

---

---

# Sexuelle Revolution im Japan der 90er Jahre? Neue Formen der kommerzialisierten Sexualität von *burusera* bis *enjo kôsai*

Susanne KREITZ-SANDBERG  
(Deutsches Institut für Japanstudien, Tôkyô)

## 1. Einleitung: neue Formen kommerzialisierter Sexualität

*Enjo kôsai* war 1996 eines der populärsten Themen in den japanischen Medien und noch im gleichen Jahr tauchte dieses Stichwort auch in den internationalen Printmedien auf. "Bezahlte Geselligkeit"<sup>1</sup>, "Kontakt gegen Gebühr"<sup>2</sup> oder "charitable relations"<sup>3</sup> lauteten die Übersetzungen, die in ihrer mangelnden Präzision verraten, daß es sich um vage Umschreibungen einer Verhaltensform handelt, deren exakte Definition schwierig zu bewerkstelligen ist. Gemeint sind Verabredungen von Männern mit Mädchen, wobei die Teenager sich für ihre Gesellschaft bezahlen lassen. Vier Prozent aller Schülerinnen aus Mittel- und Oberschulen haben laut einer Befragung der Stadt Tôkyô Erfahrungen mit dieser Art des "bezahlten Dating" gesammelt.<sup>4</sup> Offen bleibt, ob sich diese Verabredungen im Restaurant, in der Karaoke-Bar oder im Hotel abspielen. Dementsprechend ist es auch schwierig zu beurteilen, inwiefern es sich bei der Debatte zu diesen neuen Formen der kommerzialisierten Jugendsexualität um eine Dramatisierung meist harmloser Kontakte handelt oder aber um eine Beschönigung des Phänomens der Jugendprostitution.

Ein Teil der Faszination des Themas hängt mit seiner Widersprüchlichkeit zusammen. Die Präsenz in den Medien war teilweise so stark – *enjo kôsai* kommt in Talk Shows, bei Komödianten und zunehmend auch in Dramen vor – daß dies einmal auszuprobieren schon fast zum guten Ruf zu gehören schien. Andererseits sind die meisten sozialwissenschaftlichen und auch ein Teil der journalistischen Darstellungen zum Thema aus einer Problemperspektive verfaßt, ohne daß genau deutlich wird, worin denn nun das Problem eigentlich besteht. Ist es der Faktor, daß junge Frauen für ihre Gesellschaft mehr oder weniger festgesetzte "Preise" fordern? Ist es die Vorstellung der sexuellen

Beziehung zwischen einer Minderjährigen und einem im Vergleich zu ihr bedeutend älteren Mann? Ist es die Vorstellung, daß sich Schülerinnen zunehmend einer Kultur des sich Vergnügens zuwenden, statt sich auf das Lernen zu konzentrieren? Oder ist es vielleicht insgesamt eine Weigerung, jungen Frauen eine sexuelle Existenz zuzugestehen? Ich selbst tendiere zu einer Antwort, die insbesondere die letzten beiden Aspekte in Erwägung zieht. Das kann m.E. einerseits damit begründet werden, daß in der Öffentlichkeit der Rolle der Männer im Kontext kommerzialisierter Sexualität kaum Beachtung geschenkt wird.<sup>5</sup> Andererseits müßte auch eine tatsächliche Problemperspektive, die an den Interessen der Mädchen orientiert ist, reelle Gefahren, die mit den Kontakten verbunden sind – von den Möglichkeiten einer potentiellen Vergewaltigung bis hin zur Ansteckung mit AIDS – stärker im Vordergrund der Debatte stehen.

Unter dem Begriff "neue Formen der kommerzialisierten Jugendsexualität" werde ich im folgenden neben *enjo kôsai* noch weitere Phänomene – wie z.B. *burusera* oder *terekura* – beschreiben, die sich in Japan bis in die 80er Jahre zurückverfolgen lassen und in den Jahren 1992/93 mit dem Image von Schülerinnen in Verbindung gebracht wurden. Ich wähle den Begriff der "kommerzialisierten Jugendsexualität", da bei all diesen Phänomenen der Aspekt der Bezahlung eine wichtige Rolle spielt. Insgesamt wird als Erklärungshintergrund häufig die Kommerzialisierung oder der Warencharakter der Lebensumwelt (*shakai no shôhinka*) angegeben, in der der Wert einer Ware den Vorrang vor echten Gefühlen hat, und in der – häufig in Form einer Schuldzuweisung formuliert – junge Frauen sich in erster Linie um eine Zurschaustellung von Designerwaren bemühen. Kommerzialisierung umfaßt für mich jedoch noch einen anderen Aspekt, nämlich den, daß Männer offensichtlich bereit sind, für einen problemlosen Zugang zu jüngeren Frauen zu bezahlen. Und au-

Berdem deutet der Begriff Kommerzialisierung in diesem Zusammenhang auch darauf hin, daß es offensichtlich ein recht gut ausgebautes Netzwerk an Einrichtungen der Sexindustrie gibt, die mit der Vermarktung des Artikels "junge Frau" und insbesondere "Schülerin" ihr Auskommen bestreiten. Diese Aspekte werden im folgenden zu berücksichtigen sein, wenn ich mich um eine Charakterisierung kommerzialisierter Jugendsexualität bemühe, die es uns ermöglichen soll, das Phänomen *enjo kôsai* zu verstehen und seinen Stellenwert im Rahmen des Wandels von jugendlichem Sexualverhalten zu analysieren.

Die Mediendebatte um kommerzialisierte Formen der Jugendsexualität operiert mit verschiedenen, eingängigen Begriffen, die vorab einer kurzen Erklärung bedürfen. *Burusera shoppu* sind Geschäfte, in denen Schülerinnen Kleidungsstücke von ihrer Schuluniform bis hin zu (gebrauchter) Unterwäsche, teilweise dekoriert mit einem Foto von ihnen, verkaufen. Der Begriff *burusera* ist dabei eine Wortneuschöpfung, die sich als Abkürzung aus den Begriffen *buruma* und *sêrâfuku* zusammensetzt. Der Begriff *bloomers* wurde aus dem Amerikanischen für die kurzen Turnhosen von Schülerinnen übernommen und *sailor dress* bezeichnet die Schuluniform im Stil der Matrosenanzüge – beides Kleidungsstücke, die gleichzeitig als Symbol für Unschuld und sexuelle Anziehungskraft von Schülerinnen gesehen werden. Obwohl Kaufs- und Verkaufsangebote von gebrauchter Unterwäsche schon auf die erste Hälfte der 80er Jahre zurückgehen, werden diese Läden erst 1992/93 auch von Schülerinnen frequentiert. Für Unterwäsche, die für 3.000 Yen weiterverkauft wird, erhalten die Mädchen 1.000 Yen. Im Jahr 1993 gab es angeblich verschiedene Probleme solcher Geschäfte, die keine Genehmigung zum Weiterverkauf gebrauchter Waren hatten, was zu einem sprunghaften Anstieg von Date-Clubs geführt haben soll, für deren Betreiben keine entsprechenden Voraussetzungen erfüllt werden mußten.<sup>6</sup> Der Begriff *burusera shoppu* taucht erstmals 1995 im Kontext der Darstellung von *enjo kôsai* im Fach- und Sachwörterbuch der Gegenwartssprache auf.<sup>7</sup>

Im Zusammenhang mit telefonischen Vermittlungsdiensten (*denwa fûzoku*) wurde 1985 über den ersten sogenannten *terekura* im Tôkyôter Bezirk Shinjuku berichtet. *Terekura* lautet die gängige Abkürzung für *telephone club*. Die *Koshitsukeyi terehonkurabu* sind winzige, mit einem Telefon ausgestattete Räume, die gegen eine Mitgliedsgebühr an Männer vermietet werden, die dort von

Frauen angerufen werden können, mit denen sie sich bei gegenseitigem Interesse verabreden. Die Telefonnummern werden als *free-dial* über verschiedene Werbeaktionen bekannt gemacht, besonders auffällig waren die Angebote auf Papiertaschentuch-Packungen, die in den Zentren Tôkyôs in hoher Zahl verteilt wurden. Schon für 1986 wurde der erste sogenannte *terekura*-boom kategorisiert – es gab in der Metropole 100 solcher Vermittlungsbüros.<sup>8</sup> Im kommenden Jahr breiteten sich diese Clubs über das ganze Land aus. *Dengon daiyaru*, *daiyaru Q2*, *Q2 tsûshotto* sind weitere Formen telefonischer Vermittlungsdienste potentieller Sexpartner, die zum Teil hohe Gebühren von den Konsumenten erheben. Der Soziologe Miyadai Shinji (Toritsu Universität, Tôkyô) sprach von einer Pluralisierung der Telefon-Clubs zu Beginn der 90er Jahre, insofern als es dann spezielle Linien für verschiedene Adressaten gab. Erst ab 1992/93 wurden die Telefonlinien mit Oberschülerinnen in Verbindung gebracht. Diese Mädchen zwischen 15 und 18 Jahren sollten in ihrer Aufmachung in Schuluniformen in den folgenden Jahren die öffentliche Meinung über Telefon-Clubs prägen.<sup>9</sup>

