



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Otoko wa ōkami de aru? – Der Diskurs um die
Maskulinität der ‚grasfressenden Männer‘ in japanischen
Beziehungsratgebern“

verfasst von / submitted by

Michaela Luschmann BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2018 / Vienna, 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 843

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Japanologie UG2002

Betreut von / Supervisor

Univ.-Prof. Dr. Ina Hein, M.A.

Danksagung

Zuerst möchte ich mich herzlich bei meiner Betreuerin Univ.-Prof. Dr. Ina Hein, M.A. bedanken, die mir mit ihrer fachlichen Kompetenz, ihren hilfreichen Anregungen und ihrem ausführlichen Feedback bei der Umsetzung dieser Arbeit zur Seite stand. Während meines gesamten Masterstudiums war sie mir ein akademisches Vorbild und eine geduldige Mentorin, die mich stets motivierte Neues dazu zu lernen. Als ihre Studienassistentin konnte ich wertvolle Einblicke in den akademischen Betrieb erlangen und mich an interessanten Projekten beteiligen. Zudem konnte ich dank ihrer Empfehlung ein Stipendium für einen einmonatigen Forschungsaufenthalt in Tōkyō ergattern, der für die Verwirklichung dieser Arbeit nötig war.

Weiters gebührt mein Dank auch ao.Univ.-Prof. Dr. Ingrid Getreuer-Kargl und Univ.-Prof. Mag. Dr. Wolfram Manzenreiter, die mir im Rahmen des Masterkolloquiums neue Blickwinkel auf meine Forschungsfrage eröffneten.

Besonders meinen Kolleg*innen Martin Serloth und Signy Spletzer möchte ich für die interessanten Diskussionen, die konstruktive Kritik und nicht zuletzt den emotionalen Rückhalt danken, der es mir ermöglichte meine Arbeit abzuschließen. Auch Tamara Kameroner, die mir durch exzellentes Lektorat behilflich war, möchte ich an dieser Stelle Dank aussprechen. Für die seelische Unterstützung und die inspirierenden Gespräche danke ich auch Sara Müllner, die mir dabei half stets das Ziel im Auge zu behalten.

Schließlich möchte ich mich von Herzen bei meinen Eltern Jutta und Günter Luschmann bedanken, die mir den Wert von höherer Bildung von Kindesbeinen an mitgegeben haben. Nur durch ihre Unterstützung war es mir möglich meinen Lebensentwurf nach meinen Vorstellungen zu gestalten und der Forschung nachzugehen.

Michaela Luschmann

Wien, Mai 2018

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Forschungsstand	8
3. Theoretischer Hintergrund: Diskurs, Macht und Männlichkeit in Japan	17
3.1. Diskurs und Macht	17
3.2. Männlichkeit im Diskurs	18
3.3. Hegemoniale Maskulinität in Japan	21
4. Methodik	25
4.1. Die Kritische Diskursanalyse	25
4.2. Vorgehensweise	27
5. Strukturanalyse	29
5.1. Zu den Ursprüngen des Diskurses um die ‚grasfressenden Männer‘	29
5.2. Zur Eingrenzung des untersuchten Diskursstranges	32
5.3. Struktur des Diskursstranges um zwischenmenschliche Beziehungen	36
6. Diskursfragment 1: Morioka Masahiros <i>Herbivore men will bring your last love</i>	40
6.1. Institutioneller Kontext	41
6.2. Textoberfläche	43
6.3. Sprachlich-rhetorische Mittel	57
6.4. Inhaltlich-ideologische Aussagen	61
6.5. Fazit aus der Analyse	63
7. Diskursfragment 2: Ushikubo Megumis <i>Bedienungshandbuch für Männer des Grasfresser-Typs</i>	65
7.1. Institutioneller Kontext	65
7.2. Textoberfläche	67
7.3. Sprachlich-rhetorische Mittel	79
7.4. Inhaltlich-ideologische Aussagen	85
7.5. Fazit aus der Analyse	86

8. Diskursfragment 3: Sakuragi Pirokos <i>Lektionen in der Liebe für fleischfressende Frauen: Wie verschlingen sie wohl die grasfressenden Männer?</i>	88
8.1. Institutioneller Kontext	88
8.2. Textoberfläche.....	89
8.3. Sprachlich-rhetorische Mittel.....	105
8.4. Inhaltlich-ideologische Aussagen	109
8.5. Fazit aus der Analyse	111
9. Ergebnisse	112
Quellenverzeichnis	117
Abstract	126

Abbildungen

Abbildung 1: „Ich Glückliche habe einen grasfressenden Mann geheiratet“ – Ausschnitt aus einem Manga aus <i>Uwasa no sōshokukei danshi</i> (Die berüchtigten Männer des Grasfresser-Typs) von Sōshokukei danshi kenkyūkai (2009:109).....	38
Abbildung 3: Illustrationen ‚grasfressender Männer‘: „Introspektion“ (links, Morioka 2009:11) und „In Ruhe das selbst zubereitete Mittagessen genießen“ (rechts, Morioka 2009:61)	44
Abbildung 4: „Sohn in einer Schachtel“ – Illustration aus Ushikubo (2009:82)	82
Abbildung 5: „Fleischfressende Frau“ – Illustration des Buchcovers von Sakuragi (2009)	90

1. Einleitung

Die erste „verlorenen Dekade“ (*ushinawareta jūnen*) nach dem Platzen der japanischen Wirtschaftsblase in den 1990er Jahren war eine Zeit der wirtschaftlichen Rezession und des sozialen Umbruchs in Japan. Sie setzte durch die Veränderung der Lebensumstände der Bevölkerung auch einen Prozess des Wandels von Genderidentitäten in Gang, der bis heute andauert (Dasgupta 2009:79). Nach der Phase des hohen Wirtschaftswachstums zwischen den 1950er und 1980er Jahren konnte nun der Lifestyle des *sararīman*, eines Firmenangestellten des Privatsektors, der sich durch stabile Anstellungsverhältnisse, finanziellen Wohlstand und dem damit verbundenen sozialen und beruflichen Status definierte, nicht mehr in dieser Form gelebt werden (Charlesbois 2017:167). Infolgedessen tauchten Diskurse alternativer Männlichkeiten auf, welche bis zu einem gewissen Grad, neben der hegemonialen Männlichkeit des *sararīman*, die in veränderter Form noch heute das männliche Ideal darstellt, legitimiert wurden (Charlesbois 2017:167). Insbesondere im letzten Jahrzehnt ist eine Pluralisierung der japanischen Männlichkeiten erkennbar. Diese werden anhand von einprägsamen Labels, in den japanischen Medien diskutiert (Noack 2015:205). Ein Beispiel dafür sind die *bentō-danshi*, oder Lunchbox-Männer, die aufgrund der Tatsache, dass sie ihr selbst zubereitetes Essen mit zur Arbeit bringen, zum Gesprächsthema in den japanischen Massenmedien wurden (Shu Min 2014:220). Auch Männer, die Süßigkeiten gegenüber herzhaften Speisen bevorzugen, *suitsu danshi* („Süßigkeiten-Männer“) genannt, werden aufgrund der Assoziation der Vorliebe für Süßspeisen mit Weiblichkeit als eine neue Form von Männlichkeit wahrgenommen (Holtzman 2018:1). Als ein weiteres Beispiel für diese Entwicklung können die *ikumen* (wörtl.: „Erziehungs-Männer“), Männer die sich in der Kindererziehung engagieren, genannt werden (vgl. Mizukoshi et al. 2015). Ihre Abweichung vom Bild des berufstätigen und daher abwesenden Vaters bzw. ihre Teilhabe an den Erziehungspflichten wurde um das Jahr 2010 in den japanischen Massenmedien als eine neue ‚coole‘ Form der väterlichen Rolle präsentiert (Mizukoshi et al. 2015:2).

Die ‚grasfressenden Männer‘ (*sōshokukei danshi* oder *sōshoku danshi*), die in der zweiten Hälfte der ersten Dekade des 21. Jahrhunderts im japanischen Diskurs auftauchten, werden als eine ganze Generation von Männern wahrgenommen, die sich von den Wertvorstellungen der Bubble-Generation abgewendet haben sollen (Saladin 2015:57). Laut Ronald Saladin bezeichnet der Terminus eine Gruppe von Männern, die im Gegensatz zu ‚Fleischfressern‘ (*nikushokukei danshi*) – Männern die Frauen hinterherjagen – eher pflanzenfressenden Tieren gleichen (Saladin 2015:57). Aufgrund der metaphorischen Gleichsetzung von Sexualität mit ‚fleischlicher Begierde‘ suggeriert der Begriff

‚Grasfresser‘ ein Desinteresse an sexueller Intimität (Charlesbois 2013:89). Der Kolumnist Fukasawa Maki wird zugestanden, den Terminus maßgeblich geprägt zu haben, als sie ihn im Jahr 2006 in einer Kolumne für die Zeitung *Nikkei Bijinesu Online* verwendete (Noack 2014:205). Fukasawa definiert die ‚grasfressenden Männer‘ vor allem anhand ihres ökonomischen Konsumverhaltens, ihres zurückhaltenden Verhaltens in Liebe und Sexualität sowie ihrer Vorstellungen von Partnerschaft, wobei sie einem gleichberechtigtem Beziehungsmodell zugeneigt seien (Fukasawa 2015:o.S.). Angesichts der Abweichung von der hegemonialen Männlichkeit, welche das Bild des Mannes als patriarchales Familienoberhaupt und Ernährer der Familie vorgibt, können die ‚grasfressenden Männer‘ als eine oppositionelle Männlichkeit bezeichnet werden (Charlesbois 2013:96).

