

Kirsten PLITSCH-KUSSMAUL: *Die Entstehung und Ausprägung der Mediensysteme in Japan und der Bundesrepublik Deutschland. Ein Strukturvergleich 1945–1990*. Neuried: ars una, 1995 (= Deutsche Hochschuledition; 31). 492 S., DM 98,-.

Besprochen von Marc LÖHR

Man freut sich über jedes deutschsprachige Werk, das sich des japanischen Mediensystems – in welcher Weise auch immer – annimmt, und dennoch sind die Freuden selten genug. Manfred POHLS *Presse und Politik in Japan* von 1981 ist für den Bereich der japanischen Presse nach wie vor als vorbildlicher, kompakter Überblick mit konkretem Einschlag zu schätzen, wie auch die pointierte Abhandlung zu den *Medien in Japan* von NOJIRI Hiroko aus dem Jahr 1991. Vier Jahre nach NOJIRI geht nun Kirsten Plitsch-Kussmaul einen Schritt weiter und wagt sich an einen Strukturvergleich der Mediensysteme Japans und der Bundesrepublik Deutschland von 1945 bis 1990. Die 1995 erschienene Monographie basiert auf ihrer Dissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität München 1994. Doch – um es vorwegzunehmen – hält sich diesmal die Freude leider in Grenzen.

Bei einer so komplexen und herausfordernden Aufgabe, wie sie der Vergleich der Mediensysteme zweier Staaten darstellt, entscheiden Problemstellung und Herangehensweise in erheblichem Umfang über Erfolg oder Mißerfolg des Unterfangens. Die Autorin versucht sich an den beiden offensichtlichen Grundfragen jedes Systemvergleichs: Welche Gemeinsamkeiten und welche Unterschiede finden sich gegenwärtig zwischen den Mediensystemen Japans und der Bundesrepublik Deutschland? Wie sie dabei „Mediensystem“ konkret auffaßt und was sie dementsprechend Deskription und Analyse unterzieht, äußert sich in „Dimensionen“, die die Autorin als Zielfaktoren für die beiden genannten Grundfragen bezeichnet:

- 1) Dimension der Rahmenbedingungen des Medioumfeldes (historische, institutionelle, rechtliche und technische Voraussetzungen)
- 2) Historische Dimension der einzelnen Mediengattungen (angefangen von der Entstehungsphase der Presse über den Rundfunk bis zur Nachkriegsentwicklung der Medien)
- 3) Dimension der heutigen medienspezifischen Strukturmerkmale (Charakteristika von Presse, Hörfunk und Fernsehen)
- 4) Dimension der Neuen Medien (Angebot neuer Dienste und Bedeutung innerhalb der bestehenden Medienlandschaft)

5) Rezipientenorientierte Dimension (Medienreichweiten und Medien-nutzung)

6) Ökonomische Dimension (Werbemärkte und Medienkonzerne)

Interessant ist vor allem die Tatsache, daß Plitsch-Kussmaul auch die Mediennutzung durch die Bevölkerung als einen zentralen Faktor des Mediensystems einbezieht. Dafür läßt sie allerdings den Bereich der Zeitschriften als Gegenstand der Betrachtungen völlig außen vor. Sie begründet diese Entscheidung mit der unübersichtlichen Vielfalt von Publikationen insbesondere auf dem japanischen Markt.

Die Autorin hebt vor allem die historische Komponente als prägende Einflußgröße für die Formung eines bestimmten Mediensystems hervor, was sie im Falle Japans auch zum Anlaß nimmt, über den genannten Zeitraum hinweg historische Entwicklungen des japanischen Staates und seines Mediensystems aufzuzeigen. Die von ihr gesteckte Periode von 1945 bis 1990 orientiert sich an markanten Einschnitten in der Geschichte beider Staaten: der Neubeginn 1945 als Startpunkt für beide und der Übergang von der *Shōwa-* zur *Heisei-Ära* 1989/90 für Japan sowie vor allem die Wiedervereinigung Deutschlands 1990 als Endpunkte des Vergleichs.

