

IM KÄFIG ODER NUR ZU ZAHM: WIE FREI SIND JAPANS MEDIEN UNTER ABE?

Felix LILL

1. EINFÜHRUNG

Als Asiens älteste liberale Demokratie verfügt Japan nicht nur über eine Vielzahl von Massenmedien, die sich auf allen möglichen Plattformen ausbreiten, sondern über einige der auflagenstärksten und einflussreichsten Zeitungen und Rundfunksender der Welt. Allerdings werden seit dem neuerlichen Amtsantritt von Shinzō Abe als Premierminister 2012 vermehrt Befürchtungen im In- und Ausland laut, dass die Medienvielfalt des Landes unter stärkerer politischer Kontrolle leide. Die Nichtregierungsorganisation Reporter ohne Grenzen (2015), die in ihrer „Rangliste der Pressefreiheit“¹ weltweit die Arbeitsbedingungen von Journalisten evaluiert, stufte Japan seit 2013 um 8 Plätze auf Rang 61 herab. Die Nichtregierungsorganisation Freedom House (2015) kategorisierte Japan in ihrem letzten Report „Freedom In The World“² zwar insgesamt als „free“. In der Unterkategorie „civil liberties“ allerdings tendiert Japans Bewertung seit 2012 in Richtung „partly free“. Kritisiert werden insbesondere das System der *kisha kurabu* (wörtlich: „Schreiberklubs“), die öffentliche Ermahnung zur „ausgewogenen Berichterstattung“ durch die Regierung, die Gesetzgebung über Staatsgeheimnisse sowie der ökonomische Einfluss verschiedener Wirtschaftssektoren auf die japanischen Medien. Dies alles sorge für Homogenität in der Berichterstattung.

¹ Basiert auf sieben Kategorien: Medienvielfalt, Unabhängigkeit der Medien, journalistisches Arbeitsumfeld und Selbstzensur, rechtliche Rahmenbedingungen, institutionelle Transparenz, Produktionsinfrastruktur, sowie Übergriffe und Gewalttaten gegen Journalisten. Daten stammen aus Befragungen von Experten u. a. in den Feldern Journalismus, Wissenschaft und Menschenrechten.

² Der Index „Freedom Of The Press“ ergibt sich aus der Summe der Punktzahlen aus drei Unterbereichen: „legal environment“ (0–30 Punkte), „political environment“ (0–40) sowie „economic environment“ (0–30). Daten stammen aus Befragungen in den Bereichen Forschung, Medien und Menschenrechte.

Dieses Kapitel analysiert die Entwicklung der japanischen Medien anhand des Propagandamodells von Herman und Chomsky (1988). Es wird untersucht, inwieweit die Bedingungen für freie Berichterstattung schwieriger geworden sind. Dabei zeigt sich, dass viele Voraussetzungen für eine größtmöglich freie Presse schon vor Abes Amtsantritt schwierig waren. Andererseits haben sich die Umstände in entscheidenden Bereichen, wie etwa dem rechtlichen Rahmen sowie dem Umgang der Regierung mit den Massenmedien, seit 2012 merklich verschlechtert.

2. MEDIENDEMOKRATIE UND PROPAGANDAMODELL: THEORETISCHE PERSPEKTIVEN

Wenngleich das Modell von Herman und Chomsky beinahe 30 Jahre alt ist, also aus der Zeit des Kalten Kriegs und vor der Verbreitung des Internets stammt, kann es zum Verständnis der Entwicklung der japanischen Medien unter Abe beitragen. Das Modell zeigt fünf Filter, die eine unabhängige Berichterstattung, wie sie im Idealfall in liberalen Demokratien erfolgen sollte, tendenziell beeinträchtigen können:

- 1) Größe und Profitorientierung der Massenmedien: Als Unternehmen richten sich Massenmedien vor allem nach den finanziellen Interessen ihrer Besitzer. Inhalte müssen massenkompatibel sein, um ein Höchstmaß an Lesern oder Zuschauern zu gewinnen.
- 2) Werbung: Da Werbeeinnahmen für die meisten Medien ein wichtiger Einnahmefaktor sind, können Inserenten Einfluss auf die journalistischen Inhalte nehmen. Dies schwächt diejenigen Medien, die unabhängig von den Interessen ihrer Inserenten agieren und stärkt diejenigen, die sich an diese anpassen.
- 3) Typische Quellen: Die Organisationsapparate politisch und/oder finanziell mächtiger Institutionen pflegen engen Kontakt zu den Massenmedien, stellen Informationen bereit und ermöglichen dadurch eine vereinfachte Berichterstattung der Medien. Dies kann dazu führen, dass diese alternative Quellen vernachlässigen und die Sichtweise mächtiger Institutionen reproduzieren.
- 4) Beschwerden und Drohungen: Negative Reaktionen auf Berichterstattung – wie Leserbriefe, Beschwerden, Gerichtsklagen – sind teuer für Medien, da sie Leser/Zuschauer oder Werbeeinnahmen kosten können oder Ressourcen zur Streitschlichtung erfordern. Vor allem mächtige Institutionen und ihre Interessengruppen können es sich leisten, auf diese Mittel zurückzugreifen und so die Berichterstattung zu beeinflussen.

- 5) Tabus und Ideologie: Themen, die für ein berichtendes Medium so heikel sind, dass kritische Berichterstattung gleich dessen Glaubwürdigkeit in Frage stellen würde, sorgen für bestimmte Narrative, die von den meisten Medien als eine Art Grundannahme mitgetragen werden. Als Beispiel wird der Antikommunismus in den USA während des Kalten Krieges angeführt, zu dessen Zeit sich Medien mit gegenüber dem Ostblock allzu verständnisvoller (oder dem Westen gegenüber allzu kritischer) Berichterstattung leicht verdächtig machen, mit dem Klassenfeind zu sympathisieren. An anderer Stelle argumentiert Chomsky, dass dieses Narrativ in den USA durch den „War on Terror“ und den „freien Markt“ ersetzt wurde (Mullen 2009).

Auch wenn seit der Veröffentlichung des Propagandamodells wiederholt Ergänzungen vorgenommen wurden (Klaehn 2009; Mullen und Klaehn 2010), hat sich an der grundsätzlichen Ausrichtung und Relevanz des Modells wenig geändert. Das zeigt sich sowohl am Fall der USA, die als Fallbeispiel maßgeblich für die Entwicklung des Modells waren, als auch international: seit Ende der 1980er Jahre zeichnet sich in vielen Ländern eine zunehmende Konzentration der Besitzverhältnisse der Massenmedien ab. Die Abhängigkeit von Werbeerlösen ist vielerorts gestiegen und die Aktivität einflussreicher Institutionen hat nicht zuletzt durch verstärkte Public-Relations-Arbeit zugenommen. Beschwerden oder Klagen sind auch heute ein Instrument, mit dem gegen Berichterstattung vorgegangen wird (Mullen 2009). Herman und Chomsky gehen überdies davon aus, dass das Modell zumindest teilweise sogar stärker auf TV- und Onlinemedien zutrefte, da deren Abhängigkeit von Werbeeinnahmen deutlicher ausgeprägt sei als bei traditionellen Medien (Mullen 2009).

Das Propagandamodell soll hier als analytischer Rahmen dienen um die Dynamik in der Medienlandschaft seit dem erneuten Amtsantritt Shinzō Abes als Premierminister Ende 2012 zu beleuchten. Zwar ist eine Beurteilung aufgrund der bis dato relativ kurzen Amtszeit nur bedingt möglich, doch erlaubt der Vergleich mit Entwicklungen vor Abes Amtsantritt sowie Interviews mit Journalisten und Experten wichtige Einblicke in oft nur schwer zu beurteilende Prozesse.