Nachdem der Begriff ‚grasfressender Mann‘ 2009 zu einem der zehn wichtigsten Modewörter beim Word-Vogue-Award, einem Preis für das Trendwort des Jahres in Japan, gewählt wurde, verbreitete er sich rasant in den Massenmedien (Noack 2014:205; Schad-Seifert 2016:267). Aber auch dass Sachbuch-Autor*innen den Begriff aufgriffen trug wesentlich zu seiner Verbreitung bei; in weiterer Folge wurde er auch von ausländischen Medien aufgegriffen (Noack 2014:205).

Infolge der verstärkten Aufmerksamkeit, die den ‚grasfressenden Männern‘ in der Öffentlichkeit gewidmet wurde, reagierten die konservativen japanischen Massenmedien mit einem *backlash*, einem Gegenschlag gegen diese alternative Männlichkeit. In der Berichterstattung japanischer Tageszeitungen wurden ‚grasfressende Männer‘ für die sinkende Geburtenrate und die prekäre Situation der japanischen Wirtschaft nach dem Platzen der Wirtschaftsblase verantwortlich gemacht (Schad-Seifert 2016:51). Aufgrund der ihnen zugeschriebenen sexuellen Passivität, beruflichen Ambitionslosigkeit und ihres zurückhaltenden Konsumverhaltens wurden sie als ‚Verlierer‘ dargestellt, die es nicht zustande brächten einen ‚normalen‘ männlichen Lebensstil zu führen, wodurch Japan dem sozialen und wirtschaftlichen Verfall ausgeliefert sei (Schad-Seifert 2016:275).

Im Zuge der enormen Medienpräsenz der ‚grasfressenden Männer‘ wurden in Japan auch einige Beziehungsratgeber publiziert, die sich mit dieser neuen Form von Männlichkeit auseinandersetzten. Im Gegensatz zum *backlash* der Massenmedien werden die ‚grasfressenden Männer‘ darin aus einem anderen Blickwinkel betrachtet – sie gelten als begehrten Partner für eine langfristige, stabile Beziehung. Der Diskurs um die ‚grasfressenden Männer‘ in Beziehungsratgebern stellt damit einen klaren Gegendiskurs zum patriarchalen Diskurs der Massenmedien dar. Hinsichtlich der großen Popularität von Selbsthilfebüchern sowie Ratgebern in Japan sollte der diskursive Effekt solcher Werke nicht unterschätzt werden.

Selbsthilferatgeber sind in Japan bereits seit den 1970er Jahren Bestandteil einer modernen Lebensführung, wie Makino Tomokazu ausführt (Makino 2012:51). Ähnlich wie im anglo-amerikanischen Kulturraum werden in Japan Handbücher oder Ratgeber zu einer großen Bandbreite von Thematiken angeboten. Von Büchern, die jungen Universitätsabsolventen dabei helfen sollen eine Anstellung zu finden (Makino 2010:150), bis zu Ratgebern, in denen sich Tipps zum Gewichtsverlust finden, wird zu jeder erdenklichen Thematik etwas publiziert. Mittlerweile erfreuen sich japanische Ratgeber sogar im Westen immer größerer Beliebtheit. So verkauften sich von Kondo Maries 2010 erschienene Werk *Jinsei ga tokimeku katazuke no mahō* (der englische Titel lautet *The life changing magic of cleaning up*) weltweit über sieben Millionen Kopien, wie die Online Zeitschrift *Publishers weekly* berichtet (vgl. Tan 2017).

Im Diskurs um die ‚grasfressenden Männer‘ in Beziehungsratgebern stehen jedoch nicht das Erlernen von praktischen Fähigkeiten oder die Selbstfindung im Vordergrund, sondern vielmehr das Verstehen einer neuen Männlichkeit zum Zwecke der Bildung einer glücklichen Beziehung mit einem solchen Mann. Studien zu Gender-Diskursen in Beziehungsratgebern aus dem angloamerikanischen Kulturraum haben bewiesen, dass solche Publikationen sowohl das Potential haben heteronormative Gendervorstellungen zu reproduzieren, als auch sie zu umzudeuten und neu zu definieren (vgl. Zimmerman 2001; Knudson 2014). Gender kann als die wichtigste Quelle der Selbstidentifikation angesehen werden; eine Verunsicherung eines Individuums bezüglich ihres Genderstatus hat also Implikationen für das komplette menschliche Dasein dieser Person (Meuser 2010:316). Zudem können Veränderungen in den Gendervorstellungen einer Gesellschaft, welche als Referenzpunkte angesehen werden können, mit denen sich die Individuen vergleichen, als Hinweise für gesellschaftlichen Wandel betrachtet werden.

In der hier vorliegenden Arbeit soll anhand eines Samples von drei ausgewählten Publikationen aus dem Jahr 2009 die Darstellung der Maskulinität der ‚grasfressenden Männer‘ in japanischen Beziehungsratgebern untersucht werden. Basierend auf der These, dass alternative männliche Lebensentwürfe im Diskurs um die zwischenmenschlichen Beziehungen der ‚grasfressenden Männer‘ in diesen Ratgebern unterstützt werden, soll eruiert werden, wie das von der hegemonialen Maskulinität abweichende Verhalten dieser Männer im Diskurs verhandelt, repräsentiert und bewertet wird. Das Konzept der hegemonialen Maskulinität nach Connell (2015) soll als theoretischer Rahmen dienen, um die im Diskurs vorgestellten Männlichkeitsbilder miteinander in Bezug zu setzen. Methodisch orientiert sich die Arbeit an der kritischen Diskursanalyse nach Siegfried Jäger, wie unter Punkt 4.näher erläutert wird. Laut Jäger ist die Untersuchung von Diskursen deshalb relevant, weil Diskurse Macht ausüben „[...]

da sie Wissen transportieren, das kollektives und individuelles Bewußtsein speist. Dieses zustandekommende Wissen ist die Grundlage für individuelles und kollektives Handeln und die Gestaltung von Wirklichkeit.“ (Jäger 2001:87).

2. Forschungsstand

In diesem Kapitel wird zunächst der Stand der Forschung zu Männlichkeiten in Japan im Allgemeinen und danach zu den ‚grasfressenden Männern‘ im Speziellen kurz umrissen. Dies dient der Verortung der vorliegenden Arbeit, sowie der Klärung der Relevanz dieses wissenschaftlichen Beitrages.

Der prominenteste Vertreter der japanischen Männlichkeitsforschung ist Itō Kimio; er beschäftigt sich insbesondere mit Konzepten von Männlichkeit in der japanischen Gesellschaft von der Nachkriegszeit bis in die Gegenwart (vgl. Itō 1993; Itō et al. 2011). Itō gilt als Begründer der akademischen Männlichkeitsforschung in Japan, welche in den 1980er Jahren aus der japanischen Frauenemanzipationsbewegung *women's lib* (*ūmanribu*) bzw. der zweiten Welle des Feminismus, entstand (Kumata 2005:3). Das Zerschlagen der Geschlechterrollen der Moderne, mit der Frau am Herd und dem Mann als Versorger, war damals das oberste Ziel von Itōs Forschung (Kumata 2005:3). Männer seien auch selbst Opfer der Männlichkeit (*danseirashisa*) – und nicht nur Täter, als die sie aus weiblicher Perspektive oftmals wahrgenommen werden (vgl. Itō 1993 zit.n. Kumata 2005:4). Als die drei für das moderne Ideal von Männlichkeit zentralen Werte bezeichnet Itō Kraft, Autorität und Besitz (Itō 1993:112). Er fordert Männer auf, diese „Rüstung der Männlichkeit“ zu zerschlagen und stattdessen nach *jibunrashisa*, einer Rolle die dem eigenen Selbst entspricht, zu streben (Itō 1993 zit.n. Kumata 2005:4).