Die inländischen Medien erregten Aufsehen mit teilweise bizarr anmutenden Darstellungen, die ausländischen Medien haben ein wundervolles Beispiel für japanische Exotik gefunden. Das ganze Thema wird wie ein riesiger Skandal abgehandelt.<sup>10</sup> Aus meiner Perspektive als Erziehungswissenschaftlerin interessieren mich sozialwissenschaftliche Fragen stärker als der Diskurs über die Art der Thematisierung. Wie und warum kam es in Japan zu diesen Phänomenen? Welche Bedeutung haben diese Formen kommerzialisierter Sexualität für die involvierten Personen – insbesondere für die Jugendlichen? In Teil 2 werde ich anhand eines Interviewausschnitts die Perspektive einer Schülerin darstellen, die mich erstmals unmittelbar mit dem Thema von Date-Clubs konfrontierte. Teil 3 widmet sich dem Trend, daß sowohl die Medien als auch der Gesetzgeber kommerzialisierter Sexualität von Jugendlichen in den 90er Jahren vermehrte Aufmerksamkeit schenken. In Teil 4 wird das Phänomen *enjo kôsai* anhand von Ergebnissen aus empirischen Untersuchungen beleuchtet, um im Ausblick in Teil 5 die Fragen aufzugreifen, inwiefern kommerzialisierte Formen der Sexualität nur ein (medienwirksamer) Teilbereich eines viel weiter gehenden Wandels des Sexualverhaltens Jugendlicher sind und inwiefern dieser mit einer "sexuellen Revolution" in Zusammenhang gebracht werden kann.

## 2. Besuche im Date-Club: Auszug aus dem Interview mit Rikako<sup>11</sup>

Der Anlaß, mich etwas ausführlicher mit dem Thema kommerzialisierter Jugendsexualität auseinanderzusetzen, war ein Interview im Oktober 1995 mit einem sechzehnjährigen Mädchen, das mir unter dem Siegel der Verschwiegenheit von ihren Besuchen in einem Date-Club erzählte. Als Einstieg für das Interview hatte ich eine Methode gewählt, bei der die Jugendlichen (bzw. ihre Väter oder Mütter) ihr persönliches Netzwerk aufzeichnen und mir anhand dessen ihre sozialen Beziehungen erläutern.<sup>12</sup> In Rikakos Netzwerkdarstellung finden sich verschiedene Gruppierungen für ihre Familie, Freundinnen aus der Schule, ihre Kontakte aus zwei verschiedenen außerschulischen Bildungseinrichtungen (*juku*) sowie andere Bekannte, mit denen sie in ihrer Freizeit verkehrt. Eine weitere Gruppierung, die sie kurz als Personen charakterisiert hatte, die sie durch ihren Nebenjob (*arubaito*) kennt, weckte mein Interesse:

Q: Du<sup>13</sup> hast gesagt, daß du auch durch deinen Job verschiedene Freunde kennengelernt hast. Kannst du mir mehr dazu erzählen?

A: Nun, das ist eigentlich ein Job, über den man nicht sprechen kann (*ienai baito dakara*).

Q: Ich werde es niemandem weitererzählen.

A: Ich kann nicht darüber sprechen. Wirklich, weil ... ähm, es ist ein Job, über den man nicht sprechen kann.

Q: Das ist in Ordnung.

A: Ich sage nichts. Außerdem, beim Flugblätter Verteilen [ja]<sup>14</sup> trifft man eigentlich gar keine Freunde. Man holt sich die Flugblätter alleine ab, [ja,] verteilt sie, und wenn man damit fertig ist, geht man sich am Ende des Monats seinen Verdienst abholen. So war das eigentlich. [Ja.] Jetzt habe ich damit aufgehört, [ja] ähm, ganz sicher, sagst du/sagen Sie ganz sicher nichts weiter? Dieses ... [mhm] wenn das rauskommt .... Das ist ein Date-Club, es gibt doch diese Date-Clubs. [Ja.] Das mache ich.

Q: (Unter Verweis auf die am Anfang des Interviews gezeichnete Netzwerkskizze) Dieser Mann hier, stellt er die Kontakte her?<sup>15</sup>

A: Er gehört zum Geschäft. Zum Geschäft gehören immer zwei Personen, eine, die das Schild hält, und eine am Empfang, [ja] außerdem, die Leute hier sind die Mädchen, die ich da getroffen habe. Insbesondere die, mit denen ich mich gut verstehe.

Q: Sind die ungefähr im gleichen Alter wie du?

A: Ungefähr gleich alt, und wenn man nach

dem Grund fragt, naja, wie soll man das sagen? Niemand hat besondere Geldprobleme, es ist eher so, daß man eben nichts zu tun hat, es ist langweilig – und so trifft man sich eben mal dort, [mhm] so ist das in etwa, nun, also eigentlich ist es zwar nicht so, daß man gemeinsam etwas unternehmen geht, [hm] aber man versteht sich halt. Mehr noch als sich “verstehen” ist das eben so ein Gefühl, daß man halt zusammen ist.

Q: Ist das immer der gleiche Ort, an den du gehst?

A: Ja, ich mache das nur an einem Ort.

Q: Also, du gehst dahin, und – entschuldige, ich weiß da gar nicht so genau Bescheid –, du gehst da also hin und dann? Dann kommen Kunden, oder wie ist das?

A: Es passiert auch, daß niemand kommt oder daß man nicht ausgesucht wird, [ja] aber da einfach “rumhängen” (*daradara suru*) ist schon gut, [ja] so, wie soll ich das sagen, einfach mit allen da rumzuhängen macht schon Spaß, so könnte man das wohl sagen...

Q: Bist du mit dieser Freundin hier gemeinsam ...

A: ... gemeinsam sind wir da hingegangen, ...

Q: ... hingegangen, und die hat dich dann im Club vorgestellt ...

A: ... nee, wir haben das zu zweit gemeinsam angefangen.

Q: Wie war denn das, weißt Du das noch?

A: Wir sind einfach so rumgegangen, die ganze Zeit so in Shinjuku rumgelaufen, haben gesucht, und dann sind wir da hingegangen, und das war dann auch schon ein Laden, der wirklich in Ordnung ist (*kekkô chanto shita tokoro*), und dann sind wir da hingegangen. Ich war ja auch noch gar nicht so oft da, erst ungefähr dreimal bisher...

Q: Wie ist das, wenn man einmal hinget zum Jobben, wieviel bekommt man dann z.B. für drei Stunden?

A: So ist das nicht, ein Kunde kommt – aber im Moment ist das schon nicht mehr so “in” (*hayaranaku natchata kara*) – es gibt nur wenige Kunden, manchmal kommen nur drei am ganzen Tag, [ja] da sind dann ungefähr zehn Mädchen im Zimmer, der Kunde zeigt auf die Person, die ihm gefällt, und die ausgesuchte Person erhält 5.000 Yen. Dafür muß sie dann über eine Stunde mit dem Kunden ausgehen, meistens geht man gemeinsam zum Karaoke singen oder etwas essen. Wenn die Stunde um ist, kann sie dann endlich wieder gehen und kommt zurück. [mhm] Aber wenn man nicht ausgesucht wird, dann kommt es einem schon mal vor, als habe man selbst die Fahrtkosten für den Zug rausgeschmissen. [mhm] Aber da

hängt man halt mit anderen Mädchen und so zusammen rum, und das kann man ja eigentlich schon Unterhaltung nennen, [hm] weil das ja auch schon einen Entspannungswert hat [hm], und letzten Endes kann man ja auch nicht sagen, daß irgendwer da wirkliche Geldsorgen hat, deshalb [hm] ist es eigentlich auch in Ordnung, wenn kein Geld dafür reinkommt, man geht halt dahin, [hm] hängt rum und liest Comics oder so, und das ist schon ganz unterhaltsam ....

Q: Geht ihr da meistens am Wochenende hin?

A: Ja, am Wochenende. Man muß ja nach der Schule erstmal nach Hause und sich umziehen, denn in der Schuluniform kann man da nicht hingehen. Und deshalb ist es an normalen Wochentagen schon zu spät, daher ist es eher das Wochenende.