3. DIE JAPANISCHE MEDIENLANDSCHAFT UND IHR PUBLIKUM

Moderne Massenmedien entstanden in Japan in den 1870er Jahren, als sich im Zuge der Meiji-Reformen mit der Mainichi Shinbun die erste japanische Tageszeitung gründete. Die Nachkriegsverfassung von 1947 garantiert in Artikel 21 die „Versammlungs-, Vereinigungs- und Meinungs-

freiheit sowie die der Presse und aller anderen Ausdrucksformen“ (Prime Minister of Japan and His Cabinet 2016, eigene Übersetzung). Staatliche Zensur ist untersagt und die Möglichkeit der geheimen Kommunikation (inklusive Briefgeheimnis) garantiert. Wenngleich nicht ausdrücklich formuliert, wird den Medien in Artikel 21 die Möglichkeit eingeräumt, die Regierung zu kritisieren und zur öffentlichen Meinungsbildung beizutragen.

Tabelle 1: Größte Tageszeitungen weltweit nach Auflage.

| Rang | Name | Land | Sprache | Auflage (Tsd.) |
|------|----------------------|-------------|------------|----------------|
| 1 | Yomiuri Shinbun | Japan | Japanisch | 9.190 |
| 2 | Asahi Shinbun | Japan | Japanisch | 6.809 |
| 3 | USA Today | USA | Englisch | 4.139 |
| 4 | Dainik Bhaskar | Indien | Hindi | 3.557 |
| 5 | Mainichi Shinbun | Japan | Japanisch | 3.360 |
| 6 | Cankao Xiaoxi | China | Chinesisch | 3.073 |
| 7 | Dainik Jiagan | Indien | Hindi | 3.034 |
| 8 | Times of India | Indien | Englisch | 2.891 |
| 9 | Nihon Keizai Shinbun | Japan | Japanisch | 2.732 |
| 10 | People's Daily | China | Chinesisch | 2.603 |
| 11 | Chūnichi Shinbun | Japan | Japanisch | 2.529 |
| 12 | Hindustan | Indien | Hindi | 2.301 |
| 13 | Wall Street Journal | USA | Englisch | 2.276 |
| 15 | Bild | Deutschland | Deutsch | 2.220 |
| 16 | New York Times | USA | Englisch | 2.134 |
| 23 | Sports Nippon | Japan | Japanisch | 1.770 |
| 29 | Nikkan Sports | Japan | Japanisch | 1.662 |
| 31 | Tōkyō Sports | Japan | Japanisch | 1.607 |
| 32 | Sankei Shinbun | Japan | Japanisch | 1.604 |

Quelle: World Association of Newspapers and News Publishers (2016).

Insbesondere im internationalen Vergleich fällt auf, dass traditionelle Massenmedien – Printmedien, Radio, Fernsehen – über einen einzigartig hohen Verbreitungsgrad verfügen. Tabelle 1 zeigt, dass gar vier der zehn auflagestärksten Zeitungen der Welt aus Japan stammen: Die ersten beiden Plätze belegen die Yomiuri Shinbun mit einer täglich verkauften Auflage von 9,19 Millionen Exemplaren, gefolgt von der Asahi Shinbun mit 6,8 Millionen. Die Mainichi Shinbun liegt auf Platz fünf (3,36 Millionen)

und die Wirtschaftszeitung Nikkei (Nihon Keizai Shinbun, 2,73 Millionen) an neunter Stelle. Zu den fünf größten landesweit erscheinenden Zeitungen zählt zudem die Sankei Shinbun mit einer Auflage von 1,6 Millionen. Im politischen Spektrum gilt die Sankei Shinbun als rechtslastig, die Yomiuri Shinbun als konservativ, die Mainichi Shinbun als zentrumsnah und die Asahi Shinbun als linksliberal. Die Nikkei Shinbun ist für industriefreundliche Berichterstattung bekannt (PR Newswire Association 2014; Segawa 2016).

Zu den 105 Tageszeitungen, die im nationalen Zeitungsverband organisiert sind (Nihon Shinbun Kyokai 2016), kommen um die 3.000 Wochenzeitungen, Magazine und Gratisblätter (Nicolaysen 2014), wie die auflagenstarken Sportblätter Sports Nippon, Nikkan Sports und Tōkyō Sports oder Regionalzeitungen wie die Chūnichi Shinbun (siehe Tabelle 1). Allerdings gehen auch in Japan die hohen Leserzahlen seit Jahren langsam aber kontinuierlich zurück. 2000 zirkulierten täglich noch 53,7 Millionen Zeitungen und der durchschnittliche Haushalt hatte 1,13 Abonnements. 2015 wurden nur noch 0,8 Abonnements pro Haushalt und 44,2 Millionen Zeitungen pro Tag gezählt (Nihon Shinbun Kyokai 2015). In diesem Zeitraum ist auch der Anteil der Werbeeinnahmen an den Gesamterlösen der Medienkonzerne deutlich gefallen: von 31,8 Prozent 2004, auf 22,9 Prozent 2014 (Nihon Shinbun Kyokai 2015). Allerdings haben viele Medienunternehmen ihr Geschäft stark diversifiziert, so dass sinkende Auflagen und Anzeigenerlöse sie nicht unbedingt wirtschaftlich bedrohen. Beispielsweise sind die großen Zeitungskonzerne zugleich Eigner der größten japanischen Fernsehsender (Nihon Shinbun Kyokai 2015).

Dazu gehören TV Asahi (Asahi Shinbun), TV Tokyo (Nikkei), Tokyo Broadcasting System (Mainichi Shinbun), Fuji TV (Sankei Shinbun) und Nippon TV (Yomiuri Shinbun). Einflussreich ist auch der öffentliche Rundfunksender Nihon Hōsō Kyōkai (NHK), der sich allein durch Gebühren finanziert. Die enorme Reichweite der Massenmedien zeigt sich auch darin, dass praktisch jeder japanische Haushalt über einen Fernseher verfügt, der durchschnittlich jeden Tag 3 Stunden und 45 Minuten lang eingeschaltet ist. Allerdings sehen jüngere Personen in Japan wesentlich weniger fern als ältere. Das Medium Radio, geprägt vom öffentlichen Rundfunk NHK und vier privaten Sendeanstalten, ist eines der wichtigsten Medien. 66 Prozent der Japaner hören regelmäßig Radio, durchschnittlich 120 Minuten pro Tag. Allerdings werden relativ wenige politische Inhalte übertragen, stattdessen überwiegend Talkshows, Wetterinformationen und Musik (PR Newswire Association 2014).

4. WELCHE KONTROLLMECHANISMEN WIRKEN AUF DIE MEDIEN EIN?

Vor dem Hintergrund der weitgehend profitorientierten und großen Medienhäuser in Japan ist es wichtig die Einflussfaktoren, die auf die Berichterstattung wirken können, in den Blick zu nehmen. Anhand des Propagandamodells ist zu erwarten, dass institutionalisierte Verhältnisse zwischen Journalisten und staatlichen Quellen bestehen. Auch die PR- und Werbebranche dürfte Einfluss ausüben.

