

FRAUEN UND MEDIEN NEUE PUBLIKATIONEN AUS DEN JAHREN 1991 BIS 1994

Besprochen von Hilaria GÖSSMANN

小玉美意子『新版 ジャーナリズムの女性観』学文社 1991
KODAMA, Miiko (1991): *Shinpan jōnarizumu no joseikan* [Das Frauenbild des Journalismus, Neuauflage]. Tōkyō: Gakubunsha, 242 S., ¥ 1.900.

加藤春恵子・津金澤聡廣 (編) 『女性とメディア』世界思想社 1992
KATŌ, Harueko und Toshihiro TSUGANESAWA (Hg.) (1992): *Josei to media* [Frauen und Medien]. Kyōto: Sekai Shisōsha, 239 S., ¥ 1.850.

メディアの中の性差別を考える会 (編) 『メディアに描かれる女性像』桂書房
1991 (1993増補・反響編付)
MEDIANONAKANOSEI-SABETSUOKANGAERUKAI (Hg.) (1993): *Media ni egakareru joseizō. Shinbun o megutte* [Das Frauenbild der Medien. Die Zeitungen]. Toyama: Katsura Shobō, 320 S. (Erweiterte Ausgabe der Erstauflage von 1991), ¥ 2060.

諸橋泰樹『雑誌文化の中の女性学』明石書店 1993
MOROHASHI, Taiki (1993): *Zasshi bunka no naka no joseigaku. The Culture of Women's Magazines: A Study of Gender Image*. Tōkyō: Meiseki Shoten, 316 S., ¥ 3.090.

春原昭彦・他 (編) 『女性記者 新聞に生きた女たち』世界思想社 1994
HARUHARA, Akihiko et al. (Hg.) (1994): *Josei kisha. Shinbun ni ikita onna-tachi* [Journalistinnen. Frauen, die ihr Leben den Zeitungen widmeten]. Kyōto: Sekai Shisōsha, 292 S., ¥ 1.950.

日本女性放送者懇談会 (編) 『放送ウーマンの70年』講談社 1994
NIHON JOSEI HŌSŌSHA KONDANKAI (Society of Japanese Women in Radio and Television) (Hg.) (1994): *Hōsō ūman no 70-nen* [70 Jahre Frauen im Rundfunk]. Tōkyō: Kōdansha, 298 S., ¥ 3.500.

Die Medien galten in vielen Ländern, so auch in Japan, lange als eine reine Männerdomäne. Weibliche Beschäftigte bekamen nur schwer Zugang, und das Frauenbild wurde somit vornehmlich aus männlicher Sicht ge-

staltet. Die Erkenntnis, daß gerade die Medien eine wichtige Rolle bei der Verwirklichung der Gleichberechtigung von Mann und Frau spielen, veranlaßte die Vereinten Nationen 1975, einen Weltaktionsplan zur Dekade der Frau bis 1985 zu beschließen. Zu den Forderungen, die an die Medien weltweit gestellt wurden, zählten eine verstärkte Berichterstattung über die Rolle der Frau, die Darstellung der Leistungen von Frauen als ein Mittel zur Stärkung weiblichen Selbstbewußtseins, die kritische Auseinandersetzung mit den dargebotenen Frauenbildern sowie eine stärkere Integration von Frauen in das Management der Massenmedien (SCHMERL 1984: 122). Ziel war es, anhand einer umfassenden Würdigung des Beitrags, den Frauen in der Gesellschaft leisten, eine Verbesserung ihrer gesellschaftlichen Stellung voranzutreiben. Da sich innerhalb dieses Zeitraumes in den meisten Ländern keine grundsätzliche Veränderung vollzog, wurde 1985 erneut ein Aktionsplan bis zum Jahr 2000 beschlossen (MEDIA NO NAKA NO SEI-SABETSU O KANGAERU KAI 1993: 5). Dennoch ist eine adäquate Darstellung der Rolle der Frau in den Medien auch in den neunziger Jahren in den wenigsten Ländern verwirklicht. Die folgende Aussage in bezug auf die Massenmedien in Deutschland 1992 gilt ebenso für Japan:

Gewöhnlich wird [von den Medien] erwartet, daß sie ihrer Zeit voraus sind: Die Medien mit ihrem Informationsvorsprung und mit ihrem professionellen Interesse an der Zukunft schmücken sich gern mit dem Image, die Nase vorn zu haben. In zumindest einer entscheidenden Frage aber hinken sie der Entwicklung hinterher: In der Frauenfrage haben Presse und Rundfunk nicht Schritt gehalten. Und das weder in ihrer eigenen Berufsgruppe noch in der Art, wie sie Frauen in den Publikationen und Programmen behandeln. (KAISER 1990: 7)

In den Medien- und Sozialwissenschaften sowie der Frauen- bzw. Geschlechterforschung gewinnt die Beschäftigung mit dem Thema „Frauen und Medien“ seit den siebziger Jahren international zunehmend an Bedeutung.¹ Auch in Japan findet die Analyse des Frauenbilds der verschiedenen Massenmedien sowie die Beschäftigungssituation von Frauen in den Medien immer mehr Beachtung. Dies zeigt sich an den zahlreichen Publikationen², den Aktivitäten verschiedener Gruppen, die sich mit dem

¹ Während FRÖHLICH zufolge etwa in den USA das Thema „Frauen und Medien“ generell breite Beachtung in Forschung und Lehre findet, erscheint der Forschungsbeitrag der deutschen Kommunikationswissenschaften noch als eher dürftig (FRÖHLICH 1992: 14).

² Bibliographien zu dieser Thematik sind enthalten in KATŌ und TSUGANESAWA (1992). Sondernummern zum Thema „Frauen und Medien“ publizierte die Zeitschrift *Tsukuru* im Januar 1990 und im Dezember 1994.

Bild der Frau bzw. der Geschlechter in den Medien beschäftigen³ und den Symposien, die insbesondere seit den neunziger Jahren zu diesem Themenbereich abgehalten wurden.⁴ Selbst die Vereinigung für Massenkommunikation (Masukomyunikēshon Gakkai), auf deren Kongressen Wissenschaftlerinnen noch recht schwach vertreten sind – unter zehn Prozent der Teilnehmenden –, hat wiederholt *workshops* zu dieser Thematik organisiert. Bei der Herbsttagung 1994 wurden in einem Vortrag im Plenum die Forschungsergebnisse von fünf Wissenschaftlerinnen über die Arbeitssituation von weiblichen Beschäftigten in den Medien vorgetragen. In diesem Zusammenhang wies eine der Referentinnen, KATŌ Harueko, darauf hin, welche Schritte in der internationalen Diskussion für notwendig erachtet werden, um eine Gleichstellung der Geschlechter in den Medien zu verwirklichen:

1. Analyse und Kritik der Inhalte der verschiedenen Medien,
2. Diskussion innerhalb der Medien zur Bewußtmachung der Problematik („consciousness raising“),
3. Erstellung von Richtlinien,
4. Analyse der Beschäftigungssituation in den Medien,
5. Förderungsmaßnahmen innerhalb der Medien,
6. Veränderung der an der Männergesellschaft orientierten Arbeitsbedingungen in den Medien.

Wie in den meisten anderen Ländern, so stand auch in Japan der erste Punkt, die kritische Analyse der Medieninhalte, zunächst im Vordergrund, meist in Form von Studien zum Frauenbild der Medien.⁵ Wie KATŌ

³ Eine Liste mit zwölf Studiengruppen und elf Aktionsgruppen, die sich mit dem Thema Frauen und Medien auseinandersetzen, findet sich im Anhang von KATŌ und TSUGANESAWA 1992.