Aus diesem Interviewausschnitt werden einige der Praktiken von durch Date-Clubs vermittelten *enjo kôsai* als eine Form der kommerziellen Vermittlung von Schulmädchen an Männer deutlich<sup>16</sup> und wir erhalten erste Informationen über das Erleben dieser einen Schülerin. Unter den Zusammenhängen, die zu überprüfen sein werden, ist unter anderem die Frage nach der Motivation, in solch einen Club zu gehen. Will man der Meinung populärwissenschaftlicher Ausführungen folgen, liegt für die Mädchen die primäre Orientierung im finanziellen Gewinn. Formen der kommerzialisierten Sexualität, und dazu gehört im weiteren Sinne auch das bezahlte Date, werden im Zusammenhang mit dem Erwerb von repräsentativen Markenartikeln, wie z.B. Handtaschen bekannter Designer, den Kosten für die populären tragbaren Telefone und die Teilnahme an kommerzieller Jugendkultur diskutiert. Sicherlich gilt dies auch bedingt für Rikako, denn sie geht am Wochenende meist mit ihren Freunden zu Konzerten ihrer Lieblingsgruppe, sie raucht, und gleichzeitig kontrolliert ihre Mutter ihre Ausgaben. Da es in ihrer Schule – wie in vielen anderen Oberschulen – verboten ist, einen regelmäßigen Nebenjob aufzunehmen, sind schnell verdiente zusätzliche Einnahmen selbstverständlich sehr willkommen. Gleichzeitig darf jedoch meiner Meinung nach auch der von ihr betonte Punkt der Suche nach einem Ort, an dem sie einfach mit anderen Jugendlichen “rumhängen” kann, nicht vernachlässigt werden. Dies kann als ein Versuch gewertet werden, sich einen Freiraum zu schaffen, um den an sie gestellten Anforderungen in Schule, Elternhaus und Nachhilfeschool zu entkommen.

### 3. Die 90er Jahren: vermehrte Aufmerksamkeit für Formen kommerzialisierter Jugendsexualität von Seiten der Medien und des Gesetzgebers

Erst als die Phänomene kommerzialisierter Jugendsexualität um 1993 vermehrt von Journalisten aufgegriffen wurden, erreichte die Problematik eine breite Öffentlichkeit. 1996 erschienen verschiedene Buchpublikationen, wie z.B. Kuruma Katsushis “*Enjo kôsai*. Gefährliche Unternehmungen nach der Schule” oder Takabe Tsutomus “Wollt ihr uns besser kennenlernen?”. Beide Publikationen fassen Artikel zusammen, die zuvor in Wochenzeitschriften erschienen waren.<sup>17</sup> Der Band “*Enjo kôsai*” umfaßt beispielsweise eine Serie von zuvor in der Wochenzeitschrift *Shûkan Bunshun* erschienenen Artikeln, für die Kuruma mit einem Journalismuspreis (*Henshûsha ga erabu zasshi jânarismu-shô*) ausgezeichnet wurde. Er beginnt die Darstellung mit einer Beschreibung seiner ersten Begegnung mit einer Schülerin der 9. Klasse, die ihm ihre Gründe, sich “zu verkaufen” (*uri*) darstellt. Im Schneeballsystem nahm er Kontakt zu vielen weiteren Mädchen auf bzw. läßt diese über sein speziell für den Zweck angeschafftes tragbares Telefon zu ihm in Kontakt treten, mit dem Angebot, statt ihres Körpers zur Abwechslung ihre Geschichte zu verkaufen. Die Artikel sind gut geschrieben und informativ, was den Alltag dieser Mädchen angeht, unklar bleibt dennoch, inwiefern die Geschichten die Realität abbilden. Auf jeden Fall schienen sie das Bedürfnis der Leserschaft zu befriedigen, am Leben dieser jungen Mädchen teilzuhaben und mitreden zu können, wenn es um Japans Jugendproblem “Nummer eins” geht. Takabes Artikel sind von Januar bis Mai 1996 in der Zeitschrift *Shûkan Taishû* erschienen. Er schreibt sehr voyeuristisch über Mädchen, die z.B. durch Nachrichten in ihren tragbaren Telefonen ihre sexuellen Dienste anbieten. Seine Darstellungen, die sich offiziell dem Problembewußtsein um Jugenddelinquenz widmen, sind dabei hart an der Grenze zur Pornographie. Offensichtlich hat die breite Presseöffentlichkeit auch stark zur “Popularität” des Themas beigetragen. Es entsteht ein Eindruck, daß das Thema und die Verbreiterung der Problematik auch in einem gewissen Maße mit von den Medien kreiert wurde. Offen bleibt vorerst die Frage warum? Und warum zu diesem Zeitpunkt?

Einige Antworten auf diese Fragen erhalten wir, wenn wir die Frage kommerzialisierter Sexualität im Kontext des allgemeinen Wandels von Sexual-

normen und sexuellem Verhalten Jugendlicher beleuchten. Ein anderer – offensichtlicher – Grund liegt auf der Hand: Zu diesem Zeitpunkt läßt sich der Anstieg kommerzieller Vermittlungsdienste nicht übersehen. Deshalb fühlte sich auch die Stadt Tōkyō veranlaßt, Gesetzesänderungen einzuleiten. Am 13. August 1997 trat eine Verordnung gegen Telefon- und Date-Clubs in Kraft,<sup>18</sup> in der insbesondere Aspekte geregelt werden, wie der, wo solche Clubs nicht operieren dürfen (z.B. im Umkreis von 200 Metern von Schulen, Bibliotheken etc.) und daß es untersagt ist, entsprechende Werbung an Minderjährige zu verteilen. Neben dem Gesetz, das die Praktiken kommerzieller Vermittler wie Date- und Telefon-Clubs einschränkt, widmet sich eine weitere Verordnung der Frage von Jugendprostitution; sie wurde mit Wirkung zum 16. Dezember 1997 verabschiedet. In diesem Gesetz (*Kaishun nado shobatsu kitei*) werden konkrete Strafandrohungen für Personen, die solche Dienste vermitteln oder in Anspruch nehmen, festgelegt.<sup>19</sup> Während solche Regelungen in vielen Präfekturen schon bestanden, war noch 1988 in Tōkyō eine ähnliche Verordnung gegen das „sittenwidrige Verhalten“ Jugendlicher (*Inkō shobatsu hantei no jōrei*) abgelehnt worden.

Seitdem diese Verordnungen in Kraft getreten sind, ist inzwischen ein Jahr vergangen. Die Zahl der Telefon- und Date-Clubs ist in dieser Zeit jedoch nur unbedeutend zurückgegangen. Während laut Aussagen aus der Jugendabteilung des Kulturamtes der Stadt Tōkyō 474 solcher Clubs im März 1997 in Tōkyō registriert waren, lag die Zahl im Juni 1998 bei 425. Auch bestehen trotz der Verordnung weiterhin noch Clubs in den als Sperrgebiet ausgewiesenen Bezirken, wozu Wohngebiete oder der unmittelbare Umkreis von Schulen etc. zu zählen sind. Die Stagnation hängt maßgeblich damit zusammen, daß das Verbot erst dann umgesetzt werden kann, wenn die jeweils zweijährigen Registrierperioden abgelaufen sind. Ein deutlicher Rückgang ist dagegen jedoch bei den Verkaufsautomaten für vorfinanzierte Benutzerkarten für die *tsūshotto* Telefon-Clubs zu verzeichnen. In der oben angegebenen Jahresfrist wurde der Automatenbestand von 686 Geräten auf vier reduziert. Im Zusammenhang mit der Verordnung gegen Jugendprostitution kam es seit dem Inkrafttreten im Dezember 1997 zu mehr als 50 Vorfällen, bei denen Männer mit Mädchen unter 18 Jahren von der Polizei aufgegriffen wurden.<sup>20</sup>

#### 4. Ergebnisse empirischer Untersuchungen: *Enjo kōsai* aus der Perspektive von Schülerinnen

Über Phänomene kommerzialisierter Sexualität gibt es inzwischen verschiedene empirische Untersuchungen. Im folgenden werde ich mich insbesondere auf drei Befragungen aus den Jahren 1996 und 1997 beziehen. Die erste Untersuchung wurde von der Stadt Tōkyō als „Bericht über Leben und Einstellungen Jugendlicher sowie über die Gesetzgebung zur Jugendsexualität“ publiziert. Zwischen Juli und September 1996 wurden Mittel- und Oberschülerinnen und -schüler aus 110 Schulen in Tōkyō befragt. Von 5.500 versandten Fragebogen wurden 1.291 ausgefüllt, d.h. die Rücklaufquote lag bei 23,5 Prozent.<sup>21</sup> Die zweite hier zitierte Studie befaßt sich unter dem Titel „*Enjo kōsai*“, explizit mit dem Phänomen des „bezahlten Dating“ und wurde von Fukaya Kazuko, Professorin an der Gakugei Universität in Kooperation mit dem Forschungskreis zu „Jugend und Sexualität“ durchgeführt. 858 Schüler und 868 Schülerinnen (insgesamt 1.726 Personen) aus 12 Oberschulen füllten die Fragebogen aus, die sowohl Fragen speziell im Hinblick auf Einstellungen und Verhaltensformen im Kontext von *enjo kōsai* umfassen als auch den Lebensstil von Jugendlichen erheben und somit Beziehungen zwischen *enjo kōsai* und anderen Faktoren herzustellen ermöglichen.<sup>22</sup> Bei der dritten Studie handelt es sich um eine Interviewstudie der Erziehungspsychologen Ui Miyoko und Fukutomi Mamoru, ebenfalls von der Gakugei Universität. Hierfür wurden im März und April 1997 halbstrukturierte Interviews mit 30 Oberschülerinnen zu Bereichen wie Schule, Elternhaus, Freunde und Sexualität, Konsum, Medien, Zukunftsvorstellungen, *enjo kōsai* und Egalität zwischen den Geschlechtern durchgeführt.<sup>23</sup>