4.1 KISHA KURABU

Für ein stark institutionalisiertes Verhältnis spricht insbesondere, dass japanische Journalisten in der Regel einige besondere Hürden nehmen müssen um an wichtige Informationen zu gelangen. Ein erheblicher Teil der Informationsweitergabe geschieht durch die *kisha kurabu*, zu Deutsch „Schreiberklubs“. Ministerien, Unternehmen oder Verbände unterhalten in ihren Geschäftsstellen nichtöffentlich zugängliche Räume, die ausschließlich den zu den *kisha kurabu* zugelassenen Journalisten zur Verfügung stehen (Nihon Shinbun Kyokai 2006). Der Zugang dabei wird von der jeweiligen Institution kontrolliert, dabei werden die großen Zeitungen und Rundfunkanstalten bevorzugt (Kanehira 2016; McNeill 2014; Segawa 2016; Yoshida 2016). Der privilegierte Zugang zu Informationen durch den regelmäßigen und engen Kontakt mit der bereitstellenden Institution fördert aber auch Wohlverhalten auf Seiten der Medien. Schließlich kann der Platz im *kisha kurabu* entzogen werden. Verhalten sich aber beide Seiten wohlwollend, können sie tendenziell voneinander profitieren. Mehrere Studien der letzten Jahre gehen davon aus, dass rund 90 Prozent der Inhalte journalistischer Artikel in Japan aus offiziellen Quellen der *kisha kurabu* stammt, was zu relativer Homogenität der Berichterstattung über dasselbe Thema führt (Freeman 2000; Legewie 2010). Diese Konstellation entspricht Herman und Chomskys (1988) „bureaucracies of the powerful“, womit sie den institutionalisierten und kooperativen Austausch zwischen Berichterstattern und denen, über die sie berichten, beschreiben.

Die Atomkatastrophe von Fukushima, die dem Erdbeben und dem Tsunami vom 11. März 2011 folgte, zeigt, dass auch schon vor Abes Regierungsübernahme, in der Regierungszeit der Demokratischen Partei Japans (DPJ, *Minshu-tō*), die japanischen Massenmedien oft wenig von der Position der Regierung abwichen. Während die auflagenstärksten Zeitungen noch am 13. März den Ausdruck „*roshin yōyu*“, dem japanischen Wort für Kernschmelze, auf ihren Titelseiten verwendeten, wurde der Begriff danach nicht mehr verwendet. Die Wortwahl der Medien entsprach

damit genau der vorsichtigeren und indirekteren Wortwahl der Regierung und von TEPCO (Tokyo Electric Power Company), dem Betreiber des havarierten Atomkraftwerks Fukushima Daiichi (Nicolaysen 2014). Betrachtet man die Bedeutung und Arbeitsweise der *kisha kurabu* vermag dies kaum zu verwundern.

Kritischere Berichterstattung beschränkt sich in Japan vor allem auf die Wochen- und Monatsmedien sowie kleinere Zeitungen, die nicht den *kisha kurabu* angehören. Nicht zuletzt durch ihre Distanz zu offiziellen Quellen sind diese Wochenzeitungen und Magazine häufig für die Enthüllung politischer Skandale verantwortlich (McNeill 2014). Allerdings stehen sie, da sie nicht wie die großen Tageszeitungen über einen ausgeprägten Abonnentenstamm verfügen, auch unter stärkerem Verkaufsdruck. In der Folge werden Informationen und Skandale zuweilen übertrieben dargestellt oder gar teilweise erfunden. Dadurch leiden diese oftmals kritischeren Medien unter einem größeren Glaubwürdigkeitsproblem (McNeill 2014; Nicolaysen 2014).

4.2 PR- UND WERBEAGENTUREN

Grundsätzlich sind alle privaten Medien in ihrer Einnahmenstruktur von Werbeeinnahmen abhängig. Dies ist in Japan nicht anders, auch wenn zumindest die Printmedien durch ihre hohe Auflage über starke weitere Einnahmequellen verfügen. Andererseits ist der Einfluss der Werbebranche nicht nur auf Rundfunk-, sondern auch auf die Printmedien beträchtlich. Zwei der weltweit größten PR- und Werbeagenturen, Dentsū und Hakuhōdō, dominieren das Geschäft und kommen zusammen auf einen Marktanteil von 70 Prozent (Honma 2012; McNeill 2014). Ryu Honma, der 18 Jahre als Manager für Hakuhōdō arbeitete, bezeichnet das Verhältnis zwischen Medien, Industrie und Werbebranche als kooperativ, eng verflochten und insofern voneinander abhängig (Honma 2012). Dem Propagandamodell zufolge würde das bedeuten, dass Unternehmen dadurch auch Einfluss auf die Berichterstattung nehmen könnten.

Am Beispiel der Atomkatastrophe von Fukushima zeigt Honma in seinem Buch *Dentsū to genpatsu hōdō* (Dentsū und die Nuklearberichterstattung), dass die Stromindustrie als langjähriger guter Kunde der Werbebranche dadurch „einen kurzen Draht“ zu den Medien erkaufen konnte. Personelle Verflechtungen, etwa in der Form, dass Manager aus der Industrie in die Aufsichtsräte der Werbeagenturen berufen werden, hätten die finanziellen Abhängigkeiten weiter verstärkt. Durch die Marktbeherrschung von Dentsū und Hakuhōdō sei wiederum der Einfluss der Werbebranche auf die Massenmedien beträchtlich. So sei es den

japanischen Stromanbietern gelungen, durch Werbekampagnen und wohlwollende Berichterstattung eine öffentliche Wahrnehmung zu erzeugen, der zufolge Atomenergie sauber ist und Atomkraftwerke unfallsicher sind.

Laut Honma haben die großen PR- und Werbeagenturen schon vor der Atomkatastrophe von 2011 umgehend die Medien kontaktiert, sobald ein Kraftwerk technische Probleme aufwies, mit der dringenden Aufforderung, darüber nicht zu berichten. Auf einer Pressekonferenz beim *Foreign Correspondents' Club Japan (FCCJ)*³ in Tokyo am 16. Oktober 2012, also noch vor dem Amtsantritt Shinzō Abes, erklärte Honma zudem: „Die Kriterien für Nachrichtenberichterstattung in Japan sind direkt mit der Menge Geld verbunden, die ein Medium an Werbebeerböhen erhält.“ Tatsächlich beklagten nach der Nuklearkatastrophe von Fukushima mehrere Experten, die die Gefahren eines GAUs zumindest öffentlich in Erwähnung gezogen hatten, dass sie von Mainstreammedien ignoriert oder ausgeschlossen worden seien (McNeill 2014). McNeill (2014) zufolge luden die Mainstreammedien in den Wochen des März 2011 vor allem Wissenschaftler und Experten ein, die Atomkraft befürworteten. Ähnliches lässt sich bei der Berichterstattung über Skandale japanischer Konzerne beobachten, die häufig nicht über kleinere Meldungen hinausgehen. Über Rückrufaktionen von Toyota etwa, einem der größten PR- und Werbekunden des Landes (Nikkei Advertising Research Institute 2015), erfahren Leser nicht-japanischer Publikationen in der Regel früher und detaillierter als die Konsumenten japanischer Medien. So erschienen längere Berichte über Toyotas größte Rückrufaktion 2009 erst, als CEO Akio Toyoda im Februar 2010 zu einer Anhörung vor den US-amerikanischen Kongress eingeladen wurde (McNeill 2014). Ähnlich verhielt es sich mit dem Bilanzskandal von Olympus im Jahr 2011, welcher McNeill (2014) zufolge zunächst nur von ausländischen Medien aufgegriffen wurde. In Japan gibt es, so bringt es Honma auf den Punkt, neben den Medien als „vierter Gewalt“ einer liberalen Demokratie, eine fünfte Gewalt bestehend aus der PR- und Werbebranche und deren Kunden. Die fünfte würde dabei die vierte weitgehend kontrollieren (Honma 2012). Dies entspräche Herman und Chomskys (1988) Modell der „bureaucracies of the powerful“: Demnach erkaufen sich finanzkräftige Institutionen, ob explizit oder implizit, eine ihnen genehme Berichterstattung.