⁴ Stellvertretend für viele andere seien folgende Symposien zu dieser Thematik genannt: „Shinbun no naka no josei“ [Frauen in Zeitungen] (am 4.12.1993, veranstaltet von der Studiengruppe „Josei to media“ [Frauen und Medien]) und „Das Bild der Frau in den Medien – Josei to media“ (am 14.–15.12.1993, veranstaltet vom Josei Bunka Sentā [Zentrum für Frauenforschung] der Ochanomizu-Universität und dem Goethe-Institut Tōkyō). Tagungsberichte hierzu sind enthalten im *Bulletin des Deutschen Instituts für Japanstudien*, Nr. 11 (Frühjahr 1994).

⁵ Als eine der ersten grundlegenden Publikationen, die auf diese Thematik eingehen, ist *Nihongo to onna* [Die japanische Sprache und die Frauen] von JUGAKU Akiko zu nennen, in dem die Autorin u. a. das Frauenbild von japanischen Schlagertexten analysiert (JUGAKU 1979). In *Terebi dorama no joseigaku* [Frauenforschung zu den Fernsehspielen] untersucht MURAMATSU Yasuko das Frauenbild in den japanischen „Fernsehspielen“, einem der wichtigsten Genres der Populärkultur (MURAMATSU 1979). Die Autorin hat sich zum Ziel gesetzt, jeweils

Harueko betonte, sind in Japan darüber hinaus lediglich in bezug auf die beiden Punkte 3 und 4 erste Schritte unternommen worden, die anderen Aspekte wurden überhaupt noch nicht in Angriff genommen.

Die Publikationen, die sich vom Standpunkt der Frauenforschung mit den Massenmedien befassen, haben seit Ende der achtziger Jahre in Japan so sehr zugenommen, daß MOROHASHI Taiki meint, man könne schon fast von einem eigenen Genre sprechen (1993: 12). Seit Beginn der neunziger Jahre ist besonders ein Anstieg an selbständigen Publikationen zu diesem Thema zu verzeichnen. Im folgenden sollen die eingangs aufgelisteten Neuerscheinungen der neunziger Jahre zum Thema „Frauen und Medien“ in der Reihenfolge ihres Entstehens vorgestellt werden. Um dabei die Entwicklung der Diskussion zu dieser Thematik zu skizzieren, ist auf diejenigen Beiträge, die sich mit grundsätzlichen Fragen zum Thema „Frauen und Medien“ auseinandersetzen, besonders detailliert einzugehen.

In der 1989 erstmals publizierten und 1991 in Neuauflage erschienenen Monographie *Jānarizumu no joseikan* [Das Frauenbild des Journalismus] von KODAMA Miiko, Professorin für Massenkommunikation an der Edogawa Universität, legt die Autorin das Schwergewicht ihrer Analyse auf die Berichterstattung in Zeitungen und Fernsehnachrichten. Sie kann hier auf eigene Erfahrung zurückgreifen, da sie, wie viele Medienwissenschaftler, zunächst einige Jahre innerhalb der Medien beschäftigt war, und zwar als Ansagerin bei einem privaten Fernsehsender. KODAMA beginnt ihre Ausführungen mit allgemeinen Bemerkungen zur Beziehung zwischen Journalismus und dem Alltag der Menschen und geht im ersten Kapitel zunächst auf die Charakteristika des Journalismus ein, wie etwa den Anspruch auf eine objektive, neutrale Berichterstattung. Als problematisch bezeichnet sie in diesem Zusammenhang vor allem die Tendenz der Massenmedien, sich vornehmlich an Mehrheiten zu orientieren und kaum an Minoritäten, wozu auch Frauen aufgrund ihrer gesellschaftlichen Stellung zu zählen sind. Im folgenden

im Abstand von etwa zehn Jahren erneut eine inhaltsanalytische Studie zu diesem Genre vorzulegen, um die Veränderungen im Frauenbild zu dokumentieren. Die Ergebnisse der Studie aus dem Jahr 1984 legte sie in Form eines Aufsatzes vor (MAKITA und MURAMATSU 1985). Zur Zeit ist sie erneut mit einer Inhaltsanalyse beschäftigt, deren Ergebnisse voraussichtlich 1996 vorliegen werden. In bezug auf die Printmedien sind für die achtziger Jahre vor allem die Studien von INOUE Teruko zu nennen (1989). Stellvertretend für die Publikationen im populärwissenschaftlichen Bereich sei *Sekushi gyaru no daikenkyū* [Studien zum Thema „Sexy Girl“] von UENO Chizuko genannt, das 1982 erschien und inzwischen als Taschenbuchausgabe vorliegt.

führt sie fünf Punkte – eine Art Checkliste – an, die es bei den Medien kritisch zu analysieren gilt:⁶

- a) die Zielgruppe der Medien
- b) die Themenwahl der Nachrichten
- c) die Wortwahl
- d) die Wertung des Geschehens
- e) die bildliche Darstellung.

In bezug auf Punkt a) stellt die Autorin die geschichtliche Entwicklung in Japan folgendermaßen dar: Nachdem die Medien in der Zeit ihres Entstehens – hier sind wohl insbesondere Zeitungen gemeint – ausschließlich auf ein männliches Publikum ausgerichtet waren, folgte eine Phase, in der spezielle Medien nur für Frauen geschaffen wurden. Als nächster Schritt wurden in den verschiedenen Medien „Nischen“ für Frauen eingerichtet, etwa in Form von „Frauseiten“ in Zeitungen und „Frauennachrichten“ im Fernsehen. Hierin sieht KODAMA mit Recht eine Denkweise, die Männer als die Norm und Frauen als von der Norm abweichend ansieht. Die Autorin kritisiert in diesem Zusammenhang auch die bis in die Gegenwart übliche Praxis, daß „allgemeine Zeitschriften“ (*sōgō zasshi*) auf ein eher männliches Publikum ausgerichtet sind, während diejenigen mit weiblichem Zielpublikum den Zusatz „Frauen“ tragen.⁷ Als anzustrebendes Ziel betrachtet KODAMA Medien, die beide Geschlechter ansprechen. Erst wenn dies erreicht sei, seien spezielle Versionen für Frauen und Männer nicht mehr als diskriminierend zu betrachten (S. 19).

Was den Punkt b), den „Nachrichtenwert“ (*news value*) einer Meldung betrifft, sieht die Autorin es als symptomatisch an, daß etwa über Verbraucherbewegungen oder Umweltschutzgruppen erst dann ausführlich in den Medien berichtet wurde, als diese nicht mehr nur hauptsächlich aus Frauen bestanden, sondern sich auch Männer an diesen Gruppen beteiligten (S. 20). In bezug auf die Wortwahl in Zeitungen und Nachrichten (Punkt c) kritisiert KODAMA z. B. die Praxis, durch Anhängen von *-joshi* an den Familiennamen von Frauen deutlich zu machen, daß es sich um weibliche Wissenschaftler, Autoren etc. handelt, da auf diese Weise hervorge-

⁶ Bei den im folgenden aufgeführten Punkten handelt es sich nicht um eine wörtliche Übersetzung der Kapitelüberschriften, sondern um eine sinngemäße Wiedergabe der Argumentation (S. 17–22).