Aus der Perspektive der Schülerinnen ist *enjo kōsai* „Irgendetwas für Geld oder Geschenke mit Männern machen“.<sup>24</sup> *Enjo kōsai* umfaßt Möglichkeiten von einer Verabredung zum Teetrinken bis zur sexuellen Begegnung im Hotel. Aufgrund der Vieldeutigkeit des Begriffs sei es viel einfacher, zu sagen „ich mache *enjo kōsai*“, als explizit die Bezeichnung Prostitution (*baishun*) zu verwenden. Im Sprachgebrauch der Mädchen gibt es jedoch durchaus Unterscheidungen, denn die Version von *enjo kōsai*, die sich auf den Verkauf von Sexualität bezieht, wird konkret mit dem Katakana-Begriff *uri* (verkaufen) umschrieben.<sup>25</sup>

Die Studie der Stadt Tōkyō macht deutlich, daß

die Telefon-Clubs einen breiten Zuspruch bei den Minderjährigen finden. Ein Drittel der Oberschülerinnen hat schon einmal bei solch einem Club angerufen. Bei einem Großteil der Jugendlichen blieb es bei wenigen Kontakten, und bei zwei Dritteln der Befragten lagen diese Kontakte auch schon wieder länger als ein halbes Jahr zurück; Neugier und Nervenkitzel hatten viele der Jugendlichen zum Anruf veranlaßt. Die Sorge der Gesetzgeber bezog sich insbesondere auf die Jugendlichen, die durch die Vermittlung von Telefon-Clubs potentiell zahlende Sexualpartner suchten. Laut der Untersuchung der Stadt Tôkyô gaben vier Prozent aller 1996 befragten Oberschülerinnen an, Erfahrungen mit *enjo kôsai* zu haben.<sup>26</sup> Der Anteil der Mädchen, die sich schon ein- oder mehrmals in einem kommerziellen Rahmen mit einem Mann getroffen haben, steigt vom 10. bis zum 12. Schuljahr von 2,7 auf 7,6 Prozent. Als Grund gaben über 70 Prozent der Mädchen die finanzielle Entlohnung an, aber auch die Tatsache, daß die Freunde es täten (ca. 45 Prozent), und der Wunsch, die Welt bzw. Personen vom anderen Geschlecht verstehen zu lernen (jeweils 40 Prozent), waren häufig ausgewählte Antworten. Während landläufig angenommen wird, daß Schülerinnen potentielle *enjo kôsai*-Partner durch kommerzielle Vermittlung wie Telefon- oder Date-Clubs treffen, gaben zwei Drittel der Mädchen an, ihre Erfahrungen mit *enjo kôsai* gesammelt zu haben, indem sie auf der Straße direkt von den Männern angesprochen worden seien.<sup>27</sup>

Diese Ergebnisse erklären, warum lediglich eine Einschränkung kommerzieller Vermittlungsdienste nicht als ausreichend betrachtet wurde und warum die Verordnung zur Jugendprostitution zusätzlich notwendig erschien. Allerdings gab es gegen die Verordnung auch von verschiedenen Seiten Widerstand. Eine wichtige Argumentation einer Gruppe von Wissenschaftlern, Juristen und Journalisten, die sich zum Forum "Recht auf Sexualität" zusammengeschlossen hatte, argumentiert, daß gesetzliche Regelungen nicht Probleme zu lösen vermögen, die im gesellschaftlichen Rahmen entstehen und von daher eher in den Zuständigkeitsbereich von Familie und Schule gehören.<sup>28</sup> Die Grundannahme bezieht sich dabei auf die Vorstellung von einem Recht auf sexuelle Selbstbestimmung, ein Gedankengang, den gerade der schon oben erwähnte Miyadai Shinji auch in den folgenden Jahren mit Kollegen weiterentwickeln wird.<sup>29</sup>

Interessanterweise haben mehr Mädchen aus

Mädchenschulen schon mal bei einem Telefon-Club angerufen bzw. *enjo kôsai*-Erfahrungen gemacht, als dies in Schulen der Fall ist, in denen Mädchen und Jungen gemeinsam unterrichtet werden.<sup>30</sup> An Mädchenschulen wird *enjo kôsai* offensichtlich noch stärker als eine Möglichkeit betrachtet, Kontakt zu Personen des anderen Geschlechts zu finden, für den im Schulalltag ja kaum Möglichkeiten bestehen. Dementsprechend muß das sprunghafte Ansteigen von Interesse an kommerzialisierter Sexualität auch im Zusammenhang mit der sonst in Japan bestehenden starken Geschlechtertrennung gesehen werden. Ein Großteil der japanischen Jugendlichen bezieht sich nämlich in der Freizeit überwiegend auf Personen des gleichen Geschlechts. So gaben 40 Prozent der von mir befragten Oberschülerinnen und -schüler an, ihre Freizeit nur mit Personen gleichen Geschlechts zu verbringen, weitere 40 Prozent taten dies überwiegend.<sup>31</sup> Das heißt, daß der Alltag einer sehr großen Gruppe von Jugendlichen dadurch bestimmt ist, daß Kontakte zu Personen anderen Geschlechts eher die Ausnahme als die Regel sind. In solch einem Kontext werden Kontakte zu Personen anderen Geschlechts dann leicht auf die sexuelle Begegnung fixiert.

In der Untersuchung von Fukaya u.a. gaben 4,4 Prozent der befragten Oberschülerinnen an, Erfahrungen mit *enjo kôsai* zu haben. In Tôkyô lag der Anteil mit 5,9 Prozent offensichtlich höher als in der angrenzenden Saitama-Präfektur (3,3 Prozent). Der Schulvergleich ergab, daß Mädchen aus Schulen mit niedrigem Leistungsniveau dreimal so häufig angaben, schon einmal bei einem Telefon-Club gejobbt zu haben. In Bezug auf *enjo kôsai*-Erfahrungen lagen die Werte fast doppelt so hoch, wie bei Mädchen in Schulen mit mittlerem oder hohem Leistungsniveau. Ähnliches galt übrigens auch für andere Formen "devianten Verhaltens" wie Rauchen oder Pachinko spielen, nicht aber für den Alkoholkonsum.<sup>32</sup> Nicht erhoben wird durch die Befragungen, die sich alle drei an Schülerinnen richten, wie die Situation bei den Mädchen aussieht, die ihre Schulausbildung vorzeitig abgebrochen haben.

In der Studie von Fukaya u.a. wurden die Antworten der Mädchen mit *enjo kôsai*-Erfahrungen, insgesamt 38 von 1726 Personen, mit denen der übrigen Mädchen verglichen. Insgesamt wurde dabei deutlich, daß sich der Kontakt mit dieser Form kommerzialisierter Sexualität nicht auf singuläre Verursachungsfaktoren zurückführen läßt, daß jedoch Zusammenhänge von *enjo kôsai* zu

Bereichen wie Schulleistungen, Erziehung durch und Beziehungen zu den Eltern, anderen Bereichen abweichenden Verhaltens und Normen bestehen. Die Mädchen mit *enjo kôsai*-Erfahrungen artikulieren

- ein starkes Interesse an Mode und Stilrichtungen, die eigentlich eher in die Erwachsenen-kultur gehören und dementsprechend kostspielig sind,

- Unzufriedenheit mit dem Unterricht, den Lehrern und dem Schulalltag im allgemeinen sowie

- Unsicherheiten im Verhalten und Gefühle der Isolation.

- Ein Großteil der Mädchen (durchaus nicht alle!) fiel durch schlechte Schulleistungen auf.

