

Zeitschrift: Asiatische Studien : Zeitschrift der Schweizerischen Asiengesellschaft = Études asiatiques : revue de la Société Suisse-Asie

Herausgeber: Schweizerische Asiengesellschaft

Band: 48 (1994)

Heft: 1: Referate des 9. deutschsprachigen Japanologentages in Zürich (22. - 24. September 1993)

Artikel: Sprachliche Merkmale der japanischen Massenmedien im Spiegel ihres gesellschaftlichen Hintergrundes

Autor: Loosli, Urs

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-147091>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 26.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

SPRACHLICHE MERKMALE DER JAPANISCHEN MASSEN MEDIEN IM SPIEGEL IHRES GESELLSCHAFTLICHEN HINTERGRUNDES

Urs Loosli, Zürich

Einleitung

Sich analytisch mit dem Phänomen der Massenmedien auseinanderzusetzen, die sich in der heutigen Welt täglich, ja stündlich neu artikulieren und ihre Botschaften multiplizieren, ist eigentlich ein hoffnungsloses Unterfangen. Auch die scheinbare Beschränkung auf die Massenmedien Japans erleichtert die Aufgabe keineswegs, denn gerade in diesem Lande zählen Mediendichte und Medienkonsum bekanntlich zu den höchsten der Welt. Allein an Tageszeitungen werden täglich über 70 Millionen Exemplare gedruckt; die grössten Zeitungen wie *Yomiuri* oder *Asahi Shinbun* setzen jeden Tag weit über 10 Millionen Stück ab, wenn man die Morgen- und Abendausgaben zusammenzählt. Auflagen von mehreren Millionen verzeichnen auch die *Mainichi*, die *Nihon Keizai* (oder: *Nikkei*) und die *Sankei Shinbun*.¹ Solche Zahlen liegen weit über dem Auflagenniveau anderer Länder, wo es im allgemeinen nur Boulevardblätter sind, die sich in Millionenhöhe absetzen lassen. (Die deutsche Bild-Zeitung als grösstes europäisches Blatt bringt es beispielsweise auf rund 4 1/2 Millionen Auflage).

Die Gründe für die Rekordzahlen in Japan sind einmal im ausgesprochenen Informationshunger der japanischen Bevölkerung zu suchen, aber auch in den Besonderheiten des dortigen Produktions- und Verteilsystems, das sich durch Feinmaschigkeit und durch einen kundenfreundlichen Hausservice auszeichnet. Zusammen mit dem Fernsehen, das in japanischen Stuben durchschnittlich länger angeschaltet bleibt als in den meisten europäischen Ländern, ergibt sich die Tatsache, dass die Japaner im Alltag in einer äusserst stark durch die Massenmedien dominierten Gesellschaft leben. Ein solcher Befund besitzt Implikationen politischer, wirtschaftlicher, sozialer oder psychologischer Art, um nur ein paar Möglichkeiten herauszugreifen. Auch für die Ebene der *Linguistik* ist er nicht ohne Belang, weil die Medien ja in grossem Masse bei der Bildung, der Reproduktion und der Vermittlung von Sprache mitwirken.

Was also ist kennzeichnend für die Sprache der japanischen Massenmedien? Der Frage kann auf mehrere Arten nachgegangen werden: einmal z.B. in

¹ Auflagezahlen 1992 (in Mio. Ex.): YS 14, 3; AS 12,9; MS 6,1; NS 4,7; SS 3,0 (Quelle: Japan Audit Bureau of Circulations ABC, Tōkyō 1992)

der Unterscheidung zwischen stilistischen und inhaltlichen Merkmalen. Bezüglich ihres *Stils* beruht die japanische Mediensprache im wesentlichen auf ähnlichen Sachzwängen wie jene anderer Länder. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang als zentraler Punkt das Bemühen um *Verständlichkeit* bei den Konsumenten, auf welche die Medien infolge des harten kommerziellen Wettbewerbes untereinander dringend angewiesen sind. Dies führt zu einem eingängigen, konzentrierten Stil nahe der Alltagssprache, wie wir ihn auch von der westlichen Presse her kennen. Beizufügen ist allerdings, dass stilistische Verkürzungen in der japanischen Pressesprache mithilfe chinesischer Compounds nicht immer automatisch mit leichterem Verständlichkeit gleichzusetzen sind.