In dem so abgesteckten Rahmen beschreibt die Autorin gemäß ihrer zuvor operationalisierten Definition von „Mediensystem“ jeweils die einzelnen Komponenten. Sie beginnt mit allgemeinen historischen, politischen und rechtlichen Entwicklungen nach 1945, wobei sie auch auf die Bildung der rechtlichen Grundlagen für die jeweiligen Mediensysteme eingeht, bevor sie sich den einzelnen Mediengattungen zuwendet. In jeweils eigenständigen Kapiteln zu Presse, Hörfunk, Fernsehen und Neuen Medien werden nach Abrissen der Entstehungsgeschichte vornehmlich Charakterisierungen der jeweiligen Medientypen, ihrer Strukturen und Märkte vorgenommen. Dabei versucht Plitsch-Kussmaul, die jeweiligen Gegebenheiten in strenger Parallelität aufzuzeigen. Ausnahmen bilden nur kurze Exkurse zu Phänomenen und Medientypen, die sich in der Form in dem Vergleichsland nicht finden – im Falle Japans Presseclubs sowie die Rundfunkuniversität (*Hōsō Daigaku*) und im Falle der Bundesrepublik die facettenreiche Ausländerpresse.

Anschließend beschreibt die Autorin anhand einer Fülle von Daten die Entwicklung der Reichweiten sowie Nutzungsdauer und -gewohnheiten der Bevölkerung bezüglich der jeweiligen Medien. Die nachfolgende Charakterisierung der Werbemärkte in Japan und der Bundesrepublik Deutschland liest sich eher als weiterer Datenteil. Der gegenüberstellende Teil des Buches schließt mit Betrachtungen zur Medienkonzentration in beiden Ländern.

In dem folgenden Vergleich und der Interpretation der Ergebnisse nun komprimiert Plitsch-Kussmaul die Beobachtungsergebnisse, um gleichzei-

tig die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der beiden Mediensysteme herauszuarbeiten. Wie sie in der Einleitung hervorhebt, steht dabei die Betrachtung der japanischen Situation eindeutig im Vordergrund. Den einzelnen Faktoren des japanischen Mediensystems, die der Untersuchung unterzogen werden, räumt sie weitaus mehr Raum ein, als dem jeweiligen bundesdeutschen Pendant. Verständlich, denn hier gilt es schließlich, einen großen Nachholbedarf zu stillen. Grundsätzlich nimmt die Autorin so auch Charakteristika des Mediensystems in Japan als Ausgangspunkt für den Vergleich mit den jeweiligen Gegebenheiten in der Bundesrepublik Deutschland und die Interpretation der Ergebnisse. Dabei hält sie sich wiederum streng an den vorgegebenen Rahmen und ihre erarbeiteten „Dimensionen“.

Bezüglich der historischen Entwicklung hebt sie hervor, daß der jungen japanischen Tagespresse, entstanden unter dem Einfluß westlicher Publikationen, die historischen Wurzeln des deutschen Pendantes fehlen. Unterschiede gibt es vor allem auch in der Politik der Besatzungsmächte nach 1945, wo anders als in Deutschland die Zeitungsstrukturen der Kriegszeit ungebrochen weiterexistierten und auch *NHK* unter alliierter Kontrolle weiter Radio senden durfte. Sind die gegenwärtigen Strukturen der bundesdeutschen Presse ein Resultat alliierter Lizenzpolitik, so hat sich das japanische Zeitungswesen in seiner jetzigen Form schon in der Kriegszeit herausgebildet.

