grösseren Parteien oder des kaiserlichen Hofamts befinden. In diesen Presseclubs gibt die jeweilige Institution in Form von regelmässigen Pressekonferenzen, Pressemitteilungen und informellen Veranstaltungen ihre neusten Informationen bekannt.

Das Besondere daran ist, dass zu diesen Presseclubs nur eine Anzahl von akkreditierten Journalisten Zugang haben und dass diese Journalisten zu einem ausgewählten Kreis von Mediengruppen gehören, den so genannten Inside-Medien. Neben den oben erwähnten fünf nationalen Tageszeitungen gehören u.a. die grossen TV-Sender und die beiden Nachrichten-Agenturen Japans dazu. Bis zu zehn Journalisten desselben Medienunternehmens arbeiten Vollzeit in demselben Presseclub. Die Journalisten der Inside-Medien kommen durch ihre Position an sehr viele Informationen. Es gibt aber klare Regel, welche Informationen an die Öffentlichkeit gebracht werden dürfen und welche nur als Hintergrundinformation dienen sollen. Weil das Verletzen dieser Regeln einen Ausschluss aus dem Presseclub zur Folge hätte, halten sich die Journalisten generell daran.

Es sind aber nicht nur die Presseclubregeln, die eine Konformität der Zeitungen zur Folge haben, auch arbeiten die Journalisten verschiedener Tageszeitungen zusammen und tauschen ihre Artikel aus.

## Inside-Medien versus Outside-Medien

Neben den Zeitungen der Inside-Medien gibt es die grosse Gruppe der Outside-Medien. Dazu gehören unter anderem Fachzeitungen, Wochen- und Monatszeitschriften, kleine Fernsehsender oder die ausländische Presse. Sie haben keinen direkten Zugang zu den Presseclubs, sie müssen sich aber auch nicht an deren Regeln halten und können ausführlicher und individueller berichten. Das Presseclub-System macht auch die Arbeit von Korrespondenten ausländischer Zeitungen nicht einfach. Erstens gehören ausländische Zeitungen per se zu den Outside-Medien und zweitens macht eine Presseclub-Mitgliedschaft für einen Korrespondenten in der Regel keinen Sinn, da er an einem Tag über Innenpolitik, am nächsten über ein Erdbeben und am dritten Tag über einen Sumo-Kampf berichtet. Dafür müsste er in allen Presseclubs Mitglied sein. Wie Christoph Neidhart, der Japan-Korrespondent des Tages-Anzeigers, meint, ist es mit etwas Anstrengung möglich, im einen oder anderen Club Zugang zu finden. Ausserdem gäbe es noch den «Foreign Correspondents Club», den Presseclub für die ausländischen Korrespondenten.

## Drei Schriftsysteme in einer Zeitung

Japanische Zeitungen werden aus unserer Sicht von hinten nach vorne gelesen. Das heisst, blickt man auf die Frontseite einer Zeitung, dann öffnet sich die Zeitung linkerhand und ist auf der rechten Seite gebunden. Schlägt man eine japanische Zeitung auf, erkennt man neben sehr komplexen Zeichen auch einfachere Zeichen. Diese verschiedenen Zeichen gehören drei Schriftsystemen an: Kanji, Hiragana und Katakana. Das Schriftsystem Kanji entstammt der chinesischen Schrift und besteht aus 40'000 Schriftzeichen. Jedes dieser Schriftzeichen, das meist aus vielen Strichen besteht, hat eine eigene Bedeutung. Hiragana und Katakana sind zwei Silbenschriften, welche aus den ungefähr 50 Lauten und Lautkombinationen der japanischen Sprache bestehen. Im Unterschied zu den Kanji haben die einzelnen Hiragana- und die Katakana-Zeichen keine Bedeutung. Erst in Kombination von zwei oder mehr Zeichen erhalten sie eine Be-