Schlagzeilen

Inhaltliches Charakteristikum für die japanische Presselandschaft ist indes einmal das Bemühen um grösstmögliche *Konsensfähigkeit* und Harmonie, das - aufgrund der spezifischen Traditionen des Landes und darunter vor allem jener des Konfuzianismus - ja auch in anderen gesellschaftlichen Sphären, wie Schule oder Geschäftswelt, produktiv geblieben ist. Illustrierend für diese Tendenz bei den Medien lassen sich die *Schlagzeilen* der Tagespresse heranziehen. Obschon die grossen nationalen Blätter Wert auf ihre organisatorische und redaktionelle Unabhängigkeit legen, unterscheiden sich Gewichtung und Darstellungsform der Nachrichten vielfach nur um Nuancen. Die fünf eingangs genannten Tageszeitungen veröffentlichten beispielsweise in ihren Abendausgaben vom 17. Januar 1991, zum Auftakt des Golfkrieges, folgende Schlagzeilen:

- (1) 多国籍軍、イラクを攻撃
takokusekigun, iraku wo kōgeki
(«Die multinationalen Streitkräfte greifen Irak an»)
- (2) 湾岸戦争に突入
wangan-sensō ni totsunyū
(«Eintritt in den Golfkrieg»)
- (3) 多国籍軍イラク空爆
takokusekigun iraku kūbaku
(«Die multinationalen Streitkräfte bombardieren Irak aus der Luft»)
- (4) 多国籍軍、イラク空爆
takokusekigun, iraku kūbaku
(«Die multinationalen Streitkräfte bombardieren Irak aus der Luft»)
- (5) 多国籍軍、イラクと開戦
takokusekigun, iraku to kaisen
(«Die multinationalen Streitkräfte eröffnen Krieg gegen Irak»)

Bis auf eine Ausnahme (2) sehen sich die Überschriften sehr ähnlich, (3) und (4) besitzen, bis auf ein Komma, sogar den gleichen Wortlaut. Auffallend ist vor allem die Verwendung des neuen Begriffs *takokusekigun*, «die multinationalen Streitkräfte», der in identischer Form in vier Blättern auftaucht. Dass ein Ausdruck wie *takokusekigun*, der bis anhin nicht zum allgemeinen Sprachgebrauch gehörte, auf einen Schlag von den wichtigsten Medien des Landes als schlagzeilenwürdig erachtet wird, darf als Indiz für die besagte uniformistische Tendenz der japanischen Mediensprache angesehen werden. In die gleiche Richtung deutet ebenfalls die Tatsache, dass an die Adresse des Blattes (2) Vorwürfe ergingen, wonach es sich einer allzu «reisserischen» Aufmachung bedient habe. In Wirklichkeit darf man hinter dieser Kritik jedoch wohl eher Unmut über den Bruch der Uniformitätsnormen vermuten.²

Ein anderes Beispiel hierfür bietet auch ein Vergleich der Abendausgaben von *Yomiuri* und *Mainichi Shinbun* vom 3. Oktober 1990, dem Tag der deutschen Wiedervereinigung, wo die Zeitungsschlagzeilen nahezu denselben Wortlaut aufwiesen:

Y.: 統一ドイツ誕生 *tōitsu doitsu tanjō*
 («Geburtstag des vereinigten Deutschland»),
 Untertitel: 分断 41 年に終止符 *bundan 41-nen ni shūshifu*
 («ein Schlusspunkt für die 41-jährige Trennung»)
 M.: 統一ドイツ誕生 *tōitsu doitsu tanjō*
 («Geburtstag des vereinigten Deutschland»)
 Untertitel: 分断の歴史に終止符 *bundan no rekishi ni shūshifu*
 («ein Schlusspunkt für die Geschichte der Trennung»)

Neben dem gemeinsamen Haupttitel *tōitsu doitsu tanjō*, fällt auch die gleiche idiomatische Verwendung des Ausdrucks *bundan ni shūshifu*, wörtl.: «ein Schlusspunkt für die Trennung» auf.