³ Viele der Pressekonferenzen sind online verfügbar siehe: <https://www.youtube.com/user/FCCJchannel>.

4.3 SELBSTKONTROLLE

Japans Verfassung verbietet zwar Zensur ausdrücklich, doch inwieweit es sich bei wohlwollender Berichterstattung um Zensur handelt, und inwieweit um Selbstzensur (*jishuku*), lässt sich oft nur schwer messen. Der Medienkritiker Toru Takeda (2012) argumentiert, dass es in der Berichterstattung über den Nuklearunfall, welche beispielhaft sei für viele andere Fälle, tatsächlich keinen Beweis oder Anhaltspunkt für Zensur seitens der Regierung gebe. Er vermutet daher Selbstzensur. Andere Medienschaffende stimmen dem zu (Yoshida und Nagata 2015; Yoshida 2016; Segawa 2016). Honma hingegen, der selbst aus der Werbebranche stammt, berichtet von direkten Empfehlungen seitens der Werbeagenturen, die den Medien bestimmte Auslassungen oder Schwerpunkte mehr oder weniger dringend nahelegen (Honma 2012). Das System der *kisha kurabu* (siehe oben), durch das sowohl Politik als auch Wirtschaft Einfluss auf die Berichterstattung nehmen, scheint diese Kultur der Selbstzensur weiter zu institutionalisieren (McNeill 2014, Nicolaysen 2014). Nach der Logik des Propagandamodells ist eine direkte Zensur seitens der Eliten aus Wirtschaft und Politik auch gar nicht nötig, sofern alternative (und subtilere) Mechanismen wie Werbung und das *kisha kurabu*-System zur Verfügung stehen. Womöglich spielt dabei auch eine Rolle, dass in Gesellschaften wie der japanischen, die Kommunikationsformen selten konfrontativ sind und Selbstzensur im Sinne eines Entgegenkommens begünstigen (Kanehira 9.4.2016; Segawa 2016; Yoshida 2016). Reiji Yoshida, Politikreporter und Mitglied des *kisha kurabu* im Premierministerbüro für die englischsprachige Zeitung *Japan Times*, sieht vor allem eine gefühlte Abhängigkeit vieler Journalisten als Problem: „Japanische Reporter sind oft zu ängstlich. Um eine gute Beziehung zu ihren Quellen aufrechtzuerhalten und um für ihren Arbeitgeber nicht zu viel Aufsehen zu erregen, sind sie bei Pressekonferenzen und in ihren Texten manchmal freundlicher, als sie es sein müssten.“ (Yoshida 5.4.2016) Seine eigene Berichterstattung sieht Yoshida jedoch nicht betroffen, da sein Arbeitgeber als englischsprachige japanische Zeitung ein Nischenprodukt sei. Hinzu komme, dass 60 Prozent der *Japan Times*-Leser Ausländer seien und die Auflage mit weit weniger als 100.000 verkauften Exemplaren für japanische Verhältnisse sehr niedrig sei.

5. WIE HABEN SICH DIE EINFLUSSFAKTOREN MIT DEM AMTSANTRITT ABES VERÄNDERT?

Die Regierung Abe steht international im Ruf, die Pressefreiheit anzugreifen. Um beurteilen zu können, inwieweit dies zutrifft, ist ein Blick auf die rechtliche Lage sowie auf den tatsächlichen Umgang mit gültigem Recht seit Ende 2012 erforderlich. Laut dem Propagandamodell sind rechtliche Eingriffe nur eine von mehreren möglichen Arten, die Pressefreiheit zu kompromittieren. So kann die Regierung auch eine Drohkulisse aufbauen, um journalistische Arbeit zu begrenzen.

5.1 GESETZLICHE ÄNDERUNGEN

Die zunächst offensichtlichste Einflussnahme auf die Pressefreiheit durch die Regierung von Shinzō Abe ist das Staatsgeheimnisgesetz (*tokutei himitsu no hogo ni kansuru hōritsu*), das noch im ersten Jahr seiner zweiten Amtszeit im Parlament verabschiedet wurde und am 10. Dezember 2014 in Kraft trat. Damit kann die Regierung ganze Themenfelder für bis zu 60 Jahre zur nationalen Sicherheitsdomäne erklären und so der Öffentlichkeit jegliche Informationen hierüber vorenthalten, sofern sie durch Transparenz Gefahren für das Land befürchtet. Ausdrücklich eingeschlossen sind die vier Themenbereiche Verteidigung, Diplomatie, Prävention schädlicher Tätigkeiten wie Spionage sowie Terrorismusprävention. Die Definitionen dieser Themenfelder sowie das gesamte Gesetz sind jedoch so vage formuliert, dass je nach Auslegung weitere Lebensbereiche zum Staatsgeheimnis erhoben werden könnten. Der mögliche Strafraum für Whistleblower sowie für Personen, die die klassifizierten Informationen veröffentlichen, ist dabei beträchtlich: Erste können Gefängnisstrafen von bis zu zehn Jahren erhalten, letzte bis zu fünf Jahre. Auch wer mit derartiger Informationsbeschaffung einem anderen Staat nützt, kann dafür bis zu zehn Jahre Haft erhalten (Prime Minister of Japan and His Cabinet 2013).

In Japan stellte sich eine breite Mehrheit gegen dieses Gesetz und auch im Ausland gab es massive Kritik an dem Vorhaben (*Japan Times*, 10.12.2014; Kingston 13.12.2014). Die Nichtregierungsorganisation Reporter ohne Grenzen nannte es „drakonisch“ und kündigte an, rechtliche Schritte gegen das Gesetz zu unterstützen (Reporter ohne Grenzen 2014). Insbesondere das Timing der Gesetzesverabschiedung wird kritisiert. Wenngleich andere liberale Länder ähnliche Gesetze haben, wurde das japanische Sicherheitsgesetz in einer Zeit verabschiedet, als große Teile der Öffentlichkeit insbesondere wegen der Atomkatastrophe in Fukushima mehr Transparenz beim staatlichen Krisenmanagement forder-

ten (*Japan Times*, 10.12.2014). In Reaktion auf die Proteste versicherte Shinzō Abe, das Gesetz wohlwollend auszulegen und dessen Grenzen nicht ausreizen zu wollen (Kingston 2014). Die praktische Anwendung des Gesetzes sowie die Kontrolle hierüber bereiten allerdings Schwierigkeiten. Im Ende März 2016 veröffentlichten ersten Aktivitätsbericht des für die Kontrolle des Gesetzes zuständigen Ausschusses, der sich aus Abgeordneten beider Parlamentskammern zusammensetzt, zeigten sich grundlegende Beschränkungen. So lagen dem Ausschuss in der Mehrzahl der bis dahin 382 zu Staatsgeheimnissen erklärten Fälle nicht genügend oder ausreichend detaillierte Dokumente vor, um einen möglichen Missbrauch des Gesetzes kontrollieren zu können (*Asahi Shinbun*, 31.3.2016).

Eine weitere, grundlegende gesetzliche Änderung käme zustande, wenn die LDP ihren Entwurf für eine neue Verfassung durchsetzen würde, der bisher an den Kräfteverhältnissen im Parlament scheiterte.⁴ Der Verfassungsentwurf vom 7. Mai 2012 sieht unter anderem vor, das Recht auf Meinungs- und Versammlungsfreiheit dann einschränken zu können, wenn dessen Ausübung der öffentlichen Ordnung schadet (Liberal Democratic Party of Japan 2012; Repeta 2013). Repeta (2013) kritisiert, dass damit kollektive Rechte über individuelle Rechte gestellt würden, die Politik also eine Legitimation erhielte, die Presse- und Meinungsfreiheit im Namen der öffentlichen Ordnung einzuschränken. Problematisch sei auch, dass der Gegenstand der öffentlichen Ordnung im Verfassungsentwurf nicht näher erklärt werde. Wenngleich derzeit nicht gültiges Recht, wirft der Entwurf doch ein Schlaglicht auf die Haltung der Regierung Abe zur Rolle der Medien in der Gesellschaft.