Im Vergleich der Pressestrukturen betont sie vor allem die exponierte Stellung der fünf japanischen nationalen Zeitungen, die gleichzeitig in einem harten Wettbewerb mit der Regionalpresse stehen. Die Zahl der Tageszeitungen ist in etwa vergleichbar, wie auch die hohe Anzahl von Nebenausgaben beziehungsweise Lokalausgaben. Anders als in der Bundesrepublik sind in Japan Zeitungen mit Auflagen von weniger als 100.000 Exemplaren eher die Ausnahme. Set-Zeitungen mit Morgen- und Abendausgabe finden sich so wenig in der Bundesrepublik wie die populären Sportzeitungen, während andererseits die Boulevardzeitungen wie auch Wochen- und Sonntagszeitungen auf dem japanischen Markt vergeblich gesucht werden. Weitaus höher als in der Bundesrepublik ist auch der Anteil des Abonnementvertriebs an der Gesamtauflage.

Große Unterschiede erkennt die Autorin besonders im Rundfunk, wo in Japan das duale System schon mit dem Start privaten Hörfunks 1951 begann und somit weitaus gefestigter ist als der noch junge Privatrundfunk in der Bundesrepublik. Einen weiteren markanten Unterschied stellt die Ausbildung landesweiter Netzwerke von regionalen Privatsendern sowohl im Hörfunk als auch bei den Fernsehsendern in Japan dar. Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk steht dem dezentralisierten System in der Bundesrepublik mit seinen Länderanstalten das *NHK* gegenüber, dessen Programmpläne zentral in Tōkyō geschmiedet werden.

Im Bereich der Neuen Medien ähneln sich die technischen Entwicklungen in den Vergleichsländern. Da aber in Japan die privaten Rundfunksender terrestrisch empfangbar sind, haben hier Kabel- und Satellitentechnik einen anderen Stellenwert als in der Bundesrepublik. In Japan wurde Kabeltechnik anfangs vornehmlich angewandt, um in entlegenen Gebieten den Empfang terrestrischer Sender zu verbessern, es hat sich aber nun mit dem *Urban-CATV* (Stadtkabelfernsehen) ein neuer Sendetyp entwickelt, der innerhalb der Städte eine lokale Segmentierung von Programmen ermöglicht.

Bezüglich der von ihr in den Vergleich einbezogenen Medienrezeption hebt die Autorin hervor, daß die Reichweiten der jeweiligen Medien – bis auf den Hörfunk, der in Japan erheblich weniger Menschen erreicht als in der Bundesrepublik – in beiden Ländern vergleichbar hoch sind. Die Unterschiede in der Mediennutzung faßt die Autorin so zusammen, daß sie Japan als „Fernsehnation“ bezeichnet und demgegenüber die Bundesrepublik eine „Radionation“ nennt. Zudem wird in Japan länger Zeitung gelesen, mit weiterhin steigender Tendenz.

Zur „ökonomischen Dimension“ des Systemvergleichs bemerkt Plitsch-Kussmaul einerseits, daß die Werbeinvestitionen in beiden Ländern stetig zunehmen, dabei aber in Japan schon seit 1975 das Fernsehen den größten Anteil am Werbevolumen verbucht, während in der Bundesrepublik noch die Zeitung „Werbeträger Nummer Eins“ (S. 346) ist. Sie prognostiziert gleichzeitig, daß ein Anhalten der hohen Steigerungsraten bei Fernsehwerbung in Deutschland bald zu einer ähnlichen Situation wie in Japan führen könnte. Zudem widmet sie sich der Medienkonzentration, wobei sie in Japan mit dem frühen Start des Privatfunks auch schon früh gattungsübergreifende Medienkonzentration erkennt, während in der Bundesrepublik Konzentration der Medien bis Mitte der 80er Jahre Pressekonzentration bedeutete. Die Konzerne der fünf nationalen Tageszeitungen setzt sie mit den großen Medienkonzernen in Japan gleich. Neben der Publikation von Zeitschriften üben diese Konzerne über die Nachrichtennetzwerke eine in der Bundesrepublik unvergleichbare Kontrolle der regionalen Fernsehsender aus.