Nun sind diese Beispiele sicherlich willkürlich herangezogen, aber um blosse Zufälle handelt es sich dabei nicht. Bei ihrer täglichen Arbeit bedienen sich die japanischen Journalisten nämlich katechismusartiger *Handbücher*, worin die stilistischen und inhaltlichen Richtlinien zur Medienberichterstattung bis ins Detail umrissen sind. Die grossen Verlage geben alle solche Manuals heraus, um ihre Mitarbeiter zu einer möglichst einheitlichen

² siehe dazu *Shinbun Kenkyū* (9/1992:49). Pikanterweise spricht ja heute niemand mehr von «multinationalen Streitkräften», sondern nurmehr vom Golfkrieg.

Gestaltung der Berichte und Kommentare anzuhalten.³ Untereinander unterscheiden sich die Handbücher nur in Nuancen. Das *kisha handobukku* der Nachrichtenagentur *Kyōdō* stellt so etwas wie das Vademecum für die schreibende Zunft dar und wird auch in Redaktionsstuben verwendet, wo eigene, verlagsinterne Richtlinien fehlen. Das Handbuch enthält folgende Hinweise:

«Richtlinien für die Gestaltung:

1. Zeitungsberichte (auch Schlagzeilen) verwenden eine standardisierte, leicht verständliche Umgangssprache, wie sie normalerweise im Alltag gebraucht wird.
2. Im wesentlichen findet das durch die Verlage bestimmte Zeichen- und Ausspracheinventar Anwendung. Der Mischtext von chinesischen Zeichen (*kanji*) und *hiragana*-Silben wird so geschrieben, wie er in den Richtlinien zum modernen Sprachgebrauch [現代仮名遣い] geregelt ist (Kabinettempfehlung). Nur falls erforderlich, sollen auch *katakana*-Silben und lateinische Buchstaben Anwendung finden.
3. Für die flektierten Endungen finden die neuen *okurigana*-Schreibrichtlinien Anwendung
4. Bei Begriffen, die sowohl mit *kanji* als auch mit Silbenzeichen geschrieben werden können, soll im gleichen Artikel grundsätzlich eine einheitliche Schreibweise zum Zuge kommen. In Texten, worin viele Fremdwörter, chinesische und japanische Begriffe vorkommen, soll auf eine möglichst leicht verständliche Anordnung der *kanji* und der Silbenzeichen geachtet werden.
- 5.[...].»⁴

Um einige der gemeinsamen und im interkulturellen Vergleich - wie mir scheint - gleichzeitig auch bezeichnenden Strukturmerkmale der japanischen Mediensprache deutlich zu machen, möchte ich auf zwei Bereiche inhaltlicher Natur eingehen, wo sich die Sprachbildung der Medien im engen Kontext zu den Besonderheiten der japanischen Gesellschaft vollzieht. Es sind dies die Bereiche des *sozialen Bezugs* (Höflichkeitssprache, Personenbezeichnungen) und der *Fremdwörter*.

Sozialer Bezug

Der soziale Bezug seiner Sprechakte bildet bekanntlich eines der Hauptmerkmale des Japanischen. Auch die Massenmedien sind in ihrer Ausdrucksweise diesem Sachzwang unterworfen. Als Illustration dafür sei zunächst

³ Es versteht sich von selbst, dass damit eine Erklärung für inhaltliche und stilistische Übereinstimmungen in der Berichterstattung existiert, nicht aber für den gemeinsamen Wortlaut von Schlagzeilen. Solche, für die japanische Medienszene nicht untypische (Zu-)Fälle sind wohl eher auf die spontane Verständigung per Telefon oder Fax der einzelnen Redaktionsdesks zurückzuführen.

⁴ *Kisha handobukku*, Kyōdō tsūshinsha, Tōkyō (1992⁶:327)

auf die Berichterstattung über das japanische *Kaiserhaus* hingewiesen. Dazu wiederum ein Auszug aus dem *kisha handobukku*:

«Über den Sprachgebrauch für das Kaiserhaus (*kōshitsu* 皇室).

Die Handhabung des Sprachgebrauchs für das Kaiserhaus.

1. Gegenüber dem Kaiserhaus wird Höflichkeitssprache (*keigo*) verwendet.
2. Es gilt darauf zu achten, dass keine übertriebene Höflichkeitssprache Anwendung findet; insbesondere sind doppelte Höflichkeitsausdrücke zu vermeiden. Pro Satz sollte grundsätzlich nur eine *keigo*-Form auftreten.