5.2 BESCHWERDEN DURCH DIE REGIERUNG

Mit Aufforderungen zu einer „fairen Berichterstattung“ machte sich Shinzō Abe schon einen Namen, bevor er zwischen 2006 und 2007 erstmals Premierminister wurde. 2005 gab er zu, gemeinsam mit dem späteren Wirtschaftsminister Shōichi Nakagawa im Jahr 2001 einen NHK-Journalisten aufgefordert zu haben, einen Bericht über Kaiser Hirohito und dessen Rolle im Zweiten Weltkrieg so zu ändern, dass dieser nicht allzu kritisch ausfalle. Abe, damals Vizechef im Kabinettsbüro des Premierministers, gab an, er habe sich einen ausgewogenen Bericht gewünscht. Eine

⁴ Artikel 96 der japanischen Verfassung verlangt für eine Revision jeweils eine Zweidrittelmehrheit in den zwei Kammern des Parlaments sowie eine einfache Mehrheit bei einer Volksabstimmung (Prime Minister of Japan and His Cabinet 2016).

Zensur habe er aber nicht vorgenommen oder verlangt (*Japan Times* 13.1.2005). Seit seinem Amtsantritt als Premierminister Ende 2012 haben derartige Interventionen mehrmals stattgefunden. Als sich Abe kurz nach Inkrafttreten des Staatssicherheitsgesetzes Ende 2014 zur Wiederwahl stellte, forderte er die Medien auf, eine „faire Berichterstattung“ zu liefern (Mulgan 2015). Nachdem ein Parlamentsabgeordneter der oppositionellen Demokratischen Partei Anfang 2016 die Regierung für ihren Druck auf die Medien kritisiert hatte, kündigte Kommunikationsministerin Sanae Takaichi an, die Regierung könne Rundfunksender, die nicht neutral berichten, auch ganz schließen lassen (Osaki 9.2.2016). Auf einer FCCJ-Pressekonferenz am 24. März 2016 beklagten fünf japanische Journalisten, dass die Regierung mit solchen Drohungen ihre Grenzen überschreite. Shuntaro Torigoe, einst Journalist der *Mainichi Shinbun* und zurzeit Nachrichtensprecher bei TV Asahi, sagte: „Von allen Regierungen, die die Liberaldemokratische Partei gestellt hat, schaut die Abe-Regierung am nervösesten auf das, was die Medien tun. Denn was berichtet wird, beeinflusst Abes Zustimmungswerte. [...] Im heutigen Japan kontrolliert die Regierung die Medien, und nicht die Medien die Regierung.“ (*Asahi Shinbun* 25.3.2016).

Auch auf die Arbeit ausländischer Berichterstatter hat die Regierung unter Abe ein genaueres Auge als ihre Vorgängerinnen. Carsten Germis, von 2010 bis 2015 Japan-Korrespondent der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, berichtet von einem Besuch des japanischen Generalkonsuls in der Frankfurter Redaktion seines Arbeitgebers. Der Konsul legte in dem Gespräch nahe, dass Germis aufgrund seiner kritischen Berichterstattung über die Abe-Regierung wohl politische Verbindungen zu China unterhalte. „Offizielle des Außenministeriums scheinen jetzt offen kritische Berichterstattung zu attackieren“, folgert Germis (2015) daraus. Martin Fackler, Japan-Korrespondent der *New York Times*, berichtet ebenfalls von Anrufen der japanischen Regierung und von „Zuckerbrot-und-Peitsche“-Taktiken, nach der wohlwollende Berichterstattung mit besonderen Zugängen zu Informationen belohnt, kritischer Umgang aber mit Ausschluss abgestraft werde (Fackler 2016). Wer kritisch über die Regierung berichte, etwa in Fragen der Rolle Japans im Zweiten Weltkrieg und den Umgang der Regierung hiermit, werde zudem schnell als „Japan-Basher“⁵ bezeichnet, so der Politologe Jeff Kingston (2015). Journalisten würden sogar von offizieller Stelle davor gewarnt, mit kritischen Akademikern Interviews zu führen (Kingston 2015).

⁵ Als „Japan-Basher“, auf Deutsch so viel wie: Japan-Schlechtmacher, werden Personen mit einer überaus kritischen Haltung gegenüber Japan bezeichnet, deren Kritik die Gegner eines „Japan-Bashers“ für unfair halten.

5.3 ZUNEHMENDE SELBSTKONTROLLE

Viele japanische Medienschaffende attestieren ihrem Berufsstand zunehmende Selbstkontrolle in den vergangenen Jahren. Yoshida (5.4.2016) sieht hierin eine Überreaktion der Medien, die durch Drohgebärden der Regierung allein nicht zu erklären sei. „Viele Medien können sich nur deshalb einschüchtern lassen, weil die Beziehung zur Regierung für sie Priorität hat. Diese Tendenz hat in den letzten Jahren zugenommen, liegt aber auch in der Verantwortung der Medien selbst.“ Medien sähen sich häufig auf den Zugang zu Informationen angewiesen und wollten auch grundsätzlich nicht unbequem auffallen. Ähnlich äußerte sich Soichiro Tahara, langjähriger Journalist bei TV Asahi: „Es ist nicht so sehr der politische Druck, sondern die Verschlechterung der Medien. [...] Das größte Problem für mich ist die Selbstkontrolle der Führungskräfte in den Rundfunkanstalten.“ (*Asahi Shinbun* 25.3.2016). So können auch die vielen Rücktritte und Entlassungen prominenter TV-Journalisten verstanden werden. Allein im März 2016 räumten drei TV-Journalisten ihre Posten, die zuvor für ihre vergleichsweise kritische Haltung bekannt gewesen waren (*Asahi Shinbun* 25.3.2016). Der vielleicht bekannteste Fall ereignete sich im Frühjahr 2015, als Shigeaki Koga, ehemaliger Bürokrat und regelmäßiger Kommentator in der beliebten Abendsendung „Hödō Station“ auf TV Asahi, letztmals im Programm auftrat. In der Sendung protestierte er gegen seine Absetzung indem er plötzlich ein Schild in die Kamera hielt mit dem englischen Text: „I am not ABE.“ Koga erklärte, der wahre Grund für seine Absetzung sei massiver Druck der Regierung auf die Führungsetage von TV Asahi gewesen, was er auch durch Mitschnitte von Gesprächen mit Führungskräften beweisen könne (*Mainichi Shinbun* 17.4.2015; *Japan Times* 30.3.2015; *Osaki* 30.3.2015). TV Asahi erklärte jedoch, die Entscheidung habe keine politischen Gründe gehabt.