⁷ Diese Haltung ist in Japan auch in anderen Bereichen zu beobachten. In der Literatur etwa stand lange Zeit der allgemeine Begriff *bungaku* für Literatur von männlichen Autoren und *joryū bungaku* für Werke von Schriftstellerinnen (vgl. hierzu HIJIMA-KIRSCHNER 1986). Erst die starke Zunahme von Autorinnen führte dazu, daß diese Bezeichnungen immer weniger Anwendung finden, bzw. die Differenzierung zunehmend bei beiden Geschlechtern vorgenommen wird (*dansei sakka* für Schriftsteller und *josei sakka* für Schriftstellerin).

hoben wird, daß eine Frau in dieser Position etwas Außergewöhnliches ist. Dies entspricht der Praxis in Deutschland, lediglich beim Namen von Politikerinnen „Frau“ hinzuzusetzen. In bezug auf die Wertung des Geschehens (Punkt d) betont sie die Notwendigkeit zu analysieren, ob das Frauenbild von Vorurteilen geprägt ist. Bei Punkt e), der bildlichen Darstellung, ist es vor allem von Bedeutung, ob Frauen zu Sexualobjekten degradiert werden, wie in der japanischen Ausdrucksweise *karada no sen o nameru yō ni toru* (S. 22), eine Filmweise, bei der die Kamera „die Konturen des Körpers abzulecken scheint“, sehr gut zum Ausdruck kommt.

In Kapitel 3 beschreibt KODAMA zunächst den Entstehungsprozeß von Nachrichten, wodurch sie verdeutlicht, wie schwierig es ist, sogenannte Frauenthemen in Nachrichtensendungen unterzubringen, zumal nur sehr wenige weibliche Beschäftigte an diesem Prozeß beteiligt sind. Auch wenn es positive Ausnahmen gibt, sei im allgemeinen davon auszugehen, daß den Nachrichten männliche Wertungen zugrunde liegen. Die Autorin versäumt jedoch an dieser Stelle, deutlicher darauf einzugehen, was sie unter „männlichen“ und „weiblichen“ Wertvorstellungen versteht. Vor allem sollte hier darauf hingewiesen werden, daß die Wertvorstellungen durch die gesellschaftliche Situation von Frauen und Männern geprägt und somit nicht naturgegeben, sondern durchaus veränderbar sind. Im folgenden vergleicht die Autorin allgemeine Nachrichten mit den „Frauennachrichten“, die in den siebziger Jahren im japanischen Fernsehen ausgestrahlt wurden. Erstere beschränken sich auf eine Darstellung der Makroebene, d. h. das sog. „Weltgeschehen“, während letztere sich eher der Mikroebene, dem Alltagsleben, widmeten (S. 75). Als Idealzustand betrachtet die Autorin offensichtlich eine Form der Nachrichten, in denen eine Balance dieser beiden Aspekte vorliegt.

Kapitel 4 beschäftigt sich mit der Präsentationsebene, d. h. den Frauen, die in Nachrichtensendungen gezeigt werden. Dabei wird deutlich, daß die Programmgestaltung für die – bisher meist männlichen – Verantwortlichen eine schwierige Gratwanderung ist. Wenn in den Nachrichten zu wenig qualifizierte Frauen auftreten, wird dies sicher zu Recht als Diskriminierung angeprangert. Eine sehr starke Präsenz von Frauen in Nachrichtensendungen, etwa in einem Beitrag über die weiblichen Abgeordneten eines neu gewählten Parlaments, führt jedoch andererseits zu der Kritik, die Nachrichten vermittelten ein falsches Bild von der Realität, denn es werde der Eindruck erweckt, die Gleichstellung der Geschlechter in der Gesellschaft sei bereits realisiert (S. 121). Obwohl KODAMA die Auffassung vertritt, daß nur durch die Überwindung der Vorstellung „Mann = Beruf“ und „Frau = Haushalt“ in der Gesellschaft Entsprechendes auch in den Medien möglich sei (S. 82), weist sie an anderer Stelle auf die ohne Zweifel sehr wichtige Funktion der Massenmedien hin, den Frauen im

Publikum positive Rollenmodelle zur Verfügung zu stellen (S. 121, 139). Entscheidend ist also nicht nur, daß Frauen in Nachrichtensendungen präsent sind, sondern auch, welche Rolle sie erfüllen. Es gilt zu analysieren, ob Frauen in kompetenten Positionen oder vornehmlich als Opfer von Verbrechen und als Passantinnen auf der Straße gezeigt werden.⁸ Nach wie vor ist die Mehrzahl der Frauen in Nachrichtensendungen der zweiten Kategorie zuzuordnen. Zumindest als Nachrichtensprecherinnen kommen jedoch zunehmend auch Frauen zum Einsatz. Dabei hatten sich die Frauen in diesen Berufen allerdings systematisch hochzuarbeiten. Während Sprecherinnen zunächst nur als *sub-caster* tätig sein konnten – also in untergeordneter Position, sozusagen als Blume an der Seite des Mannes (S. 99) –, sind etwa seit den achtziger Jahren meist ein Sprecher und eine Sprecherin gemeinsam tätig. Dabei wurden Frauen zunehmend Kompetenzen zugeteilt, so daß sie nunmehr als *co-caster* bezeichnet werden können. Als ein Relikt aus der Zeit der untergeordneten Sprecherinnen erscheint jedoch m. E. die Tatsache, daß auch gegenwärtig noch meist eine junge Sprecherin und ein Sprecher mittleren Alters zusammen auftraten.

Zum Abschluß ihrer Studie wirft KODAMA einen kurzen Blick auf die Entwicklung in anderen Ländern, den USA und Schweden, und geht darüber hinaus auf alternative Medien ein. Leider ist das Zahlenmaterial in dieser Publikation auch in der Neuauflage z. T. veraltet (siehe etwa S. 66, Prozentzahlen aus dem Jahr 1977) und die Darstellung streckenweise wenig stringent – in Kapitel 2 wiederholt die Autorin die Ergebnisse von Kapitel 1, wählt dabei jedoch z. T. andere Bezeichnungen. Dennoch liefert die Monographie, die in den Anmerkungen zahlreiche Angaben auch zu englischsprachiger weiterführender Literatur aufführt, einen wichtigen Beitrag zur Diskussion des Themas „Frauen und Medien“.

Der 1992 publizierte Sammelband *Josei to media* [Frauen und Medien], herausgegeben von KATŌ Harueko, Professorin der Kommunikationswissenschaften an der Tōkyō Joshi Daigaku (Tōkyō Frauenuniversität), und TSUGANESAWA Toshihiro, Professor der Sozialwissenschaften an der Kansai Gakuin-Universität, ist beiden Aspekten des Themas „Frauen und Medien“ gewidmet, der Beschäftigungssituation von Frauen in den Medien sowie dem Frauenbild der Medien. Der Band enthält 19 Beiträge von 17 Auto-

⁸ Diese Frage ist auch eines der Anliegen des Projekts „Global Media Watch“, einer weltweiten Analyse von Nachrichten, die im Januar 1995 durchgeführt wurde. Anhand eines Analysebogens wurde neben dem Anteil von Frauen auf der Präsentationsebene von Fernseh- und Radionachrichten sowie der ersten Seite von Tageszeitungen vor allem auch analysiert, welche Funktionen den dargestellten Frauen zukommen. Zu den Ergebnissen des Pretest in Japan vgl. GÖSSMANN (1994a).

rinnen und zwei Autoren. Im ersten Kapitel zum Thema *Onna no shiten, jinken no shiten* [Vom Standpunkt der Frauen und der Menschenrechte] setzt sich KATŌ Harueko einleitend grundsätzlich mit diesen beiden Fragen auseinander. Sie verweist auf das Dilemma vieler Frauen, die bei ihrer Anstellung als Journalistin mit dem Anspruch konfrontiert werden, in ihrer Arbeit „die Sichtweise einer Frau“ (*josei no shiten*) zum Ausdruck zu bringen (S. 4);⁹ da Frauen eher dem Alltagsleben verhaftet seien, könnten sie andere Formen journalistischen Arbeitens realisieren. KATŌ bezeichnet es mit Recht als Widerspruch, daß einerseits von den in den Medien beschäftigten Frauen gefordert wird, ihre Alltagserfahrungen in die Arbeit einzubringen, es ihnen jedoch andererseits aufgrund der Arbeitsbedingungen nicht gerade leicht gemacht wird, überhaupt an einem normalen Alltagsleben zu partizipieren (S. 4), indem sie etwa Beruf und Familie miteinander vereinbaren. Die sehr langen Arbeitszeiten beruhen offensichtlich auf der traditionellen Vorstellung, daß die Beschäftigten Männer sind, die von ihren Ehefrauen versorgt werden. Obwohl die Auffassung, Frauen seien stärker dem Alltagsleben verhaftet, sicher nicht unbegründet ist – schließlich sind auch in Japan Haushalt und Kinderversorgung immer noch als weibliche Domäne definiert –, empfanden nicht wenige der in den Medien beschäftigten Frauen die Forderung, den weiblichen Standpunkt einzubringen, als diskriminierend, da sie unweigerlich den Eindruck bekamen, nicht aufgrund ihrer individuellen Fähigkeiten angestellt worden zu sein, sondern als Vertreterinnen aller Frauen. Viele fühlten sich auch überfordert, zum Sprachrohr aller Frauen zu werden.