Bsp.: *go-shusseki sareru* > *shusseki sareru*, *go-shusseki* ご出席される → 出席される、ご出席 [=teilnehmen], *go-issho ni chōsha sareru* > *issho ni chōsha sareru*, *issho ni norareru* ご一緒に乗車される → 一緒に乗車される、一緒に乗られる [=zu zweit fahren].

Falls das Satzende Höflichkeitssuffixe wie *-sareta*, *-sareru* oder Höflichkeitspräfixe wie *o-* (*to o-isogashii* …とお忙しい) enthält, sollte im vorderen Teil grundsätzlich kein *keigo* verwendet werden.

[Bsp.]

Merke: Verben besitzen folgende Höflichkeitsstrukturen:

a) *-reru* れる, *-rareru* られる

Bsp.: *kakareru* 書かれる [=schreiben], *shusseki sareru* 出席される [=teilnehmen], *okurareru* 贈られる [=schenken].

b) *o-XX ni naru* お○○になる

Bsp.: *o-kaki ni naru* お書きになる [=schreiben], *o-tsuki ni naru* お着きになる [=ankommen].

c) *go-XX ni naru* ご○○になる

Bsp.: *go-shusseki ni naru* ご出席になる [=teilnehmen], *goran ni naru* ご覧になる [=sehen].

b) und c) sind nach Möglichkeit zu vermeiden.

3. Spezielle Höflichkeitsausdrücke und Wörter, die nur für das Kaiserhaus gebraucht werden, sollten in leicht verständliche Sprache umgesetzt werden.

Bsp.: *gyōkō* 行幸 [=kaiserliche Reise] > *go-ryokō* ご旅行, *o-meshi-ressha* お召し列車 [=kaiserlicher Zug] > *tokubetsu-ressha* 特別列車.

4. Nicht-offizielle *kanji* können bei protekollarischen Erwähnungen des Kaiserhauses vorkommen, aber in normalen Berichten sollten sie durch leicht verständliche Zeichen ersetzt werden. Wenn es bei protekollarischen Erwähnungen oder bei Eigennamen zu Schwierigkeiten in der Umsetzung kommt, sollte danach in Klammern auf die Aussprache und auf die Bedeutung hingewiesen werden. [Beispiele].

5. Ausser bei Eigennamen sollte für das höfliche Präfix *o-* お möglichst nicht das *kanji* 御, sondern die *hiragana*-Schrift verwendet werden.

Bsp.: *go-kekkon* ご結婚 [=kaiserl. Hochzeit], *go-ryokō* ご旅行 [=kaiserl. Reise], *go-fusai* ご夫妻 [=kaiserl. Paar].

6. Bei Berichten über ausländische Monarchen wird grundsätzlich kein *keigo* verwendet. Wenn sich solche Personen jedoch mit dem Tennō oder mit Mitgliedern des Kaiserhauses treffen oder mit ihnen zusammen Aktivitäten unternehmen, soll

ihnen die gegenüber dem japanischen Kaiserhaus übliche Höflichkeitssprache zuteil werden.

7. In Schlagzeilen können Ehrentitel und *keigo* weggelassen werden.»⁵

In diesen Vorschriften, deren Grundsätze 1952 durch den offiziellen «Beratungsausschuss für die Landessprache» 国語審議会 formuliert und nach dem Tode des Shōwa-Tennōs anfangs der neunziger Jahre neu umschrieben worden sind, offenbart sich eine deutliche *Säkularisierung der Mediensprache* in Richtung auf grössere Verständlichkeit und auf den Allgemeingebrauch hin. War es früher üblich, für die Person des Tennō ("ich": 朕 *chin*) und seine Aktivitäten in der Berichterstattung eine besondere Terminologie mit eigenen *keigo*-Ausdrücken zu verwenden, beschränkt sich heute die Höflichkeitssprache über das Kaiserhaus in der Regel auf das Zufügen geeigneter grammatikalischer Flexionspartikel.⁶

Genauere Vorschriften bestehen auch über die Art der jeweiligen Personenbezeichnung. So durfte die Diplomantochter *Owada Masako*, die sich jüngst mit dem Thronfolger Hironomiya verheiratete, erst auf den Abschluss der eigentlichen Hochzeitszeremonie als *Masako-sama* bezeichnet werden, da das Suffix *-sama* さま als sprachliches Indiz ihrer ehelichen Zugehörigkeit zum Kaiserhaus zu verstehen ist und deshalb minutiös auf den protekollarischen Zeitpunkt ausgerichtet werden musste. Andererseits darf der Tennō selbst wiederum nicht als *tennō-sama*, sondern nur als *tennō-heika* 天皇陛下 [=kaiserliche Majestät] bezeichnet werden.⁷