Besorgt über die aktuelle Entwicklung zeigt sich auch Shigenori Kanehira, Nachrichtensprecher bei Tokyo Broadcasting System (TBS). Er habe seit Anfang seiner journalistischen Karriere 1977 nie ein derart „zugeschnürtes Klima“ erlebt. „Wenn ich heute vor laufender Kamera die Regierung kritisiere, werfen mir Kollegen manchmal danach vor, ich sei zu hart gewesen. Das wäre früher nicht passiert. Ich vermute, es gibt indirekte Beschwerden über mich, die von der Regierung an Mitarbeiter gelangen.“ (Kanehira 9.4.2016) Als Kanehira in Reaktion auf eine Äußerung der Kommunikationsministerin Takaiichi, welche öffentliche die Möglichkeit des Lizenzentzugs für Rundfunkanstalten angesprochen hatte, gemeinsam mit anderen Nachrichtensprechern eine Pressekonferenz einberief, erhielt er viel positiven Zuspruch von Kollegen. In den Mainstreammedien fand die Aktion und die Kritik jedoch kaum Beach-

tung. Beispielsweise sendete NHK keinen Bericht darüber (Kanehira 9.4.2016).

Das angespannte Verhältnis zwischen kritischen Medien und Regierung zeigte sich auch 2014 bei der Sendung „Close-up Gendai“, der die Regierung unfaire und falsche Berichterstattung vorwarf. Als Hiroko Kuniya, für viele Jahre Moderatorin der Sendung, im Frühjahr 2016 die Sendung zum letzten Mal moderierte, teilte sie in einer Stellungnahme mit: „Dinge auszudrücken ist zuletzt immer schwieriger geworden.“ Selbstzensur wird laut Beobachtern zudem nicht nur von der Regierung dadurch begünstigt, dass rechtsnationale Gruppen an Drohgebärden gegenüber Massenmedien kaum gehindert würden (Kingston, Asano 2014; Segawa 2016), sondern auch durch Personalpolitik (*Asahi Shinbun* 25.3.2016; Kingston und Asano 2014; Kingston 2015). So wurde kurz nach Abes Amtsantritt Katsuto Momī zum Vorsitzenden des öffentlichen Rundfunksenders NHK berufen, der schnell mit seiner Aussage für Aufsehen sorgte: „Wir können nicht links sagen, wenn die Regierung rechts sagt.“ (Kingston 2015). Eine strategische Neuausrichtung deutet sich auch in der Berufung des konservativen Bestsellerautors Hyakuta Naoki in den NHK-Gouverneursrat an. Naoki ist für seine regierungsnahe Sichtweise zur japanischen Geschichte bekannt (Kingston 2015).

Momī hat inzwischen neue Gestaltungsrichtlinien eingeführt, welche vorschreiben, bei kontroversen Themen wie dem Yasukuni-Schrein oder den „Trostfrauen“ bestimmte Formulierungen zu vermeiden. Bei Berichten über den Yasukuni-Schrein soll beispielsweise nicht das Wort kontrovers fallen. Beim Thema „Trostfrauen“ soll nicht der Begriff Sexsklavinnen verwendet werden (Kingston 2015). Derartige Vorgaben sind auch deshalb nicht zu unterschätzen, weil japanische Journalisten ein ausreichendes Maß an Eigenständigkeit abgehe, so die Einschätzung von Shiro Segawa, ehemaliger Journalist bei der Mainichi Shinbun und heute Leiter der Journalistenschule an der Waseda Universität. Viele Journalisten sähen sich als loyale Angestellte und befolgten solche Richtlinien, weil sie keine Probleme machen wollten: „Im japanischen Journalismus ist der Begriff *junsha* (Befolgung) in den letzten Jahren sehr beliebt geworden. Der sollte für Journalisten aber nicht so wichtig sein. Wir lehren unsere Studenten, dass sie nicht vor allem als Angestellte ihres Arbeitgebers agieren sollen, sondern als selbstständig denkende Journalisten, die nach der Wahrheit suchen.“ (Segawa 9.4.2016)

5.4 NARRATIV EINES BEDROHTEN JAPANS

Eine weitere Dimension, welche die Berichterstattung in eine bestimmte Richtung drängen kann und womöglich sogar mächtiger ist als jeder direkte politische Eingriff, ist das „vorherrschende Ideengerüst einer Gesellschaft“ (Herman und Chomsky 1988). Wie andere liberale Demokratien ist auch Japan von dominanten Narrativen und Erklärungsmustern für auftretende Probleme geprägt. Während sich Narrative gerade in liberalen Gesellschaften schwer messen oder definieren lassen, da sie durch das Zusammenarbeiten verschiedener Akteure entstehen, so gibt es doch Einschätzungen zu deren markantesten Elementen. Als kritische Momente der japanischen Geschichte, die das Selbstbild der Gesellschaft prägen, werden zwei Ereignisse oder Entwicklungen häufig genannt: einerseits der Zweite Weltkrieg, der in einer militärischen Niederlage und lange währenden politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen US-Dominanz im Land endete; andererseits die Blasenökonomie bis 1990, die mit einem Börsencrash endete und auf die nunmehr zweieinhalb Jahrzehnte mit vergleichsweise geringem Wachstum folgten,⁶ während andere Regionen Asiens, allen voran China, seit längerem boomen (Funabashi, Kushner 2015; Kanehira 9.4.2016; Segawa 2016).

Daran knüpft die Regierung von Shinzō Abe an und versucht daraus politisches Kapital zu schlagen, indem sie Japan als bedrohte Nation darstellt, die durch Einheit zu alter Stärke zurückfinden müsse (Kingston, Asano 2014; Kanehira 9.4.2016; Kingston 2015; Segawa 9.4.2016; Yoshida 5.4.2016). Diesem Narrativ zu folgen ist nicht nur journalistisch einfacher, sondern könnte Massenmedien auch Eingriffe seitens der Regierung ersparen (siehe oben). „Ich glaube, durch die verbreitete Wahrnehmung, dass sich Japan angesichts der ‚zwei verlorenen Jahrzehnte‘ verändern muss, sind auch die Medien eher bereit, die Politik der Regierung wohlwollend zu betrachten. Schließlich propagiert die Regierung Abe eine Rückkehr zu alter Stärke Japans.“ (Yoshida 5.4.2016). Das offensive Auftreten der Abe-Regierung gegenüber den Medien begünstigte dadurch das Befolgen der Narrative, die Abe bestärkt (Kanehira 9.4.2016; Segawa 9.4.2016).

⁶ Als die japanische Zentralbank Anfang 1990 den Leitzins deutlich an hob, um einer möglichen Spekulationsblase entgegenzuwirken, brach der Börsenmarkt zusammen und die Hochwachstumsphase der 1980er Jahre endete. In den folgenden Jahren verlangsamte sich das Wirtschaftswachstum und ab Ende der 1990er Jahre kamen wiederholt Phasen der Deflation dazu.