Die hier für den Verlauf der Arbeit exemplarisch dargestellten Ergebnisse sind sehr plakativ und treffen so unter dem Strich auch zu. Das gilt aber leider nicht für alle vordergründig einleuchtenden Aussagen, die Plitsch-Kussmaul in ihrem Buch zum japanischen Mediensystem macht, und hier liegt das Grundproblem dieser Monographie. Problematisch ist weniger der eingangs beschriebene Ansatz, der eine sehr subjektive Selektion von systembestimmenden Faktoren beinhaltet, schwerwiegender sind vielmehr die Detailfehler bei der Zusammenstellung von einzelnen Fakten und Phänomenen, die dann auch teilweise in unzutreffenden allgemeinen Aussagen münden.

- Wo die Autorin japanische Hand- und Jahrbücher oder englischsprachige Publikationen von Medienverbänden zu Rate zieht, stimmen die Daten sowie die Schlußfolgerungen daraus; und allgemein ist das japanische Rundfunkwesen weitaus zutreffender dargestellt als die Presse. Insgesamt sind für den Leser, der sich in der Materie etwas auskennt, jedoch einige krasse Mängel in zentralen Bereichen der Arbeit nicht zu übersehen:
- So behauptet die Autorin, im Gegensatz zur Bundesrepublik Deutschland gebe es in Japan keine reinen Verkaufszeitungen (S. 332); und obwohl sie einschränkend bemerkt, daß dieser Bereich teilweise durch die Sportzeitungen mit ihrer Boulevard-Berichterstattung abgedeckt werde, unterschlägt sie dem Leser die Existenz solcher ausgesprochenen Verkaufszeitungen wie etwa *Naigai Taimusu* (Auflage 290.000 Exemplare) und *Yūkan Fuji* (Auflage 1,4 Millionen Exemplare). Auch die vier vornehmlich im Straßenverkauf vertriebenen Zeitungen der *Tōkyō-Supōtsu*-Gruppe (Auflage insgesamt über 2,4 Millionen Exemplare) haben sich schon lange von dem Image eines Sport-Fachblattes getrennt und müßten nach inhaltlichen Kriterien beurteilt der Boulevardpresse zugeordnet werden (NIHON SHINBUN KYŌKAI 1995a: 36–37, 111).
 - Unverständlich ist, warum Plitsch-Kussmaul entgegen der allgemein in der japanischen Publizistik vorgenommenen Unterteilung der Tagespresse in nationale Zeitungen (*zenkoku-shi*), Blockzeitungen (*burokkushū*), Regionalzeitungen (*chihō-shi*) beziehungsweise Präfekturzeitungen (*ken-shi*) und Lokalzeitungen (*rōkaru-shi*, *komyuniti-pēpā*)¹, die großen Regionalzeitungen Japans mit der Lokalpresse gleichsetzt und die Vielfalt kleiner lokaler Zeitungen unerwähnt läßt.²
 - Genauso unverständlich ist, warum die Autorin auf einer getrennten Zählung der Morgen- und Abendausgaben von Set-Zeitungen beharrt und so stets eine Tagesauflage von 71 Millionen Zeitungen nennt. Das widerspricht zum einen den Gepflogenheiten der japanischen Publizistik und zum anderen auch dem Charakter dieser Zeitungen, deren Ausgaben komplementäre Teile eines Produktes darstellen, was auch die Zeitungsunternehmen in Japan hervorheben. Die Konsequenz der Autorin hat aber auch ihre Grenzen, denn in einer vergleichenden Graphik der Auflageentwicklung in Japan und der Bundesrepublik wird

¹ Vgl. dazu TAMURAS Ausführungen zur Unterscheidung der verschiedenen Zeitungstypen in Japan (1988: 221–231). Als Blockzeitungen werden solche Regionalzeitungen bezeichnet, deren Hauptverbreitungsgebiet eine Präfektur überschreitet.