Die Autorinnen interpretieren, daß diese Mädchen ihre Unzufriedenheit mit dem Schulalltag kompensieren, indem sie mit ihrer Anziehungskraft auf Männer experimentieren. In diesem Kontext kommt kostspieligen Konsumgütern wie Schminke und Markenartikeln eine wichtige Bedeutung zu.<sup>33</sup>

Insgesamt scheint es sich hier um die Mädchen zu handeln, die ihre Bildungsziele schon weitgehend erreicht haben. Mädchen, die mit dem Ober-schulabschluß zufrieden sind, haben bedeutend mehr Freizeit, als die, welche sich auf den Zugang zu Universitäten vorbereiten. Für diese war der Freiraum, der mit einem Jugendmoratorium assoziiert wird, auf die Universitätszeit verschoben worden. Momentan rückt jedoch für breite Gruppen der Mädchen Jugendkultur in den Vordergrund, Interesse am Vergnügen im Moment gewinnt Vorrang vor Orientierungen an der Zukunft und einem Streben nach Bildungserfolg und Zugang zu den Institutionen höherer Bildung. Die Bereitschaft, die an sie gestellten Erwartungen zu erfüllen, scheint bei einem Teil der Jugend-population zurückzugehen. Es kann dabei jedoch nicht übersehen werden, daß im Zuge dieses Prozesses neue Zwänge entstehen. Der Zugriff der öffentlichen Institutionen hat sich von Elternhaus und Schule auf die Jugendgruppen und die Öffentlichkeit verlagert.<sup>34</sup>

### 5. Ausblick: sexuelle Revolution im Japan der 90er Jahre?

Interessant an der hier skizzierten Diskussion ist meiner Meinung nach, daß die Fragen um kommerzialisierte Jugendsexualität zwar einerseits zu Versuchen, dieses Problem durch gesetzliche Regelungen einzugrenzen, andererseits aber auch zu

einer Debatte um sexuelle Selbstbestimmung von Jugendlichen geführt haben.<sup>35</sup> Das Problem läßt sich also nicht auf eine Kommerzialisierung von Lebensführung im allgemeinen und von Sexualität im speziellen reduzieren. Selbstverständlich können solche Argumente nicht völlig vernachlässigt werden, denn eine materielle Orientierung spielt sowohl bei den Jugendlichen als auch bei den Vermittlern eine wichtige Rolle, aber andere Faktoren fließen ebenso in die Situation ein, wie z.B. der Wandel der Lebensformen und Familienstrukturen. Miyadai Shinji analysiert die Rolle der Elterngeneration, der "*dankai-oya*", die – selbst stark von Wertewandel betroffen – neue, liberale-re, aber auch uneindeutigere Orientierungen im Hinblick auf eine erstrebenswerte Lebensführung an ihre Kinder weitergeben.<sup>36</sup> Die Personen, die Mitte der 80er Jahre als *shinjinrui* bezeichnet wurden, als die "neuen Menschen", verkörpern inzwischen schon wieder die ältere Generation, und zum Teil haben sie auch schon Kinder, die Mittelschulen besuchen.

"Generationswechsel" beeinflusst die Haltungen zu Institutionen kommerzialisierter Sexualität auch in einer ganz anderen Form: Die Einstellungen von Jugendlichen wandeln sich laut verschiedener Beobachter der Szene ausgesprochen schnell. So weist Fujii Yoshiki darauf hin, daß sich die soziale Auswahl von Mädchen in Date-Clubs über die Jahre zwar kaum gewandelt habe, überwiegend seien es Mädchen, die noch eine Oberschule besuchen, oder solche, die die Schule vorzeitig abgebrochen haben, und nur gelegentlich Mittelschülerinnen oder Studentinnen. Andererseits habe sich jedoch die Haltung der Mädchen zu diesen Etablissemments schon innerhalb weniger Jahre deutlich gewandelt. Das zeige sich z.B. daran, daß die Schülerinnen, die 1993 solche Clubs besuchten, noch Spitznamen benutzten, während Oberschülerinnen 1995/96 ihren tatsächlichen Namen angeben und schon viel selbstverständlicher ein- und ausgingen. Die neue "Generation" sei schon seit ihrer Mittel-schulzeit durch die Medien an die Existenz dieser Clubs gewöhnt. Während 1993 das "nur Tee-trinken" noch die Regel gewesen sei, beobachtet er seit 1995 einen anteiligen Zuwachs von "Prostitution und ähnlichem Verhalten"<sup>37</sup>. Es ist also schon zu dem Zeitpunkt, als die Institutionen erstmals auf die Problematik reagieren, ein deutlicher Wandel hin zu einer stärkeren Sexualisierung der Dates zu verzeichnen. 1997 gaben zwei Drittel der Jugendlichen mit *enjo kôsai*-Erfahrung an, daß sie prinzipiell nichts dagegen hätten, es bei *enjo kôsai*

auch zu einer sexuellen Begegnung kommen zu lassen.<sup>38</sup>

Aus der Perspektive vieler Mädchen ist im Laufe weniger Jahre angeblich auch eine gewisse "Normalität" solcher Clubs eingetreten. In diese Richtung deuten auch Interviews, die Miyadai Shinji in seinem schon 1993 in der Zeitschrift *Gendai* veröffentlichten Artikel präsentiert, in dem Mädchen behaupten, daß die Zustände viel selbstverständlicher und der Besuch von Clubs viel weitverbreiteter bei Oberschülerinnen sei, als dies Miyadais früherer Artikel in der Zeitschrift *Spa!*, der viel Aufsehen erregt hatte, vermittelte.<sup>39</sup> Im Jahr 1998 berichtet die Wochenzeitschrift der Asahi Shinbun *AERA* dann auch von *post-enjo kôsai*, eben dem Trend, der auf die *enjo kôsai*-Welle folgt: die zunehmende Tendenz von Mädchen, sich spät abends noch auf der Straße "rumzutreiben", in der Öffentlichkeit "rumzuhängen" mit dem Ziel, irgendjemanden anzumachen, nicht unbedingt einen älteren Mann, der bereit ist, für die Gesellschaft zu bezahlen, sondern um eben einfach dort einen männlichen Partner zu treffen, in einem Kontext, der auch die Möglichkeit einer sexuellen Begegnung beinhaltet.<sup>40</sup>

Diese Entwicklung ruft verschiedene Erinnerungen an das anfangs vorgestellte Interview wach. Erstens war es auch dort die Motivation "rumzuhängen", die Rikako als einen der zentralen Gründe für die Besuche im Date-Club angab. In Japan gibt es jedoch relativ wenige öffentliche Räume, an denen Jugendliche diesem Bedürfnis nachkommen können.<sup>41</sup> Solche Trends sind zwar zu verzeichnen, z.B. bei den sogenannten "*teams*", die sich vor einigen Jahren nachts auf den Straßen Shibuyas versammelten. Dieses Phänomen wurde jedoch auch mit viel Medienöffentlichkeit bedacht, also als außergewöhnlich erlebt, und außerdem handelte es sich bei den Mitgliedern der "*teams*" überwiegend um Jungen. Ein weiterer Aspekt ist die Frage der Akzeptanz bei den Mädchen und bei ihrer Umgebung. Es entsteht ein Eindruck, daß ein Großteil der Jugendlichen selbst sich zwar an das Phänomen gewöhnt hat, daß sie sich gleichzeitig jedoch vor der Beurteilung durch die Umgebung fürchten. Für Rikako waren die Besuche im Date-Club nicht nur eine "*ienai baito*" – eine Arbeit, über die man nicht sprechen kann –, sondern sie war sich auch durchaus möglicher Sanktionen bewußt. Sie gab zum Ausdruck, daß sie riskiere, von der Schule verwiesen zu werden, falls Informationen über ihre Besuche im Date-Club dort bekannt werden. Das heißt, sie setzt ihre Schulkarriere, die

auf den Zugang zu einer Universität abgestimmt ist, aufs Spiel und hat insofern auch ein Gefühl, ihre Eltern zu hintergehen, die diese bildungsorientierten Werte verkörpern und entsprechende Erwartung an die Tochter formulieren. Rikako steht somit in einem deutlichen Widerspruch zwischen den durch (eine Teilgruppe der) Jugendkultur und den durch Schule und Elternhaus repräsentierten Werten.