Ähnlich strikt verfahren die Medien auch bei der Anrede von Normalpersonen, wo sie bei der Anrede zwischen dem allgemein üblichen *-san* さん/様, bzw. *-kun* 君 für Jungen und *-chan* ちゃん für Kleinkinder unterscheiden, daneben jedoch auch Berufs- und Titelbezeichnungen sowie das für Respekts- und Amtspersonen reservierte Suffix *-shi* 氏 verwenden.

Darüber hinaus besteht seit 1989 in der Kriminal-Berichterstattung (*jiken-hōdō* 事件報道) durch die Verwendung der Nachsilben *-yōgisha* 容疑者 [«Verdächtiger»] und *-hikoku* 被告 [«Angeklagter»] eine neue Terminologie für Personenbezeichnungen, die dem veränderten Bewusstsein zu Rechtsprechung und Persönlichkeitsschutz in Japan Rechnung tragen. Gemäss den traditionellen Auffassungen war bis vor kurzem allgemein üblich, in Berichten über verdächtige und verhaftete Personen das sog. *yobi-sute* 呼び捨て [wörtl.: «Wegwerfen des Namens»] zu praktizieren, d.h. den blossen

⁵ *Kisha handobukku* (1992:488f.)

⁶ Auch diese Praxis wird neuerdings zunehmend unterlaufen (siehe AS vom 2.9.93)

⁷ *Kisha handobukku* (1992:490)

Namen ohne Anrede wiederzugeben. Diese Sitte, die meist mit Berufs- und Adressangaben der fraglichen Person verbunden worden war und deshalb zur eigentlichen Sippenhaft ausartete, geriet in den achtziger Jahren nach einer Reihe journalistischer Verfehlungen und Vorverurteilungen ins Zwielicht. In Übereinstimmung mit westlichen Standards zum Persönlichkeitsschutz haben sich deshalb die japanischen Medien aus eigener Initiative ein neues Leitbild zum *jiken-hōdō* erarbeitet.

Bei dieser Praxis treten jedoch mitunter Zweifelsfälle auf. So wurde *Kanemaru Shin*, der frühere Vize-Sekretär der Liberaldemokratischen Partei, auch lange Zeit nach seiner Anklage über den Erhalt von Bestechungsgeldern, weiterhin höflich-formell als *Kanemaru-shi* bezeichnet,⁸ während andererseits die standardisierte Bezeichnung *-yōgisha* für gewöhnliche Verdächtige von den Boulevardmedien häufig nur zähneknirschend angewendet wird. Obschon der Sprachgebrauch in den Handbüchern minutiös geregelt ist, besteht also in der Anwendung der jeweiligen sprachlichen Muster nach wie vor ein gewisser Ermessensspielraum, der auch im zweiten zu beleuchtenden Bereich, bei der Anwendung von Fremdwörtern, zum Zuge kommt.

Fremdwörter

Durch seine dreiteilige Schriftstruktur stellt das Japanische die einzige Kultursprache dar, in der Fremdwörter auf Anhieb auch optisch als solche erkennbar sind. Vieles deutet darauf hin, dass es gerade diesem Umstand zuzuschreiben ist, dass das moderne Japanische die Rekordzahl von rund 30'000 Fremdwörter westlicher Provenienz aufweist.⁹

Auffallend ist nämlich, dass mit der Einkleidung der Fremdwörter in das Sprachgerüst der *katakana*-Silben ebenfalls eine inhaltliche Verfremdung einhergeht, welche die neuen Ausdrücke zwar als Fremdteile ausweist, aber dies nur in symbolischer Weise, wodurch ihre Eingliederung in die japanische Alltagssprache erleichtert wird.