Hinter dieser Forderung steht m. E. das Vorurteil, daß von einem einheitlichen weiblichen Empfinden ausgegangen werden könne. Eben dies ist allerdings insbesondere in der gegenwärtigen Situation einer zunehmenden Pluralisierung der Lebensformen auch für Frauen in Japan nicht mehr selbstverständlich. KATŌ plädiert jedoch dafür, die trotz dieser Vielseitigkeit ohne Zweifel vorhandenen Gemeinsamkeiten in der Situation von Frauen zu entdecken und in der journalistischen Arbeit zu berücksichtigen. Sie hält es für wichtig, daß sich die Frauen nicht einseitig an die männliche Mehrheit anpassen müssen und für ihren Beruf gezwungen sind, ihr Frau-Sein zu negieren. In diesem Zusammenhang plädiert sie für eine solidarische Haltung der Frauen, die als Minorität in den Medien beschäftigt sind (S. 8). Trotz der dargestellten Problematik betont die

⁹ Auch in der deutschen Publizistik und Kommunikationswissenschaft wird zunehmend danach gefragt „ob Journalistinnen eine mit ihrer gesellschaftlichen Sozialisation verbundene typisch weibliche Perspektive“ (KEIL 1992: 37), d. h. eine durch „typische weibliche Lebensumstände und Erfahrungen geprägte Weltsicht von Frauen“ in die Berichterstattung einbringen (KEIL 1992: 51).

Autorin die Notwendigkeit, den „Standpunkt von Frauen“ (*onna no shiten*) mit aller Kraft zu vertreten. Wie wichtig eine Sichtweise aus der Perspektive von Frauen ist, zeigt sie am Beispiel der Autorin eines Dokumentarfilms über die schlechten Zustände in „Baby-Hotels“, einer beschönigenden Bezeichnung für kommerzielle Aufbewahrungsstätten für Säuglinge, die es zur Zeit des Wirtschaftsaufschwungs in Japan in großer Anzahl gab. Die Autorin wurde eingeladen, im Parlament über ihre Recherchen zu berichten, was schließlich zur Revision des Gesetzes zur Wohlfahrt von Kindern (*Jidō fukushi-hō*) führte (S. 10).

Wünschenswert im Sinne einer Überwindung der traditionellen Rollenverteilung wäre es m. E. hier allerdings gewesen, wenn KATŌ noch deutlicher gemacht hätte, daß es keineswegs nur Frauen möglich ist, den Standpunkt der alltäglichen Bedürfnisse von Menschen stärker in die Diskussion und Darstellungsweise der Medien einzubringen. Etwa durch eine Verkürzung der Arbeitszeit könnte beiden Geschlechtern die Teilnahme an Kinderbetreuung, Haushalt und Familienleben ermöglicht werden. Zumindest wäre es in diesem Zusammenhang von Bedeutung zu betonen, daß Frauen nicht grundsätzlich dafür zuständig sein sollten, für die Minderheiten und die Wahrung der Menschenrechte einzutreten, auch wenn sie als Betroffene dafür prädestiniert erscheinen. Wichtig wäre es vielmehr, ins Bewußtsein zu rufen, daß dies ein gemeinsames Anliegen von Männern und Frauen in den Medien und in der Gesellschaft sein muß, da sich sonst an der traditionellen Rollenverteilung grundsätzlich nichts ändert. In bezug auf die Situation in Deutschland betont etwa Susanne KEIL, das langfristige Ziel „der Etablierung der weiblichen Perspektive im Journalismus“ sei, daß „auch Männer lernen, mit den Augen der Frauen zu sehen, so wie Frauen im Berufsleben immer gelernt haben, sich die männliche Perspektive anzueignen. Die journalistischen Beiträge von Frauen und Männern müßten sich in einem Übergangsstadium so lange ergänzen, bis beiden Geschlechtern jeweils sowohl eine männliche wie auch eine weibliche Perspektive möglich ist“ (KEIL 1992: 49).

In ihrem Beitrag zum Thema „Die Menschenrechte von Frauen und die Massenmedien“ geht KODAMA Miiko auf das Bild der Frauen in den Medien ein. Sie betont zunächst, wie sehr das Denken und die Urteilskraft von Menschen bis ins Unterbewußte geprägt wird durch die Bilder und Vorstellungen, die ihnen die Medien tagtäglich vermitteln. Aus diesem Grund sei es erforderlich, die Darstellung der Frau in Medien wie Fernsehen, Zeitschriften, Romanen und Comics kritisch zu überprüfen. Im folgenden faßt sie im großen und ganzen die Ansichten zusammen, die sie bereits in dem oben besprochenen Buch vertreten hat, bietet dabei jedoch neueres Zahlenmaterial. Sie kommt zu dem Schluß, daß Medien die Macht haben, die Gesellschaft zu verändern und durch eine adäquate Darstel-

lung zu einer schnelleren Verwirklichung der Gleichberechtigung beitragen können (S. 39).

Die weiteren Beiträge des Bandes sind vornehmlich speziellen Themen gewidmet. MURAMATSU Yasuko stellt die Situation der Medien in Kanada und Schweden dar, SUZUKI Midori berichtet über die Aktivitäten von Angehörigen der „Graswurzel-Bewegungen“ in Toronto, KIYOHARA Keiko liefert einen Beitrag zum Thema „Frauen und Kabelfernsehen“. Neben diesen Beiträgen von medienwissenschaftlicher Seite kommen vor allem auch Beschäftigte von Medien zu Wort, so z. B. eine Journalistin, die die „Familienseite“ einer Tageszeitung betreut. Darüber hinaus berichten Angehörige von Gruppen, die sich kritisch mit Medieninhalten auseinandersetzen, wie OGAWA Machiko als eine der Gründerinnen der Gruppe KOMĀSHARU NO NAKA NO DANJO YAKUWARI O TOINAOSU KAI [Diskussionsgruppe Geschlechterrollen in der Fernsehwerbung]. Im Anhang des Bandes findet sich nicht nur eine ausführliche Bibliographie der japanischsprachigen (11 S.) und der englischsprachigen Literatur (7 S.), sondern auch eine Liste der Studien- und Aktionsgruppen, die sich mit dem Thema „Frauen und Medien“ auseinandersetzen. In diesem Sammelband werden eine Vielzahl von Themen jeweils von kompetenter Seite behandelt. Aus diesem Grunde ist er allen, die sich mit Medien, nicht nur unter dem geschlechtsspezifischen Aspekt, befassen, zur Lektüre zu empfehlen.