Internationale Vergleiche machen deutlich, daß sich bei japanischen Jugendlichen bedeutend länger als bei deutschen eine Wertstruktur in Bezug auf Sexualität aufrechterhalten hat, die – insbesondere unter dem Einfluß der Kontrolle der Bildungsinstitutionen – die Aufnahme sexueller Kontakte verzögert hat. 1993 gaben 32,3 Prozent der Oberschülerinnen bzw. 28,3 Prozent der Oberschüler (15 bis 18 Jahre) und 63,1 Prozent der Studentinnen bzw. 68,4 Prozent der Studenten (18 bis ca. 22 Jahre) an, schon einmal geküßt zu haben. Erfahrungen mit Geschlechtsverkehr haben laut dieser Studie 15,7 Prozent der Oberschülerinnen bzw. 14,4 Prozent der Oberschüler und 43,4 Prozent der Studentinnen bzw. 57,3 Prozent der Studenten.<sup>42</sup> Mit 15 Prozent der 15- bis 18jährigen Jugendlichen liegen diese Werte jedoch vergleichsweise niedrig. Untersuchungen in Deutschland belegen bereits für 1970, daß etwa die Hälfte der 17- bis 18jährigen Jugendlichen Erfahrungen mit Geschlechtsverkehr hatten. Dieser Anteil war seit 1966 enorm gestiegen, denn damals lagen die Werte bei 11 Prozent für 18jährige Frauen und 20 Prozent für 18jährige Männer.<sup>43</sup>

In diesen Jahren, die häufig als "sexuelle Revolution" charakterisiert werden, zeigten sich in Deutschland in Bezug auf die Sexualmoral und das Sexualverhalten krasse Wandlungstendenzen.<sup>44</sup> 1966 wurden zwar voreheliche sexuelle Beziehungen auch weitgehend akzeptiert, erst in den folgenden Jahren aber glich sich auch das tatsächliche Verhalten an die liberalen Einstellungen an. Auch für die 14- bis 17jährigen Jugendlichen wurde für den Verlauf der 70er Jahre belegt, daß beide Geschlechter sich zunehmend früher und häufiger auf verschiedene Sexualpartner einlassen. Während 1966 Männer durchschnittlich ein Jahr früher als Frauen sexuelle Erfahrungen sammelten, berichteten 1981 60 Prozent der 18jährigen Studentinnen im Vergleich zu 44 Prozent ihrer männlichen Altersgenossen von Erfahrungen mit Geschlechtsverkehr.<sup>45</sup> Das heißt, die Wandlungstendenzen, die in Deutschland während der Zeit der sogenannten "sexuellen Revolution" zu ver-



zeichnen waren, wurden insbesondere durch den Wandel des Sexualverhaltens der jungen Frauen getragen.

Welche Besonderheiten können wir beobachten, wenn wir den Wandel des Sexualverhaltens, der sich bei Jugendlichen in Japan zeigt, nach Teilgruppen analysieren? Im Kontext des Themas kommerzialisierter Sexualität muß erwähnt werden, daß der Einstellungswandel eben nicht nur bei den Mädchen zu beobachten ist, die aktiv auch Erfahrungen mit *enjo kôsai* sammeln, sondern bei der gesamten Altersgruppe. Die Zeitreihenuntersuchung der Japanischen Gesellschaft für Sexualerziehung, die 1974 das erste und 1993 das vierte Mal durchgeführt wurde, belegt für die letzten zwanzig Jahre einen deutlichen Anstieg sexueller Erfahrungen von Jugendlichen. Bei den Studenten verlief diese Entwicklung ganz linear mit einer etwa zehnpromzentigen Zunahme der Gruppe, die aussagt, Erfahrungen mit Geschlechtsverkehr zu haben, in jeder Phase von sechs Jahren. Bei den Studentinnen zeigte sich bis 1987 ein weniger krasser Wandel; bis 1993 haben sich die Angaben in Hinblick auf Geschlechtsverkehr allerdings von 26,1 Prozent Zustimmung auf die oben erwähnten 43,4 Prozent erhöht. Bei den Oberschülerinnen verlief dieser Prozess insofern noch krasser, als sich die Werte in der entsprechenden Zeitspanne von 8,7 Prozent auf 15,7 Prozent fast verdoppelt haben und damit den Anteil bei den Jungen sogar überschreiten.<sup>46</sup> Während bei den Oberschülern zwar auch ein Anstieg zu verzeichnen ist, verläuft dieser weniger steil, dafür aber regelmäßig über die Jahre verteilt. Bei den Mädchen zeigt sich dieser Wandel zu Beginn der 90er Jahre zum ersten Mal! Dieser sprunghafte Anstieg erschütterte die Vorstellung "weiblicher Keuschheit" ganz radikal und erinnert insofern an die Wandlungstendenzen bei deutschen Jugendlichen zu Zeiten der sogenannten "sexuellen Revolution" am Ende der 60er Jahre.

Eine Betrachtung der Formen kommerzialisierter Sexualität gewinnt auf dem Hintergrund der Charakterisierung des Wandels vom Sexualverhalten Jugendlicher eine neue Dimension: Junge Frauen fordern die bestehende Sexualmoral zum ersten Mal seit mindestens zwanzig Jahren – für die Zeit davor stehen keine adäquaten Vergleichsdaten zur Verfügung – heraus. Dabei verlagert sich der Wandel zunehmend auf jüngere Populationen. Während schon die Nachrichten über zunehmende sexuelle Erfahrungswerte von Studentinnen eine gewisse Beunruhigung hervorgerufen haben, ist

nun die Aufregung in Bezug auf die Schülerinnen noch viel größer. Denn das Studentenleben war schon in anderen Bereichen für seinen leichtlebigen Charakter bekannt, während die Oberschulzeit als die zentrale Phase im Leben eines Jugendlichen galt, in der er oder sie sich auf den Zugang zu den Institutionen der höheren Bildung vorbereiten mußte. Bei Analysen der Daten zum Sexualverhalten von 1987 war mir noch zu Beginn der 90er Jahre aufgefallen, daß – während in den 80er Jahren bei den Studenten ein Anstieg der Sexualefahrung beobachtet werden konnte – diese Entwicklung an den Schülerinnen und Schülern bisher quasi vorbeigegangen war. Dies veranlaßte mich damals zu der Interpretation, daß die Einbindung in die Institution Schule und der hohe Wettbewerbsdruck für die Generation des sogenannten Zweiten Babybooms zu einer Begrenzung sexueller Erfahrungen bei Teenagern geführt hat.<sup>47</sup>

Der Anstieg zu Beginn der 90er Jahre erscheint auf dem Hintergrund der langjährigen Konstanz bzw. des Rückgangs der Erfahrungswerte in den 80er Jahren besonders extrem. Um diesen Trend in der öffentlichen Diskussion zu verdeutlichen, waren Formen kommerzialisierter Jugendsexualität das perfekte Mittel. Andererseits zeigt der rapide Anstieg jedoch auch, daß die Institution Schule inzwischen deutlich an Kontrollfunktionen eingebüßt hat. Dementsprechend handelt es sich bei der Aufregung um kommerzialisierte Formen von Mädchensexualität um eine Kombination von insbesondere zwei Faktoren. Erstens zeigt sich ein Trend einer zunehmenden (oder auch nachholenden?) Sexualisierung, der in den Medien aufgegriffen wird und sich auch ausgesprochen gut für eine ausgedehnte Darstellung eignet, die Katja Cassing-Nakamura kürzlich als "Skandalisierung eines Phänomens" bezeichnete.<sup>48</sup> Zweitens trifft der Wandel bei Schülerinnen einen besonders wunden Punkt der japanischen Gesellschaft, denn die Meritokratie und das sich Bemühen um Bildungserfolg konnte lange Zeit als einer der zentralen Werte der Gesellschaft gelten. Die neue Orientierung der Jugendlichen fordert nicht zuletzt die Erziehungswissenschaften heraus, ihre Grundwerte zu überdenken und zu reformieren.

Im Vergleich zur Situation in Deutschland bleibt anzumerken, daß die absoluten Werte auch zu Beginn der 90er Jahre noch immer niedrig sind. Dennoch deuten doch zwei Tendenzen auf weitere langfristige Wandlungstrends hin, und zwar der plötzliche "schockierende" Anstieg und das Gleichziehen von Mädchen und Jungen in Bezug auf se-

xuelle Erfahrungswerte. Diese Wandlungstrends, die in Deutschland für die Zeit zu verzeichnen waren, die als "sexuelle Revolution" bezeichnet wurde, haben auf lange Frist zu einer Perspektive geführt, die Sexualität von Jugendlichen – und zwar sowohl von weiblichen als auch von männlichen – als einen Bereich von jugendlichen Entwicklungsaufgaben versteht, der aus dem jugendlichen Alltag kaum wegzudenken ist. Die Diskussion um sexuelle Selbstbestimmung<sup>49</sup> läßt vermuten, daß es auch in Japan zu einer gewissen Akzeptanz des Anstiegs sexueller Erfahrungswerte kommen wird und daß im Zuge dieser Entwicklung kommerzialisierte Formen von Jugendsexualität zumindest in der Medienöffentlichkeit an Stellenwert verlieren.

<sup>1</sup> Angela Köhler: "Wer schlank und reich ist, sollte mich anrufen! – Mit Schrecken sehen die Japaner, daß sich viele Schulmädchen ihre Wünsche mit Geld aus Prostitution erfüllen", in: *Berliner Zeitung*, 27.12.96

<sup>2</sup> Uwe Schmitt: "Wir sind Markenartikel mit begrenzter Haltbarkeit. Wie sich in Japan Mädchen von Männern ihr Taschengeld aufbessern lassen", in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 13. 2. 96.