Nach Itō gab es in Japan keine größere theoretische Eigenentwicklung der Männlichkeitsforschung in Japan mehr, weshalb die japanischen *men's studies* den westlichen sehr ähnlich sind (Kumata 2005:4-5). Nichtsdestotrotz leisteten Werke wie Nishikawa Yūkos und Ogino Mihos *Danseiron* (Männer-Studien, 1999) oder Asai Haruos *Nihon no otoko wa doko kara kite, doko e iku no ka* (Woher kommen Japans Männer und wohin gehen sie? 2001) und Zeitschriften wie *Jendā Shigaku* (Gender Geschichtsforschung) wichtige Beiträge zur Weiterentwicklung des akademischen Diskurses (Frühstück/Walthall 2011:4). Wichtige Zweige in der Forschung sind die Untersuchung der historischen Entwicklung von Männlichkeit in Japan, insbesondere seit der japanischen Moderne (vgl. Abe et al. 2006; Itō 1993), sowie Repräsentationen von Männlichkeit in der japanischen Populärkultur (vgl. Miyadai 2009; Kumata 2005).

Raewyn Connells Konzept der hegemonialen Männlichkeit (vgl. Connell 2015), welches später noch näher ausgeführt wird, bildet einen wichtigen Grundstein eines großen Teils der westlich-sprachigen japanologischen Männer-Forschung. Dabei wird meist davon ausgegangen, dass Japans gegenwärtige hegemoniale Maskulinität vom *sararīman* verkörpert wird, der einer Vielfalt anderer gelebter Männlichkeiten gegenübergestellt wird (Frühstück/Walthall 2011:4). Unter anderen beschäftigen sich James Roberson und Suzuki Nobue (2002), Tomoko Hidaka (2010), oder Romit Dasgupta (2013) mit dieser Thematik. Weitere Themenbereiche sind nicht nur Männlichkeit im Arbeits- und Familienleben, sondern auch in queeren Lebensentwürfen (Mackintosh 2010), in der Populärkultur (Napier 2011), oder die Verbindung von Maskulinität mit Alkoholkonsum und die Problematik der männlichen Alkoholsucht (Christensen 2015).

Der Diskurs um die ‚grasfressenden Männer‘ wird in der westlichen Forschung vor allem im medienwissenschaftlichen Kontext untersucht. Dabei beschäftigen sich die Autor*innen in erster Linie mit dem Diskurs in japanischen und westlichen Massenmedien wie Tageszeitungen, Onlineartikeln und Zeitschriften (vgl. Schad-Seifert 2016; Saladin 2015; Noack 2014). Der Ratgeberdiskurs, dem diese Arbeit gewidmet ist, findet dabei häufig am Rande Erwähnung, wurde aber bis zum jetzigen Zeitpunkt nicht analysiert.

Die hegemoniale Männlichkeit des *sararīman* stellt im akademischen Diskurs zu den ‚grasfressenden Männern‘ zumeist den Referenzpunkt dar, anhand dessen der Grad der Distanzierung vom alten Ideal eingeschätzt werden kann. Als *sararīman* wird Japans Prototyp des Büroangestellten bezeichnet, der sich in der Phase der wirtschaftlichen Hochkonjunktur – ab den 1960er Jahren bis in die 1980er Jahre hinein – zum männlichen Idealbild entwickelte (Dasgupta 2013:9). Beispiele dafür sind die Artikel von Steven Chen (2012), Justin Charlesboi (2013) und Chris Deacon (2013). Des Weiteren widmet sich die Forschung auch der Analyse von populärkulturellen Repräsentationen von ‚grasfressenden Männern‘ wie beispielsweise im Manga bei Steven Chen (2012). Außerdem werden *sōshokukei danshi*-Figuren in der japanischen Literatur analysiert wie bei Nihei Chikako (2013) oder Ronald Saladin (2017). Wenige westliche Forscher*innen haben das Phänomen bislang anhand qualitativer Interviews untersucht, wie es z.B. Chris Deacon getan hat (2013).

Im Folgenden soll kurz auf einige für die vorliegende Arbeit relevante Thesen der bisherigen Forschung eingegangen werden. Anette Schad-Seifert untersucht die Entwicklung des Trendwortes „Grasfresser Mann“ in japanischen Massenmedien – primär Tageszeitungen – sowie die Verbreitung des Begriffs in westlichen Medien (2016). Sie betrachtet das Phänomen unter dem Gesichtspunkt der „Verlierer-Rhetorik“, womit sie die Tendenz bezeichnet, die

Schuld für soziale Ungleichheit bzw. Prekarisierung den Lebensentwürfen junger Leute zuzuschreiben (Schad-Seifert 2016:264). Der Grasfresser-Mann stellt für sie einen Männlichkeitsentwurf dar, der auf das Phänomen der *lost generation* verweist (Schad-Seifert 2016:264). Im Diskurs definiert sich die hegemoniale Maskulinität über die Abgrenzung von der Verlierer-Männlichkeit des Grasfresser-Mannes (Schad-Seifert 2016:275).

Des Weiteren untersucht Constanze Noack diskursiv hergestellte Wissenskonstruktionen von Männlichkeit anhand der Analyse ausländischer Berichterstattung über die japanischen ‚grasfressenden Männer‘ (Noack 2014:206). Sie bedient sich dabei der wissenssoziologischen Diskursanalyse nach Reiner Keller und setzt es sich zum Ziel, die Phänomenstruktur mit ihren inhärenten kausalen Zusammenhängen aufzuzeigen (Noack 2014:206-207). Dabei ergründet sie den thematischen Kontext, in welchem die veränderte japanische Männlichkeit in englischen und deutschen Onlineartikeln dargestellt wird (Noack 2014:206-207). Hierzu verwendete Noack 15 frei zugängliche Artikel – 9 davon aus dem Jahr 2009 –, die unter dem Schlagwort *sōshoku danshi* und dessen Übersetzungen gefunden werden konnten (Noack 2014:207). Sie betrachtet die diskursive „Verknüpfung von sozialem Wandel und Männlichkeit“ und die „Verknüpfung von Wirtschaft und Männlichkeit“ (Noack 2014). In ihrer Studie arbeitet sie die folgenden speziellen Wissenskonstruktionen heraus: Männer in Japan würden, aufgrund der veränderten Wirtschaftslage, Arbeit nicht mehr als ihren Lebensmittelpunkt sehen (Noack 2014:218). Dies schlage sich in einer veränderten Arbeitsmoral nieder und führe zur Leistungsverweigerung (Noack 2014:218). Infolge dessen verändere sich auch ihr Konsumverhalten, welches ebenfalls an die veränderte Wirtschaftslage angepasst werde (Noack 2014:219). Auch die sinkende Geburtenrate sei auf die Wirtschaftslage zurückzuführen, die den Männern die finanziellen Mittel, welche nötig sind um eine Familie zu versorgen, nehme (Noack 2014:219). Infolge dieser Entwicklungen würden die ‚grasfressenden Männer‘ auch den Willen zur Reproduktion verlieren, wodurch sich das Sinken der Geburtenrate weiter verschlechtern würde (Noack 2014:219). Die Thematik der demographischen Veränderung ist im deutschen Diskurs bekannt, weshalb Japan als Beispiel genutzt wird, um die Problematik überspitzt darzustellen (Noack 2014:219). In der US-amerikanischen Berichterstattung werde diese Thematik jedoch erst über das japanische Beispiel bekannt, da die USA selbst nicht mit negativem Bevölkerungswachstum zu kämpfen hätten (Noack 2014:219). Schließlich stellt Noack fest, dass die Wechselbeziehung zwischen der Veränderung der Rolle der Frau in der Gesellschaft und der Männlichkeit eine allgemeine Wissenskonstruktion darstellt, die auch außerhalb des japanischen Kontexts anerkannt ist (Noack 2014:220).

Eine weitere Analyse des Diskurses um die *sōshokukei danshi* wurde von Ronald Saladin durchgeführt, der zwei japanische Lifestylemagazine untersucht, deren Zielpublikum aus jungen Männern besteht (Saladin 2015:53). Saladin analysiert die Verhandlung von Männlichkeit in den Zeitschriften im Hinblick auf den Körperdiskurs (Saladin 2015:53). Dabei stellt der Autor fest, dass die Art, wie Jugendmaskulinität konstruiert wird, in Japan stark variiert: Den voneinander abweichenden Idealen von Körperlichkeit, welche in den beiden Magazinen abgebildet werden, liegen unterschiedliche Männlichkeitsideale zugrunde (Saladin 2015:67-68). Die hegemoniale Maskulinität des *sararīman* spielt kaum eine Rolle in diesen Magazinen, da diese eine völlig andere Zielgruppe ansprechen wie beispielsweise Friseure, Models oder Verkäufer, die sich stärker an anderen Formen von Männlichkeit orientieren (Saladin 2015:68). Dennoch wird sie in den Magazinen nicht völlig dekonstruiert. Vielmehr weichen die darin abgebildeten Maskulinitäten in Teilaspekten von der hegemonialen Männlichkeit ab, diese jedoch nicht *per se* ungültig werden lässt (Saladin 2015: 68).

Darüber hinaus setzt sich Justin Charlebois bereits in einem kurzen Überblick mit dem japanischen Sachbuch-Diskurs zu den Grasfresser-Männern auseinander (2013). Charlesbois betont, dass das hegemoniale Männlichkeitsbild des *sararīman* durch die Subordination der Frau konstruiert wird: Während der Mann soziale und finanzielle Macht besitzt, leistet die Frau unbezahlte und kaum wertgeschätzte Arbeit im Haushalt und begibt sich in ein Abhängigkeitsverhältnis zu ihm (Charlebois 2013:92). Dieser patriarchalen Männlichkeit stellt er die grasfressenden Männer gegenüber, die er als eine „oppositionelle Männlichkeit“ bezeichnet (Charlesbois 2013:96). Charlesbois spricht außerdem widersprüchliche Definitionen der ‚grasfressenden Männer‘ im Diskurs an: Beispielsweise werden diese einerseits als gute Kommunikatoren, insbesondere in Freundschaften mit Frauen, dargestellt, aber andererseits werden sie als unkommunikativ und vom anderen Geschlecht eingeschüchtert porträtiert (Charlesbois 2013: 98). In einem weiteren Artikel fügt Charlesbois hinzu, dass ‚grasfressende Männer‘ der hegemonialen Männlichkeit in gewissen Aspekten entsprechen und in anderen Widerstand dagegen leisten (Charlesbois 2017:179). Charlesbois schlägt daher eine Einteilung der verschiedenen Formen ‚grasfressender‘ Männlichkeiten in „equality masculinities“ und „non-equality masculinities“ anlehnend an J.W.Messerschmidts Termini vor (Charlesbois 2017:179). Dadurch können ‚grasfressende Männlichkeiten‘, die sich durch Gleichberechtigung in einer heterosexuellen Beziehung auszeichnen, von denen unterschieden werden, die sich durch Vermeidung von gleichberechtigter Partnerschaft und Narzissmus definieren lassen (Charlesbois 2017:179).

Steven Chen beschäftigt sich mit dem Aufkommen der ‚Grasfresser-Männlichkeit‘ im

Hinblick auf deren Konsumverhalten im heutigen Japan (2012). Er betrachtet die Produktion von ‚grasfressender‘ Maskulinität in verschiedenen poplärkulturellen Medienformaten wie Manga, populären Romanen und Magazinen anhand einer hermeneutischen Analyse (Chen 2012:287). Dabei stellt er fest, dass es neben Magazinen, die noch die *sararīman*-Männlichkeit propagieren, auch Zeitschriften gibt, die auf ‚Grasfresser-Konsumenten‘ in ihren 20ern und 30ern abzielen (Chen 2012:297). Das Konsumverhalten der ‚Grasfresser-Männer‘ zeichnet sich durch den vermehrten Konsum von Schönheitsprodukten, Mode oder Delikatessen aus und wird in Japan als feminin wahrgenommen (Chen 2012:283). Auch Chen argumentiert, dass die Männlichkeit des *sōshokukei danshi* als ein Gegenpol zum *sararīman* entstand, da die junge Generation, die *shinjinrui*, den Lebensstil ihrer Eltern ablehnt (Chen 2012: 298). Chen schlussfolgert, dass Manga, Modemagazine etc. eine feminine, körperliche Ästhetik herstellen, die sich zwar stark von den *sararīman* unterscheidet, aber im Endeffekt dazu dienen soll, den japanischen Frauen zu gefallen (Chen 2012: 297-298). Der Körper wird zum Kapital, welches durch Schönheitsoperationen etc. vermehrt wird, um beruflich und privat voranzukommen (Chen 2012:303). Dieses Verhalten stellt keine Flucht vor dem sozialen Wettbewerbsdruck dar, die den grasfressenden Männern oft nachgesagt wird, sondern eine Abgrenzung von der Männlichkeit des *sararīman* (Chen 2012:303). Chen stellt letztlich fest, dass das feminine Konsumverhalten der ‚grasfressenden Männer‘ einen Teil ihrer maskulinen Identität darstellt (Chen 2012:303).

Schließlich soll noch der Beitrag von Chris Deacons Erwähnung finden, der in den Jahren 2011 und 2012 Interviews mit japanischen Studenten führte (Deacon 2013). Auch er geht von der hegemonialen Maskulinität nach Connell aus und beschäftigt sich mit der Frage, wie Gender in Japans Schulen sozialisiert wird. Deacon sieht eine individualistische Lebenseinstellung als das entscheidende Spezifikum, welches die *sōshokukei danshi* von der hegemonialen Maskulinität abgrenzt (Deacon 2013:169). Die neuen Männer sehen ihren Lebenssinn (*ikigai*) nicht mehr in der Arbeit, sondern legen großen Wert auf die an die persönlichen Bedürfnisse angepasste Gestaltung ihres Lebensstils (Deacon 2013).

In der japanischsprachigen Forschung zu den ‚grasfressenden Männern‘ zeigt sich eine Tendenz zu quantitativen Forschungsmethoden, anhand derer Entwicklungen in Heiratsverhalten und Sexualität in Japan betrachtet werden. Des Weiteren wird in Umfragen häufig nach ‚typischen Grasfresser-Eigenschaften‘ der Proband*innen gefragt. Ein Beispiel dafür ist Suzuki Suguru, der die Daten von jährlichen Umfragen zum Bindungsverhalten von Männern und Frauen in Japan zwischen 1980 und 2009 vergleicht, um die angebliche Passivität der ‚grasfressenden Männer‘, bzw. die neue Aktivität der ‚fleischfressenden

Frauen‘ (*nikushokukei joshi*) beim Kennenlernen von Partnern, im Beruf und im Familienleben zu überprüfen (Suzuki 2010:4). Er kommt zu dem Ergebnis, dass sowohl Männer als auch Frauen eine Tendenz zeigen, zu ‚Grasfressern‘ zu werden. Das bedeutet, dass sich generell eine verstärkte Passivität im Lebensstil junger Japaner*innen abzeichnet (Suzuki 2010:16). Anhand der Daten der zweiten Hälfte der 2000er Jahre zeigt sich jedoch, dass Frauen in diesem Zeitraum ein stärkeres Bedürfnis haben, Führungspositionen einzunehmen und kommunikativ zu sein (Suzuki 2010:16). Männer geben dagegen öfter an, ein relativ starkes Interesse am anderen Geschlecht zu haben (Suzuki 2010:16), was wiederum die Behauptung, Frauen seien stärker an sexuellen Beziehungen als Männer interessiert, widerlegt.

Eine sehr ähnliche Arbeit legen Hidaka Masaru et al vor. Sie hinterfragen die Zunahme von ‚grasfressenden Männern‘ und ‚fleischfressenden Frauen‘ in der heutigen Jugend Japans anhand einer Umfrage unter Studierenden an Universitäten in den Präfekturen Kagawa und Okayama (Hidaka et al. 2015:2). Für ihre Untersuchung nahmen sie eine Umfrage zum Verhalten von Studierenden vor, die quantitativ ausgewertet wurde und deren Ergebnisse sie schließlich mit älteren Datensätzen verglichen (Hidaka et al. 2015:3). Als Basis der Untersuchung dienten Behauptungen zu den Eigenschaften von ‚grasfressenden Männern‘ aus dem Diskurs (z.B. aus Publikationen von Ushikubo Megumi), welche dann anhand der Umfrage überprüft wurden. Die Umfrage konzentriert sich auf folgende Punkte: das Verhalten bei der Suche nach Liebesbeziehungen, die Tendenz zur Vermeidung unangenehmer Emotionen, das Selbstwertgefühl, die Wettbewerbsfähigkeit, Gender-Verhalten, welches auf Gleichberechtigung abzielt, und den Eindruck, den die Proband*innen von der Zunahme von *sōshokukei danshi* bzw. *nikushokukei joshi* haben (Hidaka et al. 2015:3). Dabei kommen die AutorInnen ebenfalls zu dem Ergebnis, dass weder ein Trend zu verstärkter Passivität junger Männer noch eine Vergrößerung der Aktivität von Frauen in Bezug auf Liebesbeziehungen erkennbar ist (Hidaka et al. 2015:1).

Weitere Beispiele für derartige Studien sind Ishida Nobuos Artikel, der in Zusammenarbeit mit Student*innen seines Seminars eine Meinungsumfrage zu Gendervorstellungen und Heiratsverhalten durchführte (2011; 2013). Dabei wurden 38 als typisch für ‚grasfressende Männer‘ angenommene Eigenschaften sowie der Grad der Sympathie gegenüber den ‚grasfressenden Männern‘ erfragt (Ishida 2013: 177). Ishida legt den Fokus hierbei darauf, was Frauen sich unter ‚dem idealen Mann‘ vorstellen, und vergleicht diese Bilder mit dem des ‚grasfressenden Mannes‘ (Ishida 2013:181). Er kam zu der Erkenntnis, dass die Probandinnen weder den Grasfresser-Typus noch den ‚typisch männlichen‘ Typus als Partner bevorzugten (Ishida 2013:177). Japanische Frauen suchen demnach Partner, die sowohl

kommunikationsfähig als auch aktiv bzw. führend sind (Ishida 2013:177). Laut Ishida wird diese Präferenz von Männern als paradox wahrgenommen, weshalb einige Probanden in der Umfrage Frauen als „selbstsüchtig“ bezeichneten (Ishida 2013:183).

Zum Diskurs um die ‚grasfressenden Männer‘ ist im Vergleich zur westlichen Forschung verhältnismäßig wenig auf Japanisch erschienen. Kanda Yasuko analysiert private Blogs japanischer Blogger*innen zwischen 2008 und 2011, um die Ausbreitung des Diskurses, die Einbürgerung des Begriffs, die darin enthaltenen Bewertungen des Phänomens, sowie die inhärenten Vorstellungen von Männlichkeit rekonstruieren zu können (2011). Als theoretischen Rahmen verwendet sie die *appraisal theory* von Martin und White (2005) und analysiert mit deren Hilfe Bewertungen des Phänomens durch die Blogger*innen, die sie danach in affirmative und aversive Gruppen einteilt (Kanda 2011:261-262). Der Standpunkt der kritischen Gruppe ist in erster Linie, dass das asoziale Verhalten und die fehlende soziale Intelligenz der grasfressenden Männer zu einer ungewissen Zukunft führen werden (Kanda 2011:264). Sie vertreten damit ein traditionelles Weltbild (Kanda 2011:263). Die Gruppe, die sich positiv zu den ‚grasfressenden Männern‘ äußert, definiert denselben Sachverhalt hingegen als „Antithese zur heutigen Gesellschaft“ (Kanda 2011:264). Die neue Sanftheit der Männer wird von der Generation, die die fortschrittsorientierte Periode des Wirtschaftswachstums erlebt hat, sowie von Kritiker*innen der heutigen Leistungsgesellschaft regelrecht als heilsam empfunden (Kanda 2011:264).

Im Kontext der Genderforschung wurde die Thematik der neuen Männlichkeit der ‚Grasfresser-Männer‘ bei der 62. Gendersession an der Rikkyō Universität (St.Pauls’s University) im Jahr 2015 in Tōkyō besprochen. Kumagai Keichi hielt dort einen Vortrag zu der Typologie von neuen Männlichkeiten, wie Toyota Yuki berichtet (2015). Kumagai, der eigentlich Anthropogeograph ist, beschäftigt sich mit neuen Männlichkeiten wie den Grasfresser-Männern, den Otaku (fanatischen Anime- oder Manga-Fans) oder den „kleinen Neonationalisten“ (*neo (puchi) nashonarisuto*) in Zusammenhang mit räumlicher Vorstellungskraft (Kumagai 2010:126). Er untersucht vor allem, welche sozioökonomischen Bedingungen zu veränderter Männlichkeit geführt haben, wie die Neukonstruktion nationaler Identität mit neuer Männlichkeit in Zusammenhang steht, sowie welche Räume Männlichkeit bekräftigen (Kumagai 2010:126).

Toyota Yuki rezensiert Kumagais Vortrag und bietet damit einen guten Überblick über dessen Thesen (2015). Kumagai argumentierte demnach, dass aufgrund der sozioökonomischen Veränderungen nach dem Platzen der Wirtschaftsblase in den 1990er Jahren das Männlichkeits-Modell der Wirtschaftswachstumsperiode nicht mehr passend war (Toyota 2015:27). Dabei

entstanden neue Arten von Männlichkeiten, darunter die der ‚grasfressenden Männer‘ sowie die *otaku*- und *netto uyo*¹-Männlichkeit (Toyota 2015:27). Laut Kumagai zeigen diese drei Typen, wie die gegenwärtige Männlichkeit in Japan beschaffen ist, bilden sie jedoch nicht in ihrer Gesamtheit ab (Toyota 2015:28). Die drei Typen stellen außerdem keine völlig klar voneinander abgrenzbaren Kategorien dar, sondern teilen gewisse Merkmale wie Schüchternheit oder den Mangel an ihnen nahestehenden Personen (Toyota 2015:28). Sie sind nach innen gerichtet, suchen nach einem Ort, an dem sie Anerkennung finden können, und schließen gleichzeitig durch die Konstruktion festgelegter Frauen- oder Ausländerbilder andere Menschen aus, wodurch sie Selbstbestätigung erreichen (Toyota 2015:28). Diese als ‚Schwächlinge‘ wahrgenommenen Typen spiegeln das Phänomen der Krise der Männlichkeit im digitalen Zeitalter bzw. während der Globalisierung wider (Toyota 2015:28). Toyota kommentiert, dass sich die von Kumagai analysierten Männlichkeitstypen möglicherweise nur in städtischen Gebieten Japans finden und im ländlichen Raum wahrscheinlich andere Typen auftreten (Toyota 2015:29). Er argumentiert, dass die Heiratsrate im ländlichen Raum weitaus höher ist als in der Stadt, obwohl das Einkommen durchschnittlich niedriger ist (Toyota 2015:29). Dies führt er auf das stärkere Fortbestehen traditioneller Geschlechterrollen im ländlichen Raum zurück (Toyota 2015:29).

Eine weitere Thematik, die im wissenschaftlichen Diskurs um die ‚grasfressenden Männern‘ in Japan zur Sprache kommt, ist die Kindererziehung in Schulen, insbesondere unter dem Schlagwort *jendā furī* (*gender free*), als Einflussfaktor für Veränderungen der Geschlechterrollen. Der Soziologe Matsuoka Tadashi erklärte so zum Beispiel in einem zweiteiligen Essay, dass die genderneutrale Erziehung, die in Japan seit den 1990er Jahren gefördert wurde, kaum ein Grund für die Entstehung der ‚grasfressenden Männer‘ sein kann (Matsuoka 2012b:55). Obwohl die *gender free*-Bewegung die Vereinheitlichung von Namenslisten, welche davor nach Jungen und Mädchen getrennt gewesen waren, sowie den gemeinsamen Unterricht von technischem Werken und Haushaltsunterricht durchsetzen konnte, hielten sich längst nicht alle Schulen an diese Vorschriften (Matsuoka 2012b:55). Bei der verpflichtenden Gesundheitsuntersuchung in Schulen mussten Mädchen wieder von Jungen getrennt werden, daher wurden die zusammengelegten Namenslisten zum Teil wieder abgeschafft (Matsuoka 2012b:55). Außerdem kann das Verhalten der Eltern als der größte Einfluss auf die Gender-Identität von Kindern gesehen werden, weshalb der Effekt der ohnehin begrenzten Maßnahmen in Schulen als minimal betrachtet werden könne (Matsuoka 2012b: 55).

¹ *Netto uyo* bezeichnet eine Bewegung von neo-nationalistischen Männern, die sich im Internet formierte (Toyota 2015:28).

Außerdem bespricht Matsuoka im ersten Teil des Essays die mögliche Wirkung von veränderten Heldenfiguren im japanischen Fernsehen auf die Gender-Wahrnehmung von Kindern und Jugendlichen anhand des Beispiels der Serie *Kamen raidā* (Engl.Titel: *Kamen rider* (Maskierter Reiter); Kabushiki-gaisha mainichi hōsō 1971) (Matsuoka 2012a:29). Gender-Repräsentationen in der japanischen Populärkultur werden also auch im akademischen Diskurs in Japan thematisiert.

Des Weiteren werden in der japanischen Fachliteratur auch wirtschaftswissenschaftliche Blickwinkel geboten: Uchida Minoru betrachtet die *sōshokukei danshi* als Konsumententyp der Generation der *digital natives*, deren Verhaltensweisen als Konsumenten sich im Vergleich zur älteren Generation der über 30-jährigen verändert haben (Uchida 2012:115). Er diskutiert die Typologisierung (*ningenrui keiron*) von verschiedenen Menschen- und Konsumententypen wie *nekokei ningen* (Katzen-Typ Menschen), *inuukei ningen* (Hunde-Typ Menschen), sowie Männern des ‚Grasfresser-Typs‘ und möchte dadurch Erkenntnisse über das gegenwärtige Konsumentenverhalten ableiten (Uchida 2012:115). Aussagen, die bei Fukasawa Maki und Ushikubo Megumi, zwei wichtigen Diskursteilnehmer*innen, über die *sōshokukei danshi* getroffen werden, bilden die Basis seiner Untersuchung. Die Prämissen dieser Untersuchung sind aus sozialwissenschaftlicher Perspektive jedoch eher problematisch, da die als Sekundärliteratur verwendeten Werke der populärwissenschaftlichen Literatur entstammen und daher nicht als verlässliche Quellen zum Konsumentenverhalten in Japan dienen können. Dennoch kann Uchidas Untersuchung als Betrachtung von Bildern von männlichen Konsumenten in Japan für weiterführende Forschung interessant sein.

Schließlich existiert in Japan außerdem ein populärwissenschaftlicher Diskurs zu der Thematik, welcher in Austausch mit dem akademischen Diskurs steht. Dieser umfasst Monographien wie zum Beispiel von Morioka Masahiro (2009) sowie auch Artikel in verschiedenen japanischen Magazinen zu Psychologie und Kindererziehung um das Jahr 2009.

Abschließend lässt sich feststellen, dass sich im Gegensatz zur Forschung zur Weiblichkeit in Japan, in der die Trennung von biologischem und sozialem Geschlecht oder auch die Performativität von Gender wichtige Ansätze darstellen, die japanologische Männlichkeits-Forschung noch in ihren Kinderschuhen befindet (Frühstück/Walthall 2011: 3-4). Insbesondere in Bezug auf neue Typen von Maskulinität in Japan wie der des ‚grasfressenden Mannes‘ ist die akademische Debatte noch sehr jung. Nichtsdestotrotz wurden bereits einige interessante Ideen zu diesen aktuellen Entwicklungen festgehalten. Diese Arbeit hat es nun zum Ziel, durch die Aufarbeitung eines wichtigen Bereiches im japanischen Diskurs zu der Männlichkeit der ‚Grasfresser‘, nämlich dem Beziehungsratgeberdiskurs, eine

Forschungslücke zu schließen.

3. Theoretischer Hintergrund: Diskurs, Macht und Männlichkeit in Japan

„Das alltägliche Leben ist keine politikfreie Zone, sondern eine Arena der Geschlechterpolitik“ (Connell 2015:47). Genderverhältnisse stellen Machtstrukturen innerhalb einer Gesellschaft dar, welche in Diskursen umkämpft und diskutiert werden. In diesem Kapitel werden die drei Konzepte Diskurs, Macht und Männlichkeit miteinander in Bezug gesetzt sowie im japanischen Kontext betrachtet. Diese theoretischen Überlegungen, sollen den Rahmen für die darauffolgende Analyse des Diskurses um die ‚grasfressenden Männer‘ in Beziehungsratgebern bilden.

3.1. Diskurs und Macht

Michel Foucaults Werk der 1960er und 1970er Jahre gilt als maßgeblich prägend für den heutigen Aufschwung des Diskursbegriffs (Keller 2004:42). Foucault bezeichnet Diskurse als „Praktiken [...] die systematisch die Gegenstände bilden, von denen sie sprechen“ (Foucault 2015:74). Gegenstände werden erst dadurch geschaffen, dass ihnen ein Objektstatus zugeschrieben wird, wodurch sie gleichzeitig definiert und von anderen abgegrenzt werden (Foucault 2015:63). Diskursive Formationen sind Verknüpfungen von Äußerungen, die eine gewisse Regelmäßigkeit, eine spezielle Ordnung in den Objekten, die sie beschreiben, aufweisen (Foucault 2015:58). Jene Bedingungen, denen „die Elemente dieser Verteilung unterworfen sind (Gegenstände, Äußerungsmodalität, Begriffe, thematische Wahl)“ können als Formationsregeln bezeichnet werden (Foucault 2015:58). Foucault weicht also davon ab, Diskurse anhand von grammatikalischen Mustern des Sprachgebrauchs zu betrachten, und untersucht stattdessen die Regelsysteme, welche diskursiven Formationen zugrunde liegen (Keller 2004:45). Die Frage, wie Bedeutung im Diskurs produziert wird, sowie die „institutionell eingebetteten, stabilisierten Praktiken der Diskursproduktion“ stehen dabei im Fokus (Keller 2004:45).

Da Wissen nicht isoliert von Macht existieren kann, spricht Foucault von „Macht-Wissens Komplexen“ im Diskurs (Jäger 2015:38). Diskurse stehen demnach immer in Bezug zu gesellschaftlichen Machtverhältnissen, die sie prägen und durch sie wirken. In dem ersten Band seines Werks *Der Wille zum Wissen* (2017) definiert Foucault Macht wie folgt:

„Unter Macht, scheint mir, ist zunächst zu verstehen: die Vielfältigkeit von Kraftverhältnissen, die ein Gebiet bevölkern und organisieren; das Spiel, das in unaufhörlichen Kämpfen und Auseinandersetzungen diese Kraftverhältnisse verwandelt, verstärkt, verkehrt; die Stützen, die

diese Kraftverhältnisse aneinander finden, indem sie sich zu Systemen verketteten – oder die Verschiebungen und Widersprüche die sie gegeneinander isolieren; und schließlich die Strategien, in denen sie zur Wirkung gelangen und deren große Linien und institutionelle Kristallisierungen sich in den Staatsapparaten, in der Gesetzgebung und in den gesellschaftlichen Hegemonien verkörpern. (Foucault 2017: 93)

Weiters betont Foucault, dass es keine Zweiteilung in Herrscher und Beherrschte im Diskurs gibt, sondern dass auch Opposition Teil des Kräftemessens gesellschaftlicher Machtverhältnisse ist (Foucault 2017:95). Die Rolle, die dem Diskurs hierbei zukommt, ist einerseits die des Instruments, das Macht produzieren, fördern oder transportieren kann, aber – zur selben Zeit – auch die einer Gegenströmung, eines Widerspruches, der Macht untergraben oder stürzen kann (Foucault 2017:100). Gleichzeitig ist Diskurs auch der Effekt von gesellschaftlichen Machtwirkungen, die sich darin äußern (Foucault 2017:100).

3.2. Männlichkeit im Diskurs

Männlichkeit ist keine „biologisch festgelegte Essenz“ eines Mannes, sondern sie wird durch soziokulturelle, politische und wirtschaftliche Faktoren konstruiert und geformt (Dasgupta 2013:7). Statt einer einzigen Form von Maskulinität gibt es eine Vielzahl von Arten und Wegen ein Mann zu sein – innerhalb einer Gesellschaft sowie innerhalb eines Individuums (Dasgupta 2013:78). Diese Männlichkeiten werden in gesellschaftlichen Diskursen rezipiert, diskutiert, repräsentiert und konstruiert und verändern sich im Laufe der Geschichte.

In einer Gesellschaft sind all diese Männlichkeiten jedoch nicht gleichgestellt, sondern sie existieren immer in einem Machtgefüge und sind damit Hierarchisierungen unterworfen (Dasgupta 2013:8). Raewyn Connells Begriff der hegemonialen Maskulinität unterstreicht die Verknüpfung von gesellschaftlichen Machtverhältnissen und Männlichkeit (Meuser/Müller 2015:18). Der Begriff basiert auf Antonio Gramscis Konzept der Hegemonie, welches zur Zeit seiner Entstehung zur Erklärung der Stabilisierung von Klassenverhältnissen verwendet wurde (Connell/Messerschmidt 2005:831). Gramscis „Hegemonie“ bezieht sich demnach auf die sozialen Dynamiken, durch die eine Gruppe eine herrschende Position in der Gesellschaft einnimmt und aufrechterhält (Connell 2015:130).

Demzufolge induziert hegemoniale Maskulinität eine Praxis, ein Muster von männlichem Verhalten, welches den Fortbestand der männlichen Dominanz gegenüber Frauen in der Gesellschaft, kurz des Patriarchats, sichert (Connell/Messerschmidt 2005:832). Diese Praxis besteht aus der Kontrolle durch Männer und dem systematischen Ausschluss sowie der Diskreditierung von Frauen, aber auch von Männern, die der herrschenden Vorstellung von Männlichkeit nicht entsprechen (Connell/Messerschmidt 2005:844). Demetrakis Demetriou

erweitert Connells Konzept um die beiden Funktionen der hegemonialen Maskulinität, der „externen“ und „internen Hegemonie“ (Demetriou 2001:341). „Externe Hegemonie“ bezeichnet die Institutionalisierung der Dominanz von Männern über Frauen in der Gesellschaft, während „interne Hegemonie“ die Vorherrschaft der hegemonialen Maskulinität über andere Formen von Männlichkeit bezeichnet (Demetriou 2001:341).

Nach Connell ist Gender die Struktur einer sozialen Praxis, die durch die drei Faktoren Machtbeziehungen (*power*), Produktionsbeziehungen (*labor*) und Kathexis (*cathexis*) geprägt ist (Connell 2015:127). Diese beziehen sich nach Demetriou auf die „externe Hegemonie“ (Demetriou 2001:341). Unter Machtbeziehungen versteht Connell die Kontrolle institutionalisierter Macht, wie z.B. Staat und Militär, durch Männer (Demetriou 2001:341). Der Faktor Produktionsbeziehungen bezeichnet die Arbeitsteilung im Patriarchat, bei der Frauen und Männern unterschiedliche Aufgaben zugeteilt werden, aus denen Männern ein wirtschaftlicher Vorteil erwächst – die patriarchale Dividende (Connell 2015:127). Frauen wird die Hausarbeit und Kindererziehung zugewiesen, anstatt die Lohnarbeit (Connell 2015:127). Das Kapital ist in der Gesellschaft somit ungleich verteilt, da Frauen nicht nur geringer entlohnt werden, sondern auch nur schwer Zugang zu Führungspositionen erhalten (Connell 2015:127). Als Kathexis bezeichnet Connell die emotionale Bindungsstruktur, die auf Heterosexualität basiert (Connell 2015:128). Demetriou fügt hinzu, dass diese Bindungsstruktur auf männlicher Überlegenheit und Gewalt anstatt Gegenseitigkeit beruht (Demetriou 2001:341). Diese Faktoren der Genderstruktur „interagieren“ mit den Faktoren Klasse und Ethnie und formen zusammen die gesellschaftlichen Machtverhältnisse (Connell 2015:128).

Die „interne Hegemonie“ hingegen bezieht sich auf die Unterdrückung von Formen von Maskulinität, die nicht der patriarchalen Ideologie entsprechen (Demetriou 2001:341). Diese Arten von Maskulinität werden als non-hegemoniale oder untergeordnete Männlichkeiten bezeichnet (Connell/Messerschmidt 2005:846). Auch bei der Marginalisierung von Männlichkeiten spielen gesellschaftliche Faktoren wie Klasse und ethnische Herkunft eine Rolle (Connell 2015:133-134). Frauen und Männer, Arbeiterklasse und Bourgeoisie, ethnische Gruppen, die an den Rand der Gesellschaft gedrängt werden, werden als voneinander abgegrenzte Einheiten konstruiert, was meist durch „natürliche Eigenschaften“ erklärt wird (Mackie 2003:3). Somit ist bei der Betrachtung von Männlichkeiten immer das Wechselspiel dieser Faktoren bzw. gesellschaftlichen Strukturen zu beachten.

Die Entwertung untergeordneter Männlichkeiten geschieht unter anderem durch eine Gleichsetzung mit Weiblichkeit oder durch symbolische Entmannung (Connell 2015:132). Dies geschieht zum Beispiel im Sprachgebrauch durch die Verwendung von Schimpfwörtern wie

„Schwächling“ oder „Schlappschwanz“ im Deutschen (Connell 2015:132), oder „Pussy“ im Englischen. Als ein Beispiel für diese Tendenz nennt Connell hier die homosexuelle Männlichkeit (Connell 2015:132). In ähnlicher Form werden auch im Diskurs japanischer Tageszeitungen die „Grasfresser-Männer“ oftmals als weiblich und dadurch ‚verweichlicht‘ dargestellt (Schad-Seifert 2016:270). Die Aufrechterhaltung der Hegemonie wird jedoch nicht nur durch Herabsetzung durchgesetzt, sondern geschieht auch durch die Schaffung von Idealbildern von Männlichkeit wie z.B. Sport-Stars² (Connell/Messerschmidt 2003:846).

Connell betont, dass die meisten Männer nicht dem „hegemonialen Muster“ entsprechen (Connell 2015:133). Daher ist hegemoniale Männlichkeit nicht die Norm, sondern besitzt vielmehr eine normative Kraft im Leben von Männern (Connell/Messerschmidt 2005:832). Da die Mehrheit der Männer einen Vorteil aus den gesellschaftlichen Machtverhältnissen ziehen, die durch die Vorherrschaft der hegemonialen Männlichkeit geschaffen werden, werden sie zu „Komplizen“ dieser Maskulinität (Connell 2015:133). „Komplizen“ halten sich von der Frontlinie des patriarchalen Machtkampfes fern und unterstützen passiv die hegemoniale Maskulinität, auch wenn sie in ihrem alltäglichen Leben nicht ständig männliche Dominanz demonstrieren (Connell 2015:133).

Die hegemoniale Männlichkeit ist einem historischen Wandel unterworfen und variiert kulturell, daher ist sie nicht konstant oder universal gültig: Ihre Vorherrschaft beinhaltet ein permanentes Kräfteressen (Wetherell/Edley 1999:336). „Protest-Männlichkeiten“, auch oppositionelle Männlichkeiten genannt, können Widerstand gegen die herrschende Männlichkeit und die patriarchale Ideologie leisten (Connell/Messerschmidt 2003:847). Hierbei können Diskurse neue, alternative Formen von Männlichkeit legitimieren, aber auch durch einen *backlash* regulierend wirken.

Bei der Herausbildung von Männlichkeiten funktioniert der Diskurs jedoch nicht nur als eine Arena, in der das Kräfteressen gesellschaftlicher Machtverhältnisse ausgetragen wird, sondern auch als ein Pool an Ideen von Männlichkeit, aus dem die Individuen einer Gesellschaft schöpfen und ihre eigene Identität erschaffen (Dasgupta 2013:8). Wetherell und Edley argumentieren, dass Männer nicht permanent an ein feststehendes Muster von Männlichkeit gefesselt sind, sondern je nach Situation aus einem kulturellen Vorrat männlichen Verhaltens auswählen können (vgl. Wetherell/Edley 1999; zit.n.Connell 2015:37). In alltäglichen Situationen kann ein Individuum also einmal Komplize der hegemonialen Maskulinität sein

² Siehe Nick Trujillos Artikel „Hegemonic masculinity on the mound: Media representations of Nolan Ryan and American sports culture“ (1991).

und ein anderes Mal dagegen Widerstand leisten (Wetherell/Edley 1999:352). Aus diesem Grund sprechen sich Wetherell und Edley gegen die Kategorisierung von Männlichkeits-Typen aus und schlagen vor, sich stattdessen stärker auf die Effekte diskursiver Praxis zu konzentrieren (Wetherell/Edley 1999:352). Es ist daher von großer Wichtigkeit, die Essentialisierung von Männern und Männlichkeiten zu vermeiden und stattdessen die Vielgestalt männlicher Lebensrealitäten anzuerkennen sowie stereotype Konstrukte von Maskulinität bzw. Gender zu dekonstruieren (Roberson/Suzuki 2003:3).

3.3. Hegemoniale Maskulinität in Japan

Die Entwicklung Japans zu einer der größten Wirtschaftsmächte der Welt, nach seiner vernichtenden Niederlage im Zweiten Weltkrieg, wird oftmals als Wirtschaftswunder bezeichnet (Chen 2012:288). In dieser Zeit des wirtschaftlichen Booms zwischen den 1960er und den 1980er Jahren wurde der *sararīman* zur Verkörperung der hegemonialen Maskulinität in Japan (Dasgupta 2013:9). Der Terminus *sararīman* (aus dem Englischen *salaryman*) bezeichnet eigentlich einen Angestellten einer Firma des Privatsektors, der sich durch lebenslange Anstellung und Bezahlung nach dem Senioritätsprinzip in einer privilegierten Position befindet und im Gegenzug seiner Firma gegenüber zu Loyalität verpflichtet ist (Dasgupta 2003:119). Im Prinzip gilt jedoch jeder Mann, „der die archetypische Rolle eines heterosexuellen Vaters und Ernährers verkörpert“ als *sararīman* (Chen 2012:291).

Ende der 1950er, Anfang der 1960er Jahre repräsentierte der *sararīman* aufgrund des Wirtschaftswachstums eine glorreiche Zukunft – sein Lebensstil wurde zum Idealbild des männlichen Lebensentwurfes (Roberson/Suzuki 2003:1). In den Augen der meisten Japaner*Innen wäre das Wirtschaftswunder Japans ohne den *sararīman* nicht möglich gewesen (Dasgupta 2000:192). Auch wenn Frauen immer Teil der Arbeiterschaft in Japan waren, repräsentierten Männer „den Gipfel“ der Lohnarbeit (Dasgupta 2000:192).

Die Basis dieser Ausprägung von hegemonialer Maskulinität bildet die Vorstellung von heterosexueller Komplementarität, die mit einer deutlichen Trennung der Aufgabenbereiche von Mann und Frau einhergeht (Hidaka 2010:2). Dieses Ideal basiert stark auf der Arbeit als der primäre Lebenssinn (*ikigai*) des Mannes (vgl. Mathews 2003). Während der Ehemann seiner Firma treu ist und hart arbeitet, um die Familie zu versorgen, und damit auch die Entwicklung der japanischen Wirtschaft unterstützt, kümmert sich die Ehefrau um den Haushalt und die Erziehung der Kinder (Hidaka 2010:3). Da die Hauptaufgabe der Frau die Familie und der Haushalt ist, arbeitet sie meist nur Teilzeit um zum Haushaltsbudget beizutragen (Mathews 2003:109). Die Konstruktion der hegemonialen Männlichkeit geschieht hier also auch durch

die Schaffung einer komplementären „betonten Weiblichkeit“ (*emphasized femininity*), die der hegemonialen Maskulinität untergeordnet ist (vgl. Messerschmidt 2011:206; zit.n. Charlesbois 2017:165-166). Diese Gender-Trennung nach *ikigai* benachteiligt Frauen maßgeblich: Die Folge sind geringere Löhne und eine niedrige Zahl von Frauen in Führungspositionen (Mathews 2003:109). Jedoch wird diese Aufgabenteilung auch zu einem Nachteil für Männer in Japan, da ihr Leben stark durch ihre Arbeit eingeschränkt und reglementiert wird (Mathews 2003:109). Da von einem *sararīman* erwartet wird, dass er „seine Zeit, seine Autonomie, sein Familienleben und sogar seine Gesundheit“ opfert, um der Gesellschaft zu dienen, wird oftmals die Metapher vom *kigyō senshi*, oder *corporate warrior*, für diese Art von Männlichkeit verwendet (Charlesbois 2017:166).

Wirtschaftliche Veränderungen wie das Platzen der Wirtschaftsblase und unsichere Anstellungsverhältnisse sowie soziale Entwicklungen wie z.B. ein zunehmender Individualismus oder veränderte Genderverhältnisse fordern die hegemoniale Maskulinität in Japan heraus (Hidaka 2010:178). Die „verlorenen Dekaden“ seit den 1990er Jahren, eine Zeit geringen Wirtschaftswachstums und einer erhöhten Arbeitslosenrate, führten in Japan zu Existenzängsten und einem Gefühl von Unsicherheit in der Bevölkerung (Dasgupta 2009:79). Diese Phase wird als Wendepunkt für die hegemoniale Männlichkeit in Japan betrachtet, da der Lifestyle des *sararīman* nur mehr schwer in seiner alten Form gelebt werden konnte (Charlesbois 2017:167). Im Vergleich mit der Zeit des großen Wirtschaftswachstums ist es nun schwieriger geworden, Männlichkeit über stabile Anstellungsverhältnisse, Status und finanziellen Wohlstand zu definieren (Charlesbois 2017:167). Dies führte zur Entstehung von Diskursen über alternative männliche Identitäten, wie beispielsweise den *otaku* (leidenschaftliche Fans, meist von japanischen Anime und Manga), *furītā* (freiberuflichen Arbeitern) oder *ikumen* (Väter, die sich aktiv in der Kindererziehung engagieren) (Charlesbois 2017:167).

Auch die *sararīman*-Männlichkeit veränderte sich ab den 1990er Jahren (Charlesbois 2017:167). Aufgrund des zunehmenden Einflusses des transnationalen Kapitalismus gab es auch in der Firmenkultur einen Wertewandel hin zur Höherbewertung von individuellen Fähigkeiten, Effizienz, Risikobereitschaft und bedingter Loyalität (Dasgupta 2010:o.S.). Die *sararīman* der sog. „neuen Menschensorte“ (*shinjinrui*), der Generation die in den 1960er Jahren geboren wurde, sind nicht mehr bereit, so viel Zeit mit den Arbeitskolleg*innen außerhalb des Arbeitsplatzes zu verbringen, wie es die Generation vor ihnen getan hat; sie legen mehr Wert auf körperliche Fitness, Gesundheit und Körperpflege (Dasgupta 2010:o.S.). Dasgupta erklärt, dass die neue hegemoniale Maskulinität aus „globalen hegemonialen

Standards“ besteht, die mit kulturspezifischen Idealen verbunden werden (Dasgupta 2010:o.S.).

Des Weiteren versuchen die neuen *sararīman* stärker der Vaterrolle nachzukommen (vgl. Nakatani 2006). Doch obwohl japanische Männer im Allgemeinen bereit sind, sich in der Kindererziehung zu engagieren, so bedeutet dies nicht, dass sie denselben Aufwand auf sich nehmen wie ihre Frauen (Mizukoshi et al. 2015:18). In der Aufgabenverteilung tendieren Männer dazu einfachere Aufgaben zu erfüllen, wie mit den Kindern zu spielen oder sie zu baden, anstatt anstrengende Erziehungsarbeit oder Pflichten im Haushalt zu übernehmen (Mizukoshi et al. 2015:18; Dasgupta 2013:113). Im Allgemeinen tragen Ehemänner in Japan noch immer sehr viel weniger zum Haushalt bei – unabhängig vom Anstellungsverhältnis der Frau (Charlesbois 2017:168).

Selbst nach den „verlorenen Dekaden“ der 1990er und 2000er Jahre als der Lebensstil des *sararīman* kaum noch in derselben Form wie vor dem Platzen der Wirtschafstblase gelebt wurde, blieben jedoch die Grundsätze der Ideologien, auf denen die hegemoniale Maskulinität aufbaute, erhalten; sie wirken auch im heutigen Japan noch (Charlesbois 2017:168; Dasgupta 2013:9). Die Gleichsetzung von Männlichkeit mit dem öffentlichen Bereich der Gesellschaft (der Lohnarbeit) und Weiblichkeit mit dem privaten Bereich (dem Haushalt) ist der Kern dieser Ideologie (Dasgupta 2013:9). Dabei stellt die heterosexuelle Ehe die institutionalisierte Form dieses binären Genderverhältnisses dar (Dasgupta 2013:9). Diese gender-bezogene Aufgabenteilung des traditionellen Familienmodells untermauert die hegemoniale Männlichkeit des *sararīman*, ebenso wie die „betonte Weiblichkeit“ der Hausfrau (Charlesbois 2017:166). Alternative Lebensentwürfe für Männer, wie etwa Vollzeit-Hausmann zu sein oder die Hälfte der Pflichten im Haushalt und der Kindererziehung zu übernehmen, so dass beide Partner berufstätig sein können, konnten sich bisher nur begrenzt in Japan durchsetzen (Charlesbois 2017:168).

Einen großen Gewinn im Kampf um die Erlangung von Geschlechtergleichstellung stellte die Einführung des Equal Employment Opportunity Law (EEOL, *Danjō koyō kikai kintō hō*), 1985, sowie des darauffolgenden Child Care Leave Law (*Ikuji kyūgyō hō*) 1992 dar (Charlesbois 2014:6). Das Prinzip „gleicher Gehalt für gleiche Arbeit“ war zwar bereits 1947 in der japanischen Verfassung festgelegt worden, jedoch wurde im EEOL speziell auf sexuelle Diskriminierung in der Anwerbung, Einstellung, Beförderung, Ausbildung und Pensionierung eingegangen (Mackie 2003:184). Des Weiteren sollten durch das Child Care Leave Law sowohl männliche als auch weibliche Angestellte das Recht haben, unbezahlten Urlaub von bis zu achtzehn Monaten in Anspruch zu nehmen, um für ein Neugeborenes zu sorgen (vgl. Tachibanaki 2010:185; zit.n.Charlesbois 2014:7). Da jedoch beide Gesetze keine Strafklausel

enthalten, verlieren sie *de facto* ihre Wirksamkeit (Charlesbois 2014:6).

In der Realität ist es besonders für Männer äußerst schwierig, den Kinderbetreuungs-Urlaub tatsächlich in Anspruch zu nehmen (Charlesbois 2014:7), wobei die Anforderungen der japanischen Arbeitswelt eine entscheidende Rolle spielen (Ishii-Kuntz 2013:268). Internationale Studien haben bewiesen, dass Väter, je mehr sie von ihrem Arbeitsplatz unterstützt werden, desto eher Urlaub zur Kindererziehung beanspruchen (Ishii-Kuntz 2013:256). Aus diesem Grund ist anzunehmen, dass ein Vater-freundliches, Gender-gleichberechtigtes Arbeitsklima dazu beitragen kann, dass mehr Männer sich in der Kindererziehung engagieren und dabei flexible Arbeitszeiten sowie Urlaub zur Versorgung von Neugeborenen in Anspruch nehmen (Ishii-Kuntz 2013:256). In Japan werden jedoch Angestellte, die keinen Urlaub nehmen, bevorzugt behandelt, da sie als besonders engagiert gelten, weshalb viele Frauen ganz von der Arbeit zurücktreten, um wegen des Kinderbetreuungsurlaubs keine Bürde für die Mitarbeiter*innen darzustellen (Charlesbois 2014:7). Zudem gefährden Männer aufgrund der gesellschaftlichen Wertvorstellungen, die Kinderbetreuung mit Weiblichkeit verbinden, ihre Karriere und ihr Einkommen, wenn sie aus diesem Grund abwesend sind (Charlesbois 2014:7). Auch die Ungleichverteilung der Gehälter kann als Grund für die Beibehaltung des traditionellen Familienmodells genannt werden (Charlesbois 2014:7). Eine aktuelle Studie der OECD zeigt, dass Japan mit einer *gender wage gap* von 25,7% im Jahr 2015 die drittgrößte Gehaltsschere aller von der OECD untersuchten Staaten hat (OECD 2018)³. Demnach sind Löhne von Männern in Japan für gewöhnlich höher als die von Frauen, wodurch sich für Familien, in denen der Mann die Kindererziehung zum Großteil übernimmt, in der Regel ein finanzieller Nachteil ergibt (vgl. Suzuki 2007:21; zit.n. Charlesbois 2014:7