6. WELCHE ALTERNATIVEN TUN SICH AUF?

Eine Art des Journalismus, die der Kontrolle durch Politik oder Wirtschaft vergleichsweise leicht entkommen kann, sind Onlinemedien, allen voran Nachrichtenseiten und Blogs. Bei letzteren ist der Wahrheitsgehalt bei politischen Inhalten häufig ungewiss, da Blogs meist mit geringem Mitteleinsatz unterhalten werden und dadurch in der Mehrzahl ohne institutionalisierte „fact checking“-Systeme arbeiten (Segawa 9.4.2016). Dessen ungeachtet erfreuen sich Blogs in Japan erheblicher Beliebtheit. Eine internationale Erhebung im Jahr 2007 ergab, dass damals 37 Prozent aller Blogs weltweit in japanischer Sprache veröffentlicht wurden, die englische Sprache folgte mit 36 Prozent dicht dahinter (Giannoulis und Weingärtner 2014). Auch heute zählt Japan zu den aktivsten Bloggenerationen der Welt (Nicolaysen 2014) und Plattformen für Blogs (Alexa.com 2016) sind deutlich beliebter als die Onlineausgaben der Massenmedien. Allerdings berichtet ein Großteil dieser Blogs über Alltagsthemen wie Essen oder Haustiere, politische Blogs bilden nur eine Minderheit (McNeill 2014). Die beliebteste japanische Website, Yahoo.jp, bietet zwar Nachrichten an, aggregiert diese aber überwiegend von den Mainstreammedien, produziert also kaum eigene Nachrichteninhalte (Alexa.com 2016; Kanehira 9.4.2016; Segawa 9.4.2016). Bekannte Plattformen wie 2 Channel (<http://www.2ch.net/>), oder Blog Mura (<http://www.blogmura.com/>), auf denen ungefilterte Inhalte veröffentlicht werden, können alternative Inhalte bieten, aber damit auch extremere Einstellungen bei Lesern provozieren (McNeill 2014). Andererseits können Bloginhalte auch Aufmerksamkeit für oft übersehene Inhalte erreichen, die selbst von den Massenmedien aufgegriffen werden. An den Tagen nach der Atomkatastrophe von Fukushima wurde etwa die Website Nico Nico Dōga (<http://www.nicovideo.jp/>) bekannt, die live und ungefiltert Aufnahmen aus den Katastrophengebieten und anderswo vernachlässigte Pressekonferenzen verbreitete (McNeill 2014). Heute zählt Nico Nico Dōga zu den meistbesuchten Websites in Japan (Alexa.com 2016), soll aber durch gezielte Personalpolitik mittlerweile der Regierung nahestehen (Kanehira 9.4.2016).

Wenngleich die Mainstreammedien den politischen Diskurs auch im Netz zu dominieren scheinen, so nimmt ihre einstmals unangefochtene Deutungshoheit über das politische und gesellschaftliche Geschehen ab (Kanehira 9.4.2016; McNeill 2014; Segawa 9.4.2016; Yoshida 5.4.2016). Im März 2016 machte ein kritischer Post einer anonymen Bloggerin auch in den Massenmedien Schlagzeilen und sorgte sogar für eine Stellungnahme von Premierminister Abe. Die Frau hatte keinen Kita-Betreuungsplatz für ihr Kind bekommen und sich mit dem Slogan

„Nippon shine“ (übersetzt etwa: „Japan, verrecke!“) über die mangelhafte Familienförderung beklagt. Die Klage der Mutter wurde daraufhin breit in den Mainstreammedien diskutiert, neben Abe gelobten weitere Politiker öffentlich Besserung (*Mainichi Shinbun* 8.3.2016). Allerdings sind solche Reaktionen nicht die Regel. Kanehira (9.4.2016) glaubt sogar, dass die Regierung Abe mit ihrer Reaktion auch signalisieren will, dass sie über die Debatte im Internet wacht. „Indem die Regierung alles durchstöbert, was im Netz passiert, und auf einige Stimmen der Bevölkerung öffentlich reagiert, kann sie sich diese auch als PR-Instrument zunutze machen.“ Demnach kann ein genaues Wachen über das Netz einerseits als Machtdemonstration gegenüber den Medien dienen, andererseits durch ein demonstrativ offenes Ohr für die Sorgen der Bürger als PR gegenüber der Wählerschaft eingesetzt werden. Somit ist fraglich, ob Onlinemedien eine alternative Öffentlichkeit bieten, die sich vom Diskurs der Mainstreammedien deutlich unterscheidet und eine breite Leserschaft findet. Trotz der Netzaffinität seiner Bürger scheint Japan von einer Gegenöffentlichkeit im Netz weit entfernt zu sein (McNeill 2014; Segawa 9.4.2016; Yoshida 9.4.2016).

7. FAZIT

Dieser Beitrag hat die Entwicklung der Pressefreiheit in Japan in der Regierungszeit von Abe aus der Perspektive des Propagandamodells von Herman und Chomsky (1988) beleuchtet. Eine endgültige Beurteilung ist aufgrund der relativen Kürze der bisherigen Amtszeit zwar nicht möglich. Schwierig ist zudem eine Bewertung der oft subtilen Mechanismen, durch die Eingriffe in die Pressefreiheit unternommen werden können. Doch lassen sich einige Tendenzen erkennen bezüglich der Ausgangsfrage, ob Japans Medien sich zunehmend in einem Käfig restriktiver Regulierung wiederfinden, oder sie sich lediglich zu zahm gegenüber der Regierung zeigen und eigentlich unverändert frei in ihrer Berichterstattung sind.

Die Analyse anhand des Propagandamodells lassen folgende Tendenzen identifizieren: im Hinblick auf die ersten beiden Dimensionen des Modells, die Profitorientierung und Größe der Massenmedien sowie den Einfluss von Werbeeinnahmen, lässt sich feststellen, dass eine Beeinträchtigung auf unabhängige Berichterstattung in Japan tendenziell zunimmt. Fallende Auflagen- und Zuschauerzahlen erhöhen die Bedeutung der Profitorientierung, was dazu führen kann, dass kritische Berichterstattung eingeschränkt wird um wertvolle Werbeerlöse nicht zu verlieren. Allerdings hat der Trend nicht unmittelbar mit Shinzō Abes Amtsantritt

zu tun. Ebenso hat das wachsende Vertrauen auf übliche Quellen in der Recherche, die dritte Dimension des Modells, nicht erst mit der aktuellen Regierung begonnen. Doch dürfte, wie der Beitrag gezeigt hat, eine einander wohlgesinnte Einstellung zwischen Journalisten und denen, über die sie berichten, in den letzten Jahren eher zu- als abgenommen haben. Ähnliches trifft auf die fünfte Dimension zu, das übliche Narrativ in den Medien. Während das Selbstbild eines Japans, das zu alter Stärke zurückfinden muss, schon vor Abes Amtsantritt verbreitet war, forciert dieser dieses noch durch eine entsprechende Rhetorik, was homogene Berichterstattung begünstigt. Auch im Hinblick auf die Dimension Beschwerden und Drohungen, lässt sich ein verstärktes Engagement der aktuellen Regierung ausmachen. Dazu gehören eine Verschärfung der rechtlichen Lage, vermehrte Beschwerden seitens der Regierung sowie eine regierungsfreundliche Personalpolitik im öffentlichen Rundfunk. In den Massenmedien zeigt sich bisher wenig Gegenwehr sowohl bei traditionellen wie auch bei vielen neuen Medien.

LITERATURVERZEICHNIS

- Alexa.com (2016): *Top sites in Japan*. <http://www.alexa.com/topsites/countries/JP> (letzter Zugriff am 8.4.2016).
- Fackler, Martin (2016): *Abe seiken ni hirefusu nihon no media* [Japans Medien, die sich der Abe-Regierung zu Füßen werfen]. Tokio: Futabasha.
- Freedom House (2015): *Freedom in the World. Japan*. <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2015/japan> (letzter Zugriff am 10.3.2016).
- Freemann, Laurie Anne (2000): *Closing the shop: Information cartels and Japan's mass media*. Princeton: Princeton University Press.
- Funabashi, Yoichi und Kushner, Barak (2015): *Examining Japan's lost decades*. Abingdon: Routledge.
- Giannoulis, Elena und Weingärtner, Till (2014): Kultur und Subkultur in Japan. In: Wördemann, Raimund und Yamaguchi, Karin (Hg.): *Länderbericht Japan. Die Erarbeitung der Zukunft*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung: 333–345.
- Germis, Carsten (2015): *On my watch*. <http://www.fccj.or.jp/number-1-shimbun/item/576-on-my-watch/576-on-my-watch.html>, 2. April 2015 (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- Herman, Edward S. und Chomsky, Noam (1988): *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.
- Honma, Ryu (2012): *Dentsū to genpatsu hōdō* [Dentsū und die Nuklearberichterstattung]. Tokyo: Akishobo.
- Kanehira, Shigenori (9.4.2016): persönliches Interview.
- Kingston, Jeff (2015): Testy team Abe pressures media in Japan. *Asia Pacific Journal / Japan Focus*. <http://apjif.org/-Jeff-Kingston/4827/article.html> (letzter Zugriff am 6.4.2016).