Die staatliche Fernsehgesellschaft *NHK* unterhält eine Forschungsabteilung, die sich regelmässig mit den Besonderheiten der modernen Umgangssprache befasst, darunter auch mit dem Gebrauch westlicher Fremdwörter. Laut diesen Studien besteht unter den Japanerinnen und Japanern eine grundsätzliche Akzeptanz gegenüber dem importierten Wortschatz aus

⁸ In der *Asahi Shinbun* vom 23.7.93 wurde Kanemaru allerdings anlässlich der Eröffnung des Prozesses gegen ihn in der Bildlegende als Angeklagter (*-hikoku*) bezeichnet.

⁹ Laut *Iwanami Kokugo Jiten* [Lexikon der Landessprache]; der *Kadokawa Gairaigo Jiten* [Fremdwörter-Lexikon] verzeichnet rund 25'000 Einträge.

dem Westen, die jedoch mit dem Alter signifikant abnimmt.¹⁰ Während die jüngere Generation die Fremdwörter im allgemeinen als modische Accessoires betrachtet, mit denen sich ihre Sprache auf attraktive Art bereichern lässt, erblicken manche älteren Menschen darin eher eine lästige Zeiterscheinung. Zieht man als Belege beispielsweise Jugendmagazine oder Fachzeitschriften über Elektronik und Computer bei, erweisen sich solche Vorwürfe als nicht unbegründet. In vielen dieser Texte herrscht eine derartige Fülle von *katakana*-Wörtern vor, dass der genaue Inhalt nur Eingeweihten oder Leuten mit guten Englischkenntnissen verständlich werden dürfte.

Das *kisha handobukku* empfiehlt deshalb einen äusserst restriktiven Gebrauch von Fremdwörtern:

«Fremdwörter sind im allgemeinen schlecht verständlich, so dass sie nur dann verwendet werden sollten, wenn es sich wirklich nicht vermeiden lässt.»¹¹

Die Wahrscheinlichkeit einer sprachlichen Neubildung durch das Instrumentarium westlicher Fremdwörter und deren sozialer Akzeptanz ist dann besonders gross, wenn es sich um Begriffe handelt, mit denen sich neue semantische Bereiche abstecken lassen. Darunter fallen unter anderem Wörter, die bislang *tabuisierte* Bereiche der gesellschaftlichen Moral Japans betreffen. Beispiele dafür sind die in jüngster Zeit geprägten Begriffe *sekushuaru harasumento* セクシュアルハラメント («sexual harassment») und dem durch die Medien eingeführten Kürzel namens *sekuhara* セクハラ, das im Zusammenhang mit der 1991 in den USA heftig geführten Diskussion um die sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz in Japan zum Modewort und zum stehenden Begriff wurde; oder der ominöse Ausdruck *hea* ヘア («hair»), worunter die bisher in den japanischen Medien unzulässige bildliche Darstellung von *Schamhaaren* nun zumindest auf begrifflicher Ebene ein geeignetes Vehikel zur öffentlichen Darstellung gefunden zu haben scheint.¹²

Die wichtige Frage, ob mit den linguistischen Veränderungen auch ein Wandel im öffentlichen gesellschaftlichen Bewusstsein erreicht wird, oder

¹⁰ Ishino Hiroshi & Yasuhira Minako: *Nihonjin no kotoba ishiki to kore kara no nihongo* [Das Sprachbewusstsein der Japaner und das künftige Japanisch], in: *NHK hōsō bunka kenkyūjo*, Tōkyō 1991. Darauf befragt, ob sie westliche Fremdwörter als wünschenswert erachteten, antworteten 1990 in Tōkyō 64% der 20-29-Jährigen mit Ja, bei den Leuten über 60 Jahre waren es dagegen nur noch 25 %.

¹¹ *Kisha handobukku* (1992:441)

¹² Eine soziologische Analyse dazu findet sich bei Mark Schilling: *Worshipping the Naked Goddess: The Media, Mores, and Miyazawa Rie*. In: *Japan Quarterly*, vol. xxxix, no. 2, 1992.