deutung. Dass diese drei Schriftsysteme innerhalb eines Textes parallel verwendet werden, hat zwei Gründe: Erstens wird Japanisch ohne Leerzeichen geschrieben. Würden nur die zwei Silbenschriften Hiragana und Katakana verwendet, könnte der Text kaum entziffert werden. Und zweitens hat jedes Schriftsystem eigene Funktionen. Kanji werden meist für Substantive, Verben und Adjektive eingesetzt. Hiragana sind in der Regel grammatische Partikel oder Prä- und Suffixe. Sie werden auch anstelle von sehr seltenen und schwierigen Kanji eingesetzt oder in der Verwendung von umgangssprachlichen Ausdrücken. Katakana schliesslich verwendet man für die Wiedergabe von neuen, aus westlichen Ländern importierten Wörtern und für die Hervorhebung, ähnlich der Kursivschrift. Das heisst, man muss die drei verschiedenen in Japan verwendeten Schriftsysteme kennen, wobei von den Kanji ein Grundstock von 2000 Zeichen ausreicht, um eine japanische Zeitung zu lesen.

### Tradition zwischen Hochkultur und Pop

Angesichts der für uns schier Unzugänglichkeit einer japanischen Zeitung mag es erstaunen, dass die Zeitungsauflagen nirgends so hoch sind, wie im Land der aufgehenden Sonne. Dies umso mehr, als der Trend zu mehr Boulevard die westlichen Zeitungen nicht davor bewahrt hat, immer mehr Leser zu verlieren. Abgesehen von den Gratiszeitungen sind die Auflagen der bezahlten Zeitungen stetig gesunken. Braucht die Presse also wieder mehr Kultur statt Boulevard? Wäre dem Leser am Ende doch mehr Komplexität zuzutrauen, als Kurzfutter und Horoskope? Der Blick nach Japan scheint die These zu bestätigen, dass die Zukunft der Presse in der Qualitätszeitung liegen könnte. Doch es wäre falsch, Japan als Hort der Hochkultur zu wähen und im Okzident über den Kulturzerfall zu klagen. Vielmehr ist Japan ein schillerndes Nebeneinander von Hochkultur und Populärkultur, und die Disziplin der Zeitungsläser ist Ausdruck einer traditionell streng organisierten Gemeinschaft. Die Zeitungslandschaft Japans ist nicht zuletzt mit dem Nebeneinander von Inside- und Outside-Medien ein Abbild ihrer Gesellschaft: Während das Berufsleben der meisten Japaner von Regeln, Restriktionen und Konformität bestimmt ist, werden den Inselbewohnern in der Zeit vor und nach der Arbeit viele Freiräume geboten. Dazu gehören Alkoholgelage unter Kollegen, Karaoke-Bars oder der sonntägliche Aufmarsch von als Elvis-Presley oder Mangafiguren Verkleideten im Yoyogipark Tokyos. Damit die japanische Gesellschaft und ihr Zeitungssystem funktionieren, braucht es beide Seiten dieser Kultur.

Sarah Maier arbeitet in kulturellen und sozialen Projekten und hat den Monat Mai in Japan verbracht. Mit Dank an Christoph Neidhart, Japan-Korrespondent des Tages-Anzeigers, für den E-Mail-Austausch nach dem Japanaufenthalt.

#### Quellen:

Legewie, Jochen (2007): Japans Medien. Die vierte Macht im Staat:  
[http://www.cnc-communications.com/pdf/de/legewie\\_Auszug.pdf](http://www.cnc-communications.com/pdf/de/legewie_Auszug.pdf)

Muzik, Michael (1996): Presse und Journalismus in Japan. Yomiuri Shimbun – die auflagenstärkste Zeitung der Welt. Böhlau Verlag.

Nojiri, Hiroko (1991): Medien in Japan. Wissenschaftsverlag Volker Spiess.

Der Text befindet sich im Internet unter:  
[http://www.medienheft.ch/politik/bibliothek/p09\\_MaierSarah\\_01.pdf](http://www.medienheft.ch/politik/bibliothek/p09_MaierSarah_01.pdf)