- Kingston, Jeff (13.12.2014): Abe's secrets law undermines Japan's democracy. *Japan Times*. <http://www.japantimes.co.jp/opinion/2014/12/13/commentary/japan-commentary/abes-secrets-law-undermines-japansdemocracy/> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- Kingston, Jeff und Asano, Kenichi (2014): Japanese mass media buries self-immolation protest over Abe government's constitutional coup. *Asia-Pacific Journal / Japan Focus* 11(1). <http://apjff.org/-Jeff-Kingston/4804/article.html> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- Klaehn, Jeffery (2009): The Herman-Chomsky propaganda model: Theoretical and methodological considerations. *Westminster Papers in Communication and Culture* 6(2): 43–58.
- Legewie, Jochen (2010): *Japan's media: Inside and outside powerbrokers*. Tokyo: Communications and Network Consulting Japan.
- Liberal Democratic Party of Japan (2012): LDP announces a new draft Constitution for Japan. <https://www.jimin.jp/english/news/117099.html> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- N.N. (31.3.2016): Editorial: Watchdogs of state secret designations fail in first reports. *Asahi Shinbun*. <http://www.asahi.com/ajw/articles/AJ201603310027.html> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- (25.3.2016): News veterans accuse Abe of pressuring media. *Asahi Shinbun*. <http://www.asahi.com/ajw/articles/AJ201603250011.html> (letzter Zugriff am 6.4.2016)
 - (8.3.2016): Abe says gov't working hard to improve day care shortage after blog goes viral. *Mainichi Shinbun*. <http://mainichi.jp/english/articles/20160308/p2a/00m/0na/015000c> (letzter Zugriff am 8.4.2016).
 - (17.4.2015): Editorial: LDP must not interfere with television broadcasting. *Mainichi Shinbun*. <http://mainichi.jp/graph/2015/04/17/20150417p2a00m0na005000c/001.html>, 17. April 2015 (letzter Zugriff am 6.4.2016).
 - (30.3.2015): Ex-bureaucrat blasts Abe on news program. *Japan Times*. <http://www.japantimes.co.jp/news/2015/03/30/national/politics-diplomacy/ex-bureaucrat-blasts-abe-news-program/> (letzter Zugriff am 22.6.2016).
 - (10.12.2014): State secrecy law takes effect amid protests, concerns over press freedom. *Japan Times*. <http://www.japantimes.co.jp/news/2014/12/10/national/japans-secrecy-law-takes-effect-amid-concern-arbitrary-info-withholdinglack-oversight/> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
 - (13.1.2005): Abe admits telling NHK to censor TV program. *Japan Times*. <http://www.japantimes.co.jp/news/2005/01/13/national/abe-admits-telling-nhk-to-censor-tv-program/> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- McNeill, David (2014): Japan's contemporary media. In: Kingston, Jeff (Hg.): *Critical issues in contemporary Japan*. London: Routledge: 64–75.
- (2011): Nuclear scientists accused of singing industry's tune. *The Chronicle of Higher Education*.
- Mulgan, Aurelia George (2015): Shinzo Abe's 'glass jaw' and media muzzling in Japan. *Diplomat*. <http://thediplomat.com/2015/05/shinzo-abes-glass-jaw-and-mediameuzzling-in-japan/> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- Mullen, Andrew (2009): The propaganda model after 20 Years: Interview with Edward S. Herman and Noam Chomsky. *Westminster Papers in Communication and Culture* 6(2): 12–22.

- Mullen, Andrew und Klaehn, Jeffery (2010): The Herman-Chomsky propaganda model: A critical approach to analysing mass media behaviour. *Sociological Compass* 4(4): 215–229.
- New Media Trend Watch (2012): *Japan*. <http://www.newmediatrendwatch.com/markets-by-country/11-long-haul/54-japan/> (letzter Zugriff am 4.4.2016).
- Nicolaysen, Lars (2014): Japans Massenmedien. In: Wördemann, Raimund und Yamaguchi, Karin (Hg.): *Länderbericht Japan. Die Erarbeitung der Zukunft*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung: 201–212.
- Nihon Shinbun Kyokai (2016): *Facts and figures about Japanese newspapers*. <http://www.pressnet.or.jp/english/data/index.html> (letzter Zugriff am 10.3.2016).
- (2006): *Kisha club guidelines*. <http://www.pressnet.or.jp/english/about/guideline/> (letzter Zugriff am 10.3.2016).
- Nikkei Advertising Research Institute (2015): *Advertising expenditure of leading corporations (FY2014)*. <http://www.nikkei-koken.com/surveys/survey22.html> (letzter Zugriff am 4.4.2016).
- Osaki, Tomohiro (9.2.2016): Sanae Takaichi warns that government can shut down broadcasters it feels are biased. *Japan Times*. <http://www.japantimes.co.jp/news/2016/02/09/national/politics-diplomacy/minister-warns-that-government-can-shutdown-broadcasters-it-feels-are-biased> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- (30.3.2015): Ex-bureaucrat blasts Abe on news program. *Japan Times*. <http://www.japantimes.co.jp/news/2015/03/30/national/politics-diplomacy/ex-bureaucrat-blasts-abe-news-program/> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- Prime Minister of Japan and His Cabinet (2016): *The Constitution of Japan*. http://japan.kantei.go.jp/constitution_and_government_of_japan/constitution_e.html (letzter Zugriff am 10.3.2016).
- (2013): *Overview of the Act on Specially Designated Secrets*. http://www.kantei.go.jp/jp/topics/2013/headline/houritu_gaiyou_e.pdf (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- PR Newswire Association (2014): *Japan media landscape*. http://misc.prnasia.com/atd/custeventreg.php?event_id=131 (letzter Zugriff am 10.3.2016).
- Repeta, Lawrence (2013): Japan's democracy at risk – The LDP's ten most dangerous proposals for constitutional change. *Asia-Pacific Journal / Japan Focus* 11(3): 1–13. <http://apjif.org/2013/11/28/Lawrence-Repeta/3969/article.html> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- Reporter ohne Grenzen (2015): *Rangliste der Pressefreiheit 2015*. <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/rangliste/2015/> (letzter Zugriff am 10.3.2016).
- (2014): *RSF supports legal action against secrecy law*. <https://rsf.org/en/news/rsf-supports-legal-action-against-secrets-law> (letzter Zugriff am 6.4.2016).
- (2013): *Rangliste der Pressefreiheit 2013*. <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/rangliste/archiv/> (letzter Zugriff am 10.3.2016).
- Segawa, Shiro (9.4.2016): persönliches Interview.
- Takeda, Toru (2013): *Genpatsu hōdō to media* [Nuklearberichterstattung und die Medien]. Tokyo: Kodansha Gendai Shinsho.
- World Association of Newspapers and News Publishers (2015): *World press trends 2015: Facts and figures*. <http://www.wptdatabase.org/world-presstrends-2015-facts-and-figures> (letzter Zugriff am 10.3.2016).
- Yoshida, Reiji (5.4.2016): persönliches Interview.

Yoshida, Reiji und Nagata, Kazuaki (22.1.2015): Self-censorship is biggest threat to free speech in Japan. *Japan Times*. <http://www.japantimes.co.jp/news/2015/01/22/national/selfcensorship-biggest-threat-free-speech-japan/> (letzter Zugriff am 4.4.2016).