<sup>3</sup> Janet Ashby: "Girls just wanna have fun – and money", in: *The Japan Times*, 7.2.1997.

<sup>4</sup> Vgl. Tōkyō-to Seikatsu Bunkakyoku Josei Seishōnenbu Seishōnenka: *Heisei 8-nen Tōkyō-to seishōnen kenzen ikusei kihon chōsa: Seishōnen no seikatsu to ishiki oyobi seishōnen no sei ni kansuru hōsei ni tsuite no chōsa hōkokusho*. Tōkyō: Wakō Insatsu 1997. Die Übersetzung "bezahltes Dating" stammt von Katja Cassing-Nakamura: "Bezahltes Dating" (*enjo kōsai*). Ein gesellschaftliches Phänomen im Spiegel von Literatur und Printmedien der 90er Jahre" (Arbeitstitel, Antrag auf Gewährung eines Stipendiums am DIJ, 1998a).

<sup>5</sup> Dies muß insofern eingeschränkt werden, als den Männern in den neuen Verordnungen der Stadt Tōkyō eine "Täter-Rolle" zugeschrieben wird, die dann auch strafbar ist; vgl. Teil 3 dieses Beitrags. Auch ich beschränke mich – nicht zuletzt aufgrund mangelnder Materialien – auf die Bedeutung von Formen kommerzialisierte Sexualität für die jungen Frauen.

<sup>6</sup> Vgl. Fujii Yoshiki: "Burusera". In: Sei no kenri fōramu (Hg.): *Inkō jōrei no gimon. Shōjo baishun wa nakuserunoka!?* Tōkyō: Gendaijinbunsha 1996, S. 38–39.

<sup>7</sup> Vgl. *Gendai yōgo no kiso chishiki* 1995, S. 1101; auch der Begriff *enjo kōsai* wird in diesem Jahr zum ersten mal in diesem Nachschlagewerk aufgeführt.

<sup>8</sup> Information aus dem Internet. Gefunden am 13.02.98: <http://www.threewebnet.or.jp/~jinbo/moon/enjo.html>.

<sup>9</sup> Die Polizeistatistik für 1996 listet 229 *tsūshotto*, 189 *kojitsukei terehonkurabu* und 19 Date-Clubs für Tōkyō auf; vgl. Keishichō shiryō, nach Tōkyō-to Seikatsu Bunkakyoku (Hg.): *Sei no shōhinka ga susumu naka de no seishōnen kenzen ikusei. Tōkyō-to seishōnen no kenzen ikusei ni kansuru jōrei ni kanshite. Dai 22 ki Tōkyō-to seishōnen mondai kyōgikai chūkan tōshin*, vom 3.4.1997. Angaben im Internet hingegen vermerken schon für 1994 einen Höhepunkt mit landesweit 1500 Telefonklubs (Information aus dem Internet, a.a.O.).

<sup>10</sup> Vgl. Katja Cassing-Nakamura: "Bezahltes Dating": Die Darstellung von *enjo kōsai* in Zeitschriften oder Die Skandalisierung eines Phänomens. Unveröffentlichtes Manuskript für einen Vortrag beim Workshop "Geschlechterforschung zu Japan" im Japanisch-Deutschen Zentrum Berlin, 26.–27. November 1998b.

<sup>11</sup> Name von der Autorin geändert.

<sup>12</sup> Vgl. Susanne Kreitz-Sandberg: *Jugendforschung in Japan. Die Bedeutung der Familie für die Entwicklung von Lebensentwürfen Jugendlicher*. Tōkyō: Deutsches Institut für Japanstudien (=Arbeitspapier 1996/1). Dies.: "Geschlechtsrollen, Netzwerke und Lebensentwürfe: Möglichkeiten qualitativer Methoden in der Japanforschung". In: Mae, Michiko und Ilse Lenz: *Bilder, Wirklichkeit, Zukunftsentwürfe. Geschlechterverhältnisse in Japan*. Düsseldorf: Heinrich-Heine-Universität 1996, S. 165–191.

<sup>13</sup> In der Regel benutzte sowohl die Interviewerin als auch die Interviewte höfliche Sprache (*teineigo*). Allerdings verfiel auch Rikako im Zwiegespräch häufig in den entspannteren einfachen Sprachstil. Insgesamt erscheint es mir natürlicher, das Gespräch in der Du-Form wiederzugeben.

<sup>14</sup> Angaben in eckigen Klammern geben Zwischenkommentare der Interviewerin wieder, die – wie im japanischen Sprachverlauf üblich – aktives Zuhören kommentieren.

<sup>15</sup> Rikako hatte in ihrer Skizze Männer durch Vierecke und Frauen durch Dreiecke dargestellt. Deshalb war aus der Darstellung der Person als Viereck klar, daß es sich um einen Mann handelt.

<sup>16</sup> Diese Date-Clubs verlangen von den Kunden eine erste Mitgliedsgebühr von 5.000 Yen und weitere 5.000 Yen "Eintritt" in den in der Regel aus einem Zimmer bestehenden Club. Nachdem sich die Männer ein Mädchen ausgesucht haben, geben sie ihr persönlich weitere 5.000 Yen für die folgende Verabredung. Was dann miteinander abgemacht wird, ist vollkommen unabhängig vom Management durch den Club; vgl. Fujii Yoshiki: "Joshi kōsei dētōkurabu", in: Sei no kenri fōramu 1996, a.a.O., S. 44–47. Sexuelle Begegnungen im Hotel werden angeblich mit 30.000 bis 50.000 Yen entlohnt.

<sup>17</sup> Vgl. Kuronuma Katsushi: *Enjo kōsai. Joshi chūkōsei no kikenna hōkago*. Tōkyō 1996: Bungei Shunjū. Takabe Tsutomu: *Watashitachi o motto shitte hoshii no: sērāfuku - uchigawa kara no kokuhatsu*. Tōkyō und Nishinomiya: Rokusaisha 1996.

<sup>18</sup> Tōkyō-to terehonkurabu nado eigyō oyobi dētōkurabu eigyō no kisei ni kansuru jōrei. Vgl. Informationsunterlagen von Tōkyō-to Seikatsu Bunkakyoku Josei Seishōnenbu Seishōnenka.

<sup>19</sup> Die Strafen liegen bei bis zu einem Jahr Freiheitsentzug/Zuchthaus (*chōeki*) bzw. 500.000 Yen. Vgl. Informationsunterlagen von Tōkyō-to Seikatsu Bunkakyoku Josei Seishōnenbu Seishōnenka. Unter vergleichender Perspektive ist anzumerken, daß es in Japan im Rahmen des Jugendschutzgesetzes keine Regelungen gibt, die sexuelle Beziehungen von Minderjährigen und Erwachsenen generell verbieten, wie dies z.B. im deutschen Jugendschutzgesetz der Fall ist.

<sup>20</sup> Telefonische Auskunft von Herrn Tamaoki vom Tōkyō-to Seikatsu Bunkakyoku Josei Seishōnenbu Seishōnenka am 26.11.1998.

<sup>21</sup> Vgl. Tōkyō-to Seikatsu Bunkakyoku 1997, a.a.O.; vgl. auch meine Vorstellung der entsprechenden Studie im DIJ-Newsletter 3, Februar 1998, S. 6–7. Diese Untersuchung war die erste quantitative Befragung zum Thema. Sie stellt die Grundlage für die Einführung der oben dargestellten gesetzlichen Maßnahmen gegen kommerzielle Vermittlungsdienste von Schülerinnen und Männern dar (vgl. Teil 3). Dementsprechend war es ein Anliegen dieser Studie, sowohl die rechtliche Situation in verschiedenen Präfekturen Japans als auch in anderen Ländern zu untersuchen und insbesondere