Nach diesen beiden grundlegenden Studien zum Thema „Frauen und Medien“ sollen nun zwei Publikationen vorgestellt werden, die sich einer detaillierten Inhaltsanalyse der Printmedien widmen. Die in der Präfektur Toyama ansässige Gruppe MEDIA NO NAKA NO SEI-SABETSU O KANGAERU KAI [Diskussionsgruppe zur sexuellen Diskriminierung in den Medien] publizierte 1991 die Studie *Media ni egakareru joseizō. Shinbun o megutte* [Das Frauenbild der Medien. Die Zeitungen], die als eine Art Dokumentation ihrer Tätigkeit angesehen werden kann. 1993 erschien das Buch in Neuauflage mit einem 100 Seiten umfassenden Anhang, der die – größtenteils sehr positiven – Reaktionen auf die Erstpublikation enthält. Charakteristisch für diese Aktionsgruppe ist das starke Gewicht, das bei der Analyse der Zeitungen auf den Sprachgebrauch gelegt wird.¹⁰ Besonders kritisiert wird in diesem Band an mehreren Stellen, daß verheiratete Frauen in den Medien grundsätzlich als *shufu* [Hausfrauen] bezeichnet werden, auch wenn sie einer anderen Tätigkeit nachgehen.

¹⁰ Damit steht die Studie in Zusammenhang mit den zahlreichen Publikationen zum Thema „diskriminierende Ausdrücke“ (*sabetsu yōgo*), ein Thema, das in Japan seit den achtziger Jahren sehr kontrovers diskutiert wird (vgl. hierzu GÖSSMANN 1994b).

Im ersten Kapitel werden Zeitungsartikel abgedruckt und im Anschluß daran wird analysiert, inwiefern sie als diskriminierend für Frauen anzusehen sind. Einleitend dazu heißt es:

Als erstes sollte der Zeitungsartikel gelesen werden und dann unser Kommentar dazu. Danach sollte man sich noch einmal dem Artikel zuwenden, um den eigenen Eindruck zu überprüfen. Selbstverständlich ist die Interpretation von Menschen unterschiedlich. Wir wünschen uns lediglich, daß Sie den Artikel einmal mit der Brille, die wir Ihnen anbieten, lesen, in der Hoffnung, daß Ihnen dadurch vielleicht Dinge sichtbar werden, die Ihnen bisher nicht aufgefallen sind. (S. 16)

Zu Beginn des zweiten Kapitels, das sich mit einer breiten Palette von Themen wie etwa der Berichterstattung zu Schönheitswettbewerben befaßt, werden einzelne Kolumnen in Regionalzeitungen einer Analyse unterzogen. An einer Reportage zur Rolle der Frau wird z. B. kritisiert, es mangle an dem Bewußtsein, daß die sogenannten „Frauenfragen“ auch Männer angehen (S. 62). Das Kapitel endet mit dem Abdruck eines Vortrags, den die bekannte Soziologin UENO Chizuko auf einer Veranstaltung der Gewerkschaft der Zeitung Mainichi Shinbun hielt. Darin vertritt sie die Auffassung, die Zeit, einfach nur Forderungen an die Macher von Zeitungen zu stellen, sei vorbei; es gehe vielmehr darum, die Zeitungen zu verändern (S. 139).

Im Anschluß daran stellen die Herausgeberinnen unter Beweis, daß es ihnen keineswegs nur um Proteste gegenüber den Medien geht, denn sie suchen von sich aus den Dialog mit Journalisten. In Kapitel 3 werden zwei *workshops* dokumentiert, bei denen es zu einem Meinungsaustausch zwischen den Mitgliedern der Gruppe und Vertretern und Vertreterinnen der Medien kommt. Diskutiert wird vor allem über die Zeitungsartikel, die bereits im ersten Kapitel analysiert wurden. Es geht jedoch auch um bildliche Darstellungen, z. B. um ein Foto in einer Zeitungsausgabe, in der Wahlergebnisse bekanntgegeben werden: Auf dem Foto liest ein Mann Zeitung, während seine Frau ihm Tee einschenkt. Eine solche „Reproduktion der geschlechtsspezifischen Rollenverteilung“ (S. 162) wird von den Frauen der Gruppe als problematisch bezeichnet. Sie appellieren an die Verantwortlichen der Medien, der Botenschaft, die sie mit ihren Texten und Bildern übermitteln, mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Einer der Vertreter der Medien entgegnete hierauf, es handle sich bei dem Foto doch um eine ganz normale, alltägliche Szene, und er könne nicht nachvollziehen, was daran diskriminierend sein solle; er frage sich, ob man denn von den Medien verlange, nicht die Realität, sondern ein Ideal darzustellen, obwohl Zeitungen doch verpflichtet seien, sich strikt an Fakten zu halten (S. 163). So wie diese

Stellungnahme offenbart auch die von der Gruppe organisierte Umfrage bei verschiedenen Zeitungen, die in Kapitel 4 dokumentiert wird, daß sich Journalisten noch recht wenig für die Problematik einer diskriminierenden Darstellung von Frauen aufgeschlossen zeigen. Auch wenn man nicht mit allen in diesem Buch geäußerten Kritikpunkten gegenüber der Darstellung der Frau im Medium Zeitung konform gehen muß, bietet der Band doch wichtige Denkanstöße für diejenigen, die Medien produzieren und rezipieren.

Mit dem Medium „Zeitschriften“ befaßt sich MOROHASHI Taiki in seiner Publikation aus dem Jahr 1993. Es handelt sich um eine Sammlung von überarbeiteten Aufsätzen aus den Jahren 1987 bis 1992 sowie neu verfaßten Beiträgen. Wie im Fall von japanischen Publikationen manchmal üblich, trägt der Band neben dem japanischen Titel auch einen englischen: *Zasshi bunka no naka no joseigaku* [Frauenforschung zur Zeitschriftenkultur]. *The Culture of Women's Magazines: A Study of Gender Image*. Im japanischsprachigen Titel heißt es zwar allgemein „Zeitschriften“, es geht jedoch größtenteils um Frauenzeitschriften. Ein Beitrag ist den Comics für Frauen, den „Ladies' Comics“ gewidmet.¹¹ In den beiden letzten Kapiteln des Bandes geht es um ganz andere Themen. In Kapitel 8 analysiert der Autor die Berichterstattung in den Medien bezüglich der in letzter Zeit sehr kontrovers diskutierten sog. „schädlichen Comics“ (*yūgai komikku*)¹², die von Vorurteilen gegenüber der männlichen und weiblichen Sexualität geprägt sind (S. 269); im abschließenden Kapitel befaßt sich der Autor mit dem Unterricht an den Abteilungen für Massenkommunikation der japanischen Universitäten, wobei er insbesondere auf die schlechten Berufschancen von Absolventinnen der Kurzuniversitäten (*tanki daigaku*) eingeht und auf diese Weise über die Inhaltsanalyse der Zeitschriften hinaus auch praktische Aspekte des Themas „Frauen und Medien“ am Rande mit einbezieht.

MOROHASHI beginnt das erste, einleitende Kapitel mit einer Definition des Begriffs „Frauenforschung“ (*joseigaku*) als einer kritischen Auseinandersetzung mit der Stellung der Frau, die die Gleichberechtigung der Geschlechter zum Ziel hat (S. 11). Er würdigt zunächst die Erfolge der Frauenbewegung auf dem Weg zur Überwindung der Diskriminierung der Frau in Japan. Bedauerlich ist jedoch, daß in dieser Studie zu Frau-

¹¹ Mit den „Ladies' Comics“ befaßt sich auch eine 1990 erschienene populärwissenschaftliche Publikation mit dem Titel *Redisu Komikku no joseigaku* [Frauenforschung zu den Ladies' Comics] (ERINO 1991). Zu den zahlreichen Publikationen zum Genre „Mädchencomics“ (*shōjo manga*) vgl. OPHÜLS-KASHIMA (1994).