ob es zuerst wohl Veränderungen dieses Bewusstseins selber sind, die sprachlichen Wandel erst ermöglichen, kann im Rahmen dieser Arbeit nur angedeutet, nicht aber geklärt werden. Bezogen auf die erwähnten Beispiele lässt sich zumindest feststellen, dass viele Begriffe allein durch ihre Qualität als westliche Fremdwörter zu einer *Ent-Emotionalisierung* des Gegenstandes und damit zu einer Verringerung der direkten Betroffenheit beitragen können. Eine derart offene Diskussion, wie sie gegenwärtig in Japan über bislang tabuisierte gesellschaftliche Phänomene geführt wird, schiene ohne den Beizug des begrifflichen Instrumentariums westlicher Fremdwörter jedenfalls kaum denkbar. Mit solchen Wortprägungen wird indes nur vermeintlich der Schritt zu einer Verfremdung eines Teils der eigenen Sprache vollzogen; vermeintlich deshalb, weil sich diese Elemente durch den Rückgriff auf die in der japanischen Schriftstruktur verankerte Kategorie der Katakana-Wörter ja auf unverdächtige Art und Weise in die Sprache integrieren lassen.

Durch die ausgesprochene Fähigkeit des Japanischen zur produktiven Einverleibung ausländischen Sprachgutes verfügen die Medien damit psychologisch gesehen zugleich über einen Mechanismus zur Verarbeitung unterschiedlicher Grade emotionaler *Betroffenheit*. Ähnlich wie sich im Westen Berufsgruppen, wie etwa Ärzte oder die Geistlichkeit, bestimmter Begriffe aus dem Altgriechischen oder Latein bedienen, um ihrer Sprache zugleich Verfremdung und Ausschliesslichkeit zu verleihen, lässt sich auch in der aktuellen Übernahme westlicher Fremdwörter ins Japanische eine entsprechende Tendenz erkennen, die allerdings anderen gesellschaftlichen Voraussetzungen und Bedürfnissen entspringt. Durch die Tatsache, dass die Medien laufend neue Begriffe aus dem westlichen Kulturraum importieren können, ohne sie im Endergebnis selbst «westlich» aussehen zu lassen, wird dieser Import ohne Gesichtsverlust oder Risiko einer Identitätskrise vorgenommen. Eine solche Tendenz zur *Übernahme ohne Risiko* kann wohl auch für weitere Bereiche im Modernisierungsprozess des gegenwärtigen Japan als charakteristisch angesehen werden.

Fazit

Welche Schlüsse lassen sich ziehen? Ohne hier auf weitere wesentliche Bereiche wie Neue Medien, Manga oder auch das Fernsehen näher eingegangen zu sein, lassen sich allgemein gültige Aussagen zur Mediensprache wohl nur schwerlich treffen. Dennoch scheint mir ein Aspekt für die japanischen Medien erwähnenswert: sie spielen bei der Sprachvermittlung eine auf Anhub widersprüchliche Rolle, indem sie zugleich eine konservativ-bewahrende, wie auch eine progressiv-normative Funktion ausüben können.

Einerseits zielen sie auf gesellschaftlichen Konsens, auf eine grösstmögliche Akzeptanz und damit auf sprachliche Uniformität ab, andererseits jedoch unterstützen sie durch den steten Beizug von Fremdwörtern ebenfalls eine ständige Belebung der Sprache. Resultat dieser Doppelwirkung ist eine durch orthodoxe Stilelemente bestimmte Ausdrucksstruktur, die sich bisher in ihrem Kern kaum verändert hat, obschon sie stets aufs Neue von üppig wuchernden Neologismen überlagert wird.

Bibliographie

- Japan Audit Bureau of Circulations ABC, Tōkyō 1992.
- Kisha handobukku, Kyōdō tsūshinsha, Tōkyō (1992⁶).
- Iwanami Kokugo Jiten [Lexikon der Landessprache]. Tōkyō (1991).
- Kadokawa Gairaigo Jiten [Fremdwörter-Lexikon]. Tōkyō (1969).
- Ishino Hiroshi & Yasuhira Minako: *Nihonjin no kotoba ishiki to kore kara no nihongo* [Das Sprachbewusstsein der Japaner und das künftige Japanisch], in: *NHK hōsō bunka kenkyūjo*, Tōkyō 1991.
- Schilling, Mark: *Worshipping the Naked Goddess: The Media, Mores, and Miyazawa Rie*. In: *Japan Quarterly*, vol. xxxix, no. 2, 1992.
- *Shinbun Kenkyū* [Zeitungswissenschaft], Tōkyō (9/1992).

Verwendete Zeitungen:

- Asahi Shinbun
- Mainichi Shinbun
- Nihon Keizai Shinbun
- Sankei Shinbun
- Yomiuri Shinbun