- Daten zum aktuellen Verhalten von Schülerinnen und Schülern in Hinblick auf Telefon-Clubs und *enjo kôsai* zu erheben. Einerseits – so könnte man den Bericht auch lesen – sollten die in der Öffentlichkeit als alarmierend dargestellten Zustände belegt werden, um die Gesetzesänderungen zu rechtfertigen, andererseits lag der durchführenden Kommission auch daran, die Zustände nicht zu dramatisieren, was sich z.B. daran zeigt, daß Schulen mit extrem hohen Quoten nicht in die Untersuchung einbezogen wurden bzw. selbst die Zusammenarbeit verweigerten (persönliche Kommunikation mit Okamoto Kôichi von der Tōyōeiwa Jogakuin Universität am 16. September 1998).
- <sup>22</sup> Vgl. Fukaya Kazuko, Saegusa Keiko und Ohara Takahisa: "Enjo kôsai", in: *Monogurafu Kôkôsei '98*, Vol. 52, 1998. Die Autorinnen hatten bereits 1980 und 1995 in der gleichen Publikationsreihe Untersuchungen zu Fragen von Schülersexualität veröffentlicht, hatten somit nicht erst im Zuge der Skandalisierung des Themas Interesse an diesem Bereich gewonnen. Durch die Einbeziehung von Schulen verschiedener Leistungsniveaus floß eine zusätzliche Vergleichsdimension in die Untersuchung ein, die aufschlußreich für die Überprüfung sozialer Dimensionen des Problems ist.
- <sup>23</sup> Vgl. Ui Miyoko und Fukutomi Mamoru: "Enjo kôsai" ni taisuru joshi kôkôsei no ishiki", in: *Tôkyô Gakugei Daigaku Kiyô* Sect. 1, Vol. 49, 1998.
- <sup>24</sup> "Kinpin o baikai toshite, danseï to nanika o suru koto." Vgl. Ui und Fukutomi 1998, a.a.O., S. 95.
- <sup>25</sup> Vgl. Fukaya u.a. 1998, a.a.O., S. 19.
- <sup>26</sup> Vgl. Tôkyô-to Seikatsu Bunkakyoku 1997, a.a.O., S. 20. Dies ist vermutlich das am häufigsten in Medien und Berichten aufgegriffene Ergebnis der ersten ausführlichen Studie zum Problem kommerzialisierter Jugendsexualität. Offen bleibt in der Befragung – wie so häufig in Auseinandersetzungen mit dem Thema –, was denn eigentlich unter *enjo kôsai* zu verstehen ist, bzw. wie die befragten Schülerinnen selbst den Begriff auslegen.
- <sup>27</sup> Vgl. Tôkyô-to Seikatsu Bunkakyoku 1997, a.a.O., S. 50–53.
- <sup>28</sup> Sei no kenri fôramu 1996, a.a.O.
- <sup>29</sup> Vgl. Miyadai Shinji u. a.: „*Sei no jiko kettei*“ genron. *Enjo kôsai, baikashun, kodomo no sei*. Tôkyô: Kinokuniya 1998.
- <sup>30</sup> Vgl. Tôkyô-to Seikatsu Bunkakyoku 1997, a.a.O., S. 150.
- <sup>31</sup> Vgl. Kreitz-Sandberg, Susanne: *Jugend in Japan. Eine empirische Untersuchung zur Adoleszenz in einer anderen Moderne*. Rheinfelden, Berlin: Schäuble 1994, S. 242–248.
- <sup>32</sup> Vgl. Fukaya u.a. 1998, a.a.O., S. 22.
- <sup>33</sup> Dennoch weisen sie auch darauf hin, daß es sich um eine Verkürzung handle, wenn man als Gründe für *enjo kôsai* nur auf Konsumbedürfnisse hinweise. Verschiedene Mechanismen kommen zum Tragen, die durch die Ablösung von der Schule und das Bedürfnis sich des eigenen Wertes als Frau in der Gesellschaft zu vergewissern, getragen werden, vgl. a.a.O., S. 83–84.
- <sup>34</sup> Sicherlich ist in diesem Zusammenhang auch die Ablösung vom Elternhaus zu thematisieren. Dies ist ein Thema, das in der japanischen Jugendforschung vergleichsweise wenig Raum einnimmt. Die Familienstruktur der Mädchen mit *enjo kôsai*-Erfahrungen ist häufig durch ein gespanntes familiäres Klima, einen lockeren Umgang mit Geld, geringe Fürsorge und familiäre Unsicherheiten gekennzeichnet. Insgesamt ist jedoch bei allen Schülerinnen ein Wandel der Normen in Bezug auf Sexualverhalten zu verzeichnen. Der Wandel im Bereich der Sexualnormen zeigt sich dabei nicht nur für die Mädchen, die Erfahrungen mit kommerzialisierter Jugendsexualität wie *enjo kôsai* gesammelt haben, sondern für die Gesamtpopulation.
- <sup>35</sup> Miyadai Shinji u.a. 1998, a.a.O.
- <sup>36</sup> Miyadai Shinji: "Dankai-oya no gensô-sei no imi surumono. Burusera joshi kôsei no haigo ni sukeru oyako kankei", in: Kadowaki Atsushi und Miyadai Shinji (Hg.): "Ikai" o ikiru shônenshōjo. Tôkyô: Tōyōkan Shuppansha 1995, S. 121–138.
- <sup>37</sup> Er spricht von *baishun oyobi sorera ni rui suru kôï*; Fujii 1996, a.a.O., S. 46.
- <sup>38</sup> Vgl. Fukaya u.a. 1998, a.a.O., S. 68.
- <sup>39</sup> Miyadai Shinji: *Seifuku shōjo-tachi no sentaku*. Tôkyô: Kōdansha 1994, S. 29.
- <sup>40</sup> Ohne Autor: "Joshi chūkôsei no Shinjuku no nagai yoru. Posto enjo kôsai no sedai no seitai", in: *AERA* (Asahi Shinbun Weekly) 4.–11.5.1998, S. 36–38.
- <sup>41</sup> In Deutschland ist solch ein Treffen von Jugendlichen an öffentlichen Orten nicht ungewöhnlich und spätestens seit Beginn der 80er Jahre ist eine lockere Cliquenbildung ein selbstverständliches Phänomen in der Jugendkultur (vgl. Klaus Allerbeck und Wendy Hoag: *Jugend ohne Zukunft? Einstellungen, Umwelt, Lebensperspektiven*. München, Zürich: Piper 1985, S. 38–40). In Japan hingegen ist das Konzept von Cliquen sprich Freundschaftsgruppen, die sich nicht nur aus Angehörigen der gleichen Schule oder des selben Clubs zusammensetzen, ein Phänomen, das noch zu Beginn der 90er Jahre kaum zu vermitteln war. Bei Versuchen, diesbezügliche Fragen 1991 in meine Oberschüleruntersuchung aufzunehmen, stieß ich auf ein starkes Unverständnis bei der japanischen kooperierenden Seite.
- <sup>42</sup> Hara Junsuke: "Nihon no wakamono no purofiru", in: Nihon Seikyōkai Kyōkai (Hg.): *Wakamono no sei wa ima... Seishōnen no seikōdo, dai 4 kai chôsa*. Tôkyô: JASE 1997, S. 18. Ein Merkmal dieser Untersuchungen der Japanischen Gesellschaft für Sexualerziehung ist, daß sie auch ein etwas weniger tabuisierendes Bild von Sexualität im Jugendalter verbreitete, als dies beispielsweise bei Umfragen der Rundfunkanstalt NHK der Fall ist; vgl. NHK Seron Chōsabu: *Gendai chūgakusei, kôkôsei no seikatsu to ishiki*. Tôkyô: Meiji Toshō 1991. Gleichzeitig sind die Daten auch nicht so hoch, wie z.B. in Untersuchungen von Jugendzeitschriften, die meist wenig Aufschluß über die Erhebungsform ihrer Daten und das Sample geben, deren Angaben jedoch gerne zitiert werden.
- <sup>43</sup> Vgl. Karin-Susanne Eichentopf: Geschlechtsrollen: Übernahme und Ausbildung bei Jugendlichen. In: Manfred Markefka und Rosemarie Nave-Herz (Hg.): *Handbuch der Familien- und Jugendforschung*, Bd. 2, 1989, S. 535–551, insbesondere S. 542–543.
- <sup>44</sup> Der Begriff einer "sexuellen Revolution" umfaßte dabei selbstverständlich nicht nur den Wandel der Sexualmoral sondern bezog auch Dimensionen ein, wie z.B. eine grundlegende Kritik an als "bürgerlich" bezeichnete Institutionen wie Ehe und Kleinfamilie.
- <sup>45</sup> Vgl. Lising Pagenstecher: *Jugend und Sexualität*. In: Heinz-Hermann Krüger (Hg.): *Handbuch der Jugendforschung*. Opladen: Leske und Budrich 1998, S. 327–342, hier S. 330–335.
- <sup>46</sup> Dies kann zwar einfach mit einem entwicklungspsychologischen Vorsprung der Mädchen erklärt werden und damit, daß die jungen Frauen auch meist ältere Freunde haben, war jedoch bisher dennoch nicht die Regel. Der Einfluß eines geschlechtsspezifischen Antwortverhaltens kann selbstverständlich nicht ausgeschlossen werden, insofern als junge Frauen, wenn ihr Verhalten gegen die bestehenden Sexualnormen verstößt, Erfahrungen ggf. verschweigen. Die verzeichneten Wandlungstendenzen im Antwortverhalten deuten jedoch nichtsdestotrotz auf eine gewandelte Sexualmoral hin.
- <sup>47</sup> Vgl. Kreitz-Sandberg 1994, a.a.O., 205–211.
- <sup>48</sup> Vgl. Katja Cassing-Nakamura 1998b, a.a.O.
- <sup>49</sup> Vgl. Miyadai Shinji u.a. 1998, a.a.O.