² Siehe auch TAMURAS vielbeachtetes Werk zur Lokalpresse in Japan (TAMURA 1968).

- ganz offensichtlich von der Zählung des Sets als ein Exemplar ausgegangen (S. 328), was den Leser nur noch mehr befremden muß.
- Die Autorin behauptet, Rohstoffknappheit und mangelhafte Produktionsanlagen in der Nachkriegszeit seien der alleinige Grund für die wenigen Zeitungsneugründungen in Japan nach 1945 (S. 325). Sicherlich wirkten sich diese Faktoren hemmend aus, dabei darf aber nicht übersehen werden, daß die Alliierten neue Zeitungen (*shinkō-shi*) zu fördern suchten, ein Großteil der Leser sich aber schon 1948 von diesen *shinkō-shi* ab- und den alten Zeitungen wieder zuwandte. So waren tatsächlich viele auflagenschwache junge Blätter gezwungen, ihr Erscheinen einzustellen oder mit großen Zeitungen zu fusionieren (LÖHR 1991: 37–38).
 - Die nationalen Zeitungen werden entgegen der Aussage der Autorin nicht alle in Tōkyō herausgegeben (S. 331), beziehungsweise sie werden nicht alleine in Tōkyō herausgegeben. Die fünf nationalen Zeitungen haben jeweils vier bis fünf wirtschaftlich eigenständige Verlagshäuser im Land gegründet,³ in denen eigenständig Zeitung gemacht wird. So unterscheiden sich teilweise sogar die ersten Seiten einer *Asahi Shinbun* in Tōkyō und in Fukuoka ganz erheblich.
 - Bei der Wiedergabe einer anschaulichen Graphik (S. 212) über die landesweiten Fernsehnetzwerke in Japan aus dem Handbuch der *National Association of Commercial Broadcasters in Japan* würdigt sie das darin auftretende Phänomen des *Cross-Net* – die Teilnahme von Sendern an mehr als einem Netzwerk – keines Wortes.
 - Vergeblich sucht der Leser konkrete Informationen zu den Nachrichtenagenturen, die in den Mediensystemen der Bundesrepublik Deutschland und Japans eine wichtige Position einnehmen. Japans genossenschaftliche Nachrichtenagentur *Kyōdō Tsūshinsha* findet nur einmal kurz Erwähnung, und das auch noch in dem als irrelevant zu bezeichnenden Zusammenhang mit der Beteiligung von *Yomiuri Shinbun* an anderen Medien (S. 305). Als unentbehrliche Informationsquelle ist gerade *Kyōdō* seit dem Austritt von *Asahi*, *Mainichi* und *Yomiuri* 1952 Garant für die von Plitsch-Kussmaul hervorgehobene starke Position der Regionalzeitungen im Wettbewerb mit der nationalen Presse (ARAI 1979: 93–94).

Die Liste der Mängel und Ungenauigkeiten ließe sich fortsetzen, und um nicht unnötiger Erbsenzählerei bezichtigt zu werden, verzichtet der Rezensent hier, auf die Fehler bei der Wiedergabe japanischer Fachtermini oder Namen einzugehen. Für weitaus größere Irritation sorgen die wertenden Äußerungen, die die Autorin im Verlauf ihrer Betrachtungen im-

³ Vgl. die Einträge zu den jeweiligen Zeitungen in NIHON SHINBUN KYŌKAI (1995b).

mer wieder einfließen läßt. Da wird von der „Macht von NHK“ (S. 336) gesprochen oder davon, daß in Japan die „Macht im Medienbereich in erster Linie von den fünf großen Medienorganisationen ausgeübt“ werde (S. 303), ohne auch nur ein Wort darüber zu verlieren, wie sich diese „Macht“ definiert. Genauso bezeichnet sie die Parteipresse in Japan als „einflußlos“ (S. 330), ohne im Vorfeld ein einziges Kriterium für die Messung von „Einfluß“ gegeben zu haben.