¹² Eine ausführliche Diskussion des Themas „schädliche Comics“ bietet *Tsukuru* 9/1991.

enzeitschriften an keiner Stelle auf die Entstehung der ersten Frauenzeitschriften in Japan sowie deren emanzipatorische Ausrichtung eingegangen wird.

In diesem Kapitel, in dem der Autor wichtige Informationen zu Funktion, Stellenwert und Inhalten sowie den verschiedenen Arten von Frauenzeitschriften liefert, referiert MOROHASHI zunächst die Forschungsergebnisse von INOUE Teruko (1989), mit der er in einer Studiengruppe zu Frauenzeitschriften (Josei Zasshi Kenkyūkai) zusammenarbeitet. INOUE geht davon aus, daß Zeitschriften einerseits bei der Bildung des Bewußtseins einer Gesellschaft entscheidend mitwirken, zugleich aber auch als Spiegel des gesellschaftlichen Bewußtseins angesehen werden können. Ihre Analyse führte zu dem Ergebnis, daß die Frauenzeitschriften der achtziger Jahre nicht mehr unbedingt das Ideal der „guten Ehefrau und weisen Mutter“ (*ryōsai kenbo*) propagieren, sondern eher neue Geschlechter-Stereotypen. Ideale wie „ein schöner Körper“, „Heiraten“ und ein „wunderbares Leben“ werden nunmehr als etwas dargeboten, das mittels bestimmter Konsumgüter zu erwerben ist (S. 15).

Begrüßenswert an der Studie von MOROHASHI ist, daß er direkt an die Forschungsergebnisse von INOUE anknüpft und diejenigen Zeitschriften untersucht, die nach Abschluß ihrer Publikation auf den Markt kamen. Im zweiten Kapitel, dem wohl gelungensten und aktuellsten Beitrag des Bandes, der sich mit den „neuen Geschlechterrollen“ (*shin-seiyakuwari*) befaßt, diskutiert MOROHASHI die Hauptinhalte der Frauenzeitschriften, wie die „Ideologie der romantischen Liebe“ (*romanchikku rabu no ideorogi*). Im letzten Abschnitt mit dem provokanten Titel „Automatischer Anpassungsmechanismus an die Männergesellschaft“ (*Dansei shakai e no tekiō no jidō sōchi*) kommt der Autor zu dem Schluß, daß auch in den neunziger Jahren die Frauenzeitschriften in erster Linie dazu Anleitungen geben, wie Frauen sich an die Männergesellschaft anzupassen haben. Als Maßstab für die Anpassungsfähigkeit einer Frau gelte, ob sie „feminin“ (*onnarashiku*) auftrete und einen Partner habe. Wenn dies nicht der Fall sei, bieten sowohl die in der Zeitschrift abgedruckten Artikel als auch die Werbeseiten Lösungsmöglichkeiten an (S. 102). Die Funktion der Werbung für Kosmetika und Schlankmacher in den Frauenzeitschriften ist Thema des dritten und vierten Kapitels.

Insgesamt liefert die Aufsatzsammlung, die zahlreiche Tabellen und Schaubilder enthält, einen guten Einblick in die Inhalte von Frauenzeitschriften und -comics. Die Publikation zeigt, daß keineswegs nur Frauen eine „weibliche Sichtweise“ möglich ist. Bedauerlich ist lediglich, daß, auch wenn der Autor im englischen Titel von *gender images* spricht, das Bild des Mannes nur am Rande behandelt wird. Es bleibt zu hoffen, daß sich künftige Publikationen auch diesem Aspekt widmen werden.

1994 erschienen zwei Publikationen, die den Beitrag von weiblichen Beschäftigten in den Medien zum Thema haben, wobei sich die eine mit der Situation in Radio- und Fernsehsendern und die andere mit der von Zeitungsjournalistinnen befaßt. In beiden Fällen geht es weniger um eine theoretische Auseinandersetzung mit der Frage „Frauen und Medien“, als um eine historische Darstellung der Situation von Frauen in Medienberufen.

Die von HARUHARA Akihiko, YONEDA Sayoko, IWASAKI Chieko, IKEDA Emiko und HIRANO Kyōko herausgegebene Studie *Josei kisha. Shinbun ni ikita onna-tachi* [Journalistinnen. Frauen, die ihr Leben den Zeitungen widmeten] enthält in ihrem Hauptteil ausführliche Interviews mit zwölf Zeitungsjournalistinnen und einer Setzerin über deren Lebens- und Arbeitsbedingungen. In einem einleitenden Kapitel zum Thema „Frauen und Zeitungen“ wird zunächst allgemein auf die Geschichte des Zeitungswesens eingegangen. Die erste Generation von Journalistinnen wurde zunächst damit betraut, Interviews mit Frauen berühmter Persönlichkeiten zu führen. Im politischen Bereich tätig werden konnten Journalistinnen erst, als 1920 die Klausel des *Chian ijihō* [Gesetz zur Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung], die Frauen jegliche Teilnahme an politischen Veranstaltungen untersagte, aufgehoben wurde. Es war jedoch vor allem die Einführung von Frauen- und Familienseiten in Zeitungen, die zu einer Zunahme von Zeitungsjournalistinnen führte. Dennoch lag der Anteil weiblicher Beschäftigter 1944 bei nur 0,5 Prozent. Obwohl etwa seit Ende der sechziger Jahre vermehrt Journalistinnen eingestellt wurden, kam es zu einem spürbaren Anstieg erst seit Ende der achtziger Jahre und insbesondere seit Inkrafttreten des „Gesetzes zur Chancengleichheit von Mann und Frau am Arbeitsplatz“ (*Danjo koyō kintōhō*) im Jahre 1986.

Die Darstellung der Situation von Journalistinnen und anderen weiblichen Angestellten beschränkt sich jedoch nicht nur auf dieses erste Kapitel. Auch in den Interviews in Kapitel 2 werden regelmäßig – im Schriftbild abgesetzt – Hintergrundinformationen zur historischen Situation gegeben. Im Fall von Detailinformationen ist dies sicher ein sinnvolles Verfahren; wichtige Fakten wie etwa der Prozentsatz von Journalistinnen in der Gegenwart – lediglich acht Prozent (S. 134) – hätten jedoch besser bereits im ersten Kapitel geboten werden sollen.

Die Lebens- und Arbeitssituationen der dreizehn Frauen von MOCHIZUKI Yuriko (geb. 1900) bis SEKI Chieko (geb. 1932) weisen einige Gemeinsamkeiten auf. Die meisten von ihnen haben auch nach der Eheschließung, häufig mit einem Kollegen, und der Geburt von Kindern ihren Beruf nicht aufgegeben, obwohl vielfach von ihnen verlangt wurde, daß sie zu einer anderen Zeitung wechselten – auch heute noch wird in Japan die Tätigkeit

von Ehepartnern in demselben Unternehmen häufig nicht gern gesehen. Lediglich im Fall von FUJIWARA Fusako konnte die Gewerkschaft durchsetzen, daß sie nicht die Zeitung verlassen, sondern nur die Abteilung wechseln mußte. Es bleibt jedoch offen, inwieweit die Lebensläufe der Frauen, die sich zu einem Interview bereit erklärt haben, als repräsentativ für ihren Berufsstand gelten können.

Als besonders positiv an dieser Studie ist hervorzuheben, daß die Frauen, die die Interviews führten, bei ihren Fragen auch vor heißen Eisen wie der Kollaboration während des Krieges nicht zurückschrecken. Dabei bringt FURUYA Itoko etwa ihre Verwunderung darüber zum Ausdruck, wie leicht ihre Kollegen in der Nachkriegszeit eine Kehrtwendung vollzogen und nun die Demokratie hochlobten, nachdem sie zuvor Kriegshetze betrieben hatten (S. 60). Auf das Thema, wie sich die Journalistinnen im Krieg verhielten, wird auch im abschließenden Teil III der Studie eingegangen. Mit dieser Publikation ist es den Autorinnen gelungen, den in der Vorbemerkung artikulierten Anspruch einzulösen, mit dem Band sowohl einen Beitrag zur Geschichte der Zeitungen als auch zur Frauengeschichte zu leisten.¹³

Die umfangreiche Studie *Hōsō ūman no 70-nen* [70 Jahre Frauen im Rundfunk] wurde von der NIHON JOSEI HŌSŌSHA KONDANKAI (Society of Japanese Women in Radio and Television) herausgegeben, einer Vereinigung von weiblichen Beschäftigten im Medienbereich. Wie bereits zu Beginn des ersten Kapitels mit dem Titel „Hier ist die Nachrichtenabteilung – Wohin man auch sieht, überall sind Frauen“ [*Kochira hōsōbu – mi-wataseba josei ga ippai*] deutlich wird, ist es offensichtlich das Anliegen der Herausgeberinnen zu dokumentieren, wie viele Frauen bereits im Bereich Fernsehen und Radio beschäftigt sind, sei es als Journalistinnen, Ansagerinnen oder auch im technischen Bereich Beschäftigte. Zweifellos geht es darum, deutlich zu machen, daß es sich hierbei gar nicht mehr um einen so männlich geprägten Bereich handelt, wie es oft erscheinen mag. Bereits im ersten Kapitel heißt es, ohne die Frauen sei es mittlerweile nicht mehr möglich, den Sendebetrieb aufrechtzuerhalten (S. 12).

Während die oben vorgestellte Studie zum Medium Zeitung eher historisch ausgerichtet ist, wird in dieser Publikation zu Radio und Fernsehen auch die gegenwärtige Situation von Frauen in diesen Medien be-

¹³ In diesem Zusammenhang sei auf drei weitere Publikationen verwiesen, die sich mit dem Medium Zeitung befassen: GEKASUIKIN NO KAI (1994) analysiert das Frauenbild verschiedener überregionaler Tageszeitungen, OKUDA Akiko (1986) bietet eine Zusammenstellung und Kommentierung von Zuschriften von Zeitungsleserinnen, CHŪGOKU SHINBUNSHA (Hg.) (1994) schließlich widmet sich einer Analyse der Frauenseite dieser Zeitung.

rücksichtigt. Im ersten Kapitel werden zunächst die Frauen vorgestellt, die gegenwärtig tagtäglich auf dem Bildschirm zu sehen sind. Dabei wird vor allem auch ein Einblick in das Alltagsleben einer Beschäftigten geboten, indem die Tätigkeiten an vier aufeinanderfolgenden Tagen, Arbeitstagen wie freien Tagen, aufgelistet werden (S. 12–13). Im Anschluß daran werden zwölf Nachrichtenmoderatorinnen mit Foto und Werdegang vorgestellt, wobei sie jeweils dazu befragt werden, wie sich die Zusammenarbeit mit männlichen Kollegen in den Nachrichtensendungen gestaltet. Das Kapitel endet mit einem Glossar zu den verschiedenen Beschäftigungssparten im Bereich Radio und Fernsehen sowie der Dokumentation zu einer Umfrage unter den Beschäftigten, die der ersten Generation nach dem Inkrafttreten des „Gesetzes zur Gleichstellung von Mann und Frau am Arbeitsplatz“ angehören. Die drei weiteren Kapitel sind der Geschichte der weiblichen Beschäftigten von Radio- und Fernsehsendern gewidmet.

Das Werk vermittelt einen guten Einblick in Lebens- und Arbeitsbedingungen von Frauen im Rundfunk in Vergangenheit und Gegenwart.¹⁴ Diese Geschichte der Rundfunkfrauen unterscheidet sich von den zuvor dargestellten Publikationen zum einen darin, daß sie stärker auf die Praxis ausgerichtet ist, zum anderen in der eher populärwissenschaftlichen Orientierung. Auf Anmerkungen wurde verzichtet; in dem zweiseitigen Verzeichnis mit weiterführender Literatur sind wichtige Publikationen wie etwa der oben besprochene Sammelband *Josei to media* nicht enthalten. Das Buch wendet sich offensichtlich vor allem auch an all diejenigen, die sich für eine berufliche Tätigkeit in den Bereichen Radio und Fernsehen interessieren.

An dieser Stelle sei noch auf einige weitere populärwissenschaftliche Studien¹⁵ zum Thema „Frauen und Medien“ hingewiesen, die ebenfalls in den neunziger Jahren erschienen und meist spezielleren Aspekten gewidmet sind. Die Publikation von NAKAYAMA und MARUYAMA (1991) befaßt sich anhand eines in der japanischen Öffentlichkeit breit diskutierten Mordfalles mit der Verletzung der Menschenrechte von Frauen in der Verbrechen-Berichterstattung. Die Frauengruppe „Kōdō suru onna-tachi no kai“ [Gruppe von Frauen, die Aktionen unternehmen] diskutiert in ihrer Publikation von 1990 das Thema pornographischer Dar-

¹⁴ Als Informationsquelle zur Arbeit von Frauen, die im Medienbereich tätig sind, dienen auch die autobiographischen Aufzeichnungen ISONO 1990 und ISHII 1993.

¹⁵ Als typisch für die Publikationspraxis in Japan kann gelten, daß die Autoren oder Autorinnen von wissenschaftlichen Werken zum Teil auch im populärwissenschaftlichen Bereich publizieren. Dies gilt insbesondere für UENO Chizuko, aber auch für YAMASHITA Etsuko.

stellungen in Medien wie Werbeposter und Zeitschriften und gibt mit dem Slogan „PorNo“ Tips, wie Proteste gegen pornographische Darstellungen artikuliert werden können. In ihrem 1992 erschienenen und 1993 in Taschenbuchform publizierten Buch *Sayōnara Hanako-zoku* [Ade, ihr Hanakos] setzt sich die Autorin YAMASHITA Etsuko mit dem Typ der jungen, konsumorientierten ledigen Frau auseinander, die nach der Zeitschrift mit dem Frauennamen „Hanako“ benannt wurde; ENDŌ Orië (1992) analysiert die verschiedenen Bezeichnungen und Anredeformen für Frauen in den Medien und in der Öffentlichkeit. HIGUCHI Keiko versucht anhand einer Auseinandersetzung mit den bekannten Comics *Sazae-san* [Frau Sazae] und *Ijiwaru-bāsan* [Gemeine Oma] eine Alltagsgeschichte von Frauen und Kindern zu zeichnen. Wie diese Publikationen zeigen, beschränkt sich die Auseinandersetzung mit dem Thema „Frauen und Medien“ nicht nur auf den wissenschaftlichen Diskurs, sondern erreicht inzwischen eine breite Öffentlichkeit.

So begrüßenswert es auch ist, daß sich inzwischen so zahlreiche Studien mit dem lange vernachlässigten Bereich „Frauen und Medien“ befassen, bleibt dennoch anzumerken, daß eine kritische Überprüfung der Männerbilder vom Standpunkt der *gender studies* in Japan noch aussteht.¹⁶ Eine Ausnahme bildet lediglich die einmal im Jahr erscheinende Zeitschrift der Gruppe KOMĀSHARU NO NAKA NO DANJO YAKUWARI O TOINAOSU KAI [Diskussionsgruppe „Geschlechterrollen in der Fernsehwerbung“]. Zweifellos kann auch das Bild des Mannes in den japanischen Medien nicht unbedingt als adäquat und zeitgemäß bezeichnet werden. Etwa seine Rolle als Familienvater findet bisher noch recht wenig Aufmerksamkeit in den Massenmedien.

Für die hier vorgestellten Werke gilt, daß sie nicht nur zu Geschichte und gesellschaftlicher Situation von Frauen in Japan wichtige Informationen liefern, sondern allen, die sich für die Medien und ihren Einfluß interessieren, Einblicke und ergänzende Informationen bieten, die allgemeine Einführungen in die Geschichte der Medien dem Lesepublikum meist vorenthalten. Es bleibt zu hoffen, daß die vorgestellten Publikationen dazu beitragen, Vorurteile gegenüber Frauen in Medien-Berufen abzubauen und eine Überwindung der Geschlechter-Stereotypen in der Mediendarstellung und damit auch in der Gesellschaft selbst voranzutreiben.

¹⁶ Im deutschsprachigen Raum erschienen z. B. sozialwissenschaftliche Studien zum Frauen- und Männerbild im deutschen Fernsehen (WEIDERER 1993) und zur geschlechtsspezifischen Rezeption von Frauen- und Männerbildern im Fernsehen (CORNELISSEN 1994).

LITERATURVERZEICHNIS

- CHŪGOKU SHINBUN YŪKAN „ONNA NO PĒJI“ SHUZAI GURŪPU (Hg.) (1994): *Ase kaki, haji kaki, kiji o kaki. Onna no pĕji sōkangō* [Schwitzen, sich-schämen und Artikel schreiben. Sondernummer Frauenseite]. Hiroshima: Chūgoku Shinbunsha.
- CORNELISSEN, Waltraud (1994): *Klischee oder Leitbild? Geschlechtsspezifische Rezeption von Frauen- und Männerbildern im Fernsehen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- ENDŌ, Orië (1992): *Josei no yobikata dai kenkyū. Gyarū kara obasan made* [Studien zu den Anredeformen für Frauen. Vom „Girl“ zur „Tante“]. Tōkyō: Sanshūsha.
- ERINO, Miya (1990): *Redīsu komikku no joseigaku* [Frauenforschung zum Thema Ladies' Comics]. Tōkyō: Seikyūsha.
- FRÖHLICH, Romy (1992): Einleitung: Frauen und Medien – Nur ein Thema „en vogue“? In: FRÖHLICH, Romy (Hg.): *Der andere Blick. Aktuelles zur Massenkommunikation aus weiblicher Sicht*. Bochum: Brockmeyer, S. 9–24.
- GEKASUIKIN NO KAI (Hg.) (1994): *Shinbun o tōshite miete kuru otoko shakai* [Die Männergesellschaft im Spiegel von Zeitungen]. Ōsaka: Selbstverlag.
- GÖSSMANN, Hilaria (1994a): Nyūsu ni okeru josei no imēji to yakuwari. [Das Bild und die Rolle von Frauen in Nachrichten]. In: *Masukomi Shimin* (Tōkyō) September 1994, S. 72–75.
- GÖSSMANN, Hilaria (1994b): *Zwischen Fremdbestimmung und Selbstzensur. Literatur und Massenmedien im Japan der Gegenwart*. Tōkyō: Deutsches Institut für Japanstudien (= Arbeitspapier; 1994/2).
- HIGUCHI, Keiko (1993): *Sazae-san kara ijīwaru-bāsan made. Onna, kodomo no seikatsu-shi* [Von „Frau Sazae“ bis hin zur „Gemeinen Oma“. Eine Geschichte des Alltagsleben von Frauen und Kindern]. Tōkyō: Domesu Shuppan.
- HIIYA-KIRSCHNEREIT, Irmela (1986): Joryū bungaku ga bungaku ni naru hi. [Wenn aus Frauenliteratur Literatur wird]. In: *Asahi Shinbun* (Tōkyō), Abendausgabe, 2.9.1986.
- INOUE, Teruko (1989): *Josei zasshi o kaidoku suru. COMPAREPOLITAN – Nichi – Bei – Mekishiko* [Analyse der Frauenzeitschriften. Vergleich Japan – USA – Mexiko]. Tōkyō: Kakiuchi Shuppan.
- ISHII, Fukuko (1993): *Okagesama de* [Euch allen sei gedankt]. Tōkyō: Sekai Bunkasha.
- ISONO, Yasuko (1990): *Dokumentarī no genba* [Der Drehort der Dokumentarsendungen]. Ōsaka: Ōsaka Shoseki.
- JUGAKU, Akiko (1979): *Nihongo to onna* [Die japanische Sprache und die Frauen]. Tōkyō: Iwanami Shoten.

- KAISER, Ulrike (1990): Einleitung. In: VERLAG ROMMERSKIRCHEN IN KOOPERATION MIT DER ARAL AG (Hg.): *ARAL-Taschenbuch der Frauenpresse*. Remagen-Rolandseck: Rommerskirchen, S. 7.
- KEIL, Susanne (1992): Gibt es einen weiblichen Journalismus? In: FRÖHLICH, Romy (Hg.): *Der andere Blick. Aktuelles zur Massenkommunikation aus weiblicher Sicht*. Bochum: Brockmeyer, S. 37–54.
- KÖDÖ SURU ONNA-TACHI NO KAI (Hg.) (1990) *Poruno wotchingu. Medīa no naka no josei no sei* [Porno-Watching. Die Darstellung der Sexualität in den Medien]. Tōkyō: Gakuyō shobō.
- MAKITA, Tetsuo und Yasuko MURAMATSU (1985): Ima, terebi dorama wa nani o egaite iru ka, Teil 1–3. [Was die Fernseh Dramen heute beschreiben]. In: *Hōsō Kenkyū to Chōsa* Sept., S. 2–11, Okt., S. 26–37, Nov., S. 30–45.
- MURAMATSU, Yasuko (1979): *Terebi dorama no joseigaku* [Frauenforschung zu den Fernseh Dramen]. Tōkyō: Sōtakusha.
- NAKAYAMA, Chinatsu und Yukiko MARUYAMA (1991): *Hōdō no naka no onna no jinken. „Joshi kōsei konkurīto-zume satsujin jiken“ o megutte* [Die Menschenrechte von Frauen in der Nachrichtenberichterstattung. Zu dem Mordfall der in Beton gegossenen Leiche einer Oberschülerin]. Tōkyō: Shakai Hyōronsha.
- OKUDA, Akiko (1986): *Onna-tachi wa kaite kita – Hitotoki ni miru gendai josei-shi* [Frauen haben geschrieben. Die Geschichte der Frau im Spiegel von Zuschriften zur Zeitungskolumne „Kleine Pause“]. Tōkyō: Komichi Shoten.
- OPHÜLS-KASHIMA, Reinold (1994): Comics für Mädchen (*shōjo manga*) und Mädchenliteratur als Phänomene der modernen Massenkultur – Eine Übersicht über neuere Publikationen. In: *Japanstudien. Jahrbuch des Deutschen Instituts für Japanstudien der Philipp-Franz-von-Siebold-Stiftung* 5 (1993), S. 535–554.
- SCHMERL, Christiane (Hg.) (1984): *Das Frauen- und Mädchenbild in den Medien*. Opladen: Leske und Budrich.
- Tsukuru* 1/1990 (Sondernummer): *Josei to media* [Frauen und Medien].
- Tsukuru* 9/1991 (Sondernummer): *Yūgai komikku o kangaeru* [Nachdenken über schädliche Comics].
- Tsukuru* 12/1994 (Sondernummer): *Josei to media* [Frauen und Medien].
- UENO, Chizuko (1993): *Sekushii gyaru no daikenkyū* [Studien zum Thema „Sexy Girl“]. Tōkyō: Kōbunsha.
- WEIDERER, Monika (1993): *Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTL plus*. Regensburg: S. Roderer Verlag.
- YAMASHITA, Etsuko (1992): *Sayōnara Hanako-zoku* [Ade, ihr Hanakos]. Tōkyō: KK Bestsellers.