Auch diese Äußerungen sind Nachweise der Oberflächlichkeit, die das gesamte Buch durchzieht. Woran das liegt, macht ein Blick auf das Literaturverzeichnis deutlich. Die Autorin, die in der Einleitung explizit auf ihre japanologische Vorbildung hinweist, bezieht ihre Informationen zum japanischen Mediensystem vornehmlich aus nicht-japanischsprachiger Literatur. Mit Ausnahme der bereits erwähnten Jahr- und Handbücher fehlen selbst die grundlegendsten japanischsprachigen Werke zu den Medien des Landes. Hier ist auch erkennbar, warum sich der Abschnitt, der sich auf den Rundfunk Japans bezieht, weitaus besser darstellt als der Presseteil: Im Bereich der Rundfunkforschung kann bereits auf zahlreiche Studien in englischer und deutscher Sprache zurückgegriffen werden, die allerdings für das Zeitungswesen noch nicht vorhanden sind.

Es fällt auf, wenn ein Autor zu einem Thema schreibt und „aus dem vollen“ schöpfen kann oder das vorhandene Material bis zur Grenze ausreizen muß, um ein annehmbares Ergebnis zu erzielen. Letzteres ist offensichtlich bei dem vorliegenden Werk der Fall. Ein Überblick, wie er hier angestrebt wurde, erfordert von dem Autor jedoch, selber Überblick zu haben. Das bedeutet vor allem Detailkenntnis, die erst zu einer wertenden Selektion relevanter Fakten befähigt. Gerade deshalb sind Werke wie die eingangs zitierte Monographie von NOJIRI Hiroko zu schätzen, die es erfolgreich schaffen, die Fachliteratur aufzuarbeiten, die relevanten Daten zu selektieren und sie gut verständlich aufzubereiten. Genau das hat Kirsten Plitsch-Kussmaul für den Teil der japanischen Medien leider nur vordergründig getan.

LITERATURVERZEICHNIS

- ARAI, Naoyuki (1979): *Shinbun sengo-shi. Jānarizumu no tsukurikae* [Nachkriegsgeschichte der Zeitungen. Die Umbildung des Journalismus]. Zushi: Sōshisha.
- LÖHR, Marc (1991): *Entwicklung, Organisation und Arbeitsweise regionaler Tageszeitungen in Japan – das Beispiel Shizuoka Shinbun*. Bochum: Brockmeyer (= Berliner Beiträge zur sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Japan-Forschung; 20).

- NIHON SHINBUN KYŌKAI (Hg.) (1995a): *1995 nenban – Zenkoku shinbun gaido* [Zeitungsführer für ganz Japan – Ausgabe 1995]. Tōkyō: Nihon Shinbun Kyōkai.
- NIHON SHINBUN KYŌKAI (Hg.) (1995b): *Nihon shinbun nenkan 95/96* [Jahrbuch der japanischen Zeitungen 1995/96]. Tōkyō: Nihon Shinbun Kyōkai.
- NOJIRI, Hiroko (1991): *Medien in Japan. Der Einfluß neuer Medien auf die Entwicklung der traditionellen Medien in Japan*. Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess.
- POHL, Manfred (1981): *Presse und Politik in Japan*. Hamburg: Institut für Asienkunde (= Mitteilungen des Instituts für Asienkunde; 122).
- TAMURA, Norio (1968): *Nihon no rōkaru shinbun* [Japans Lokalzeitungen]. Tōkyō: Gendai Jānarizumu Shuppankai.
- TAMURA, Norio (1988): Zenkokushi – burokku-shi – kenshi – komyuniti-pēpā [Nationale Zeitungen – Blockzeitungen – Präfekturzeitungen – Lokalzeitungen]. In: ARAI Naoyuki und Michio INABA (Hg.): *Shinbungaku (shinpan)* [Zeitungswissenschaft (Neudruck)]. Tōkyō: Nihon Hyōronsha, S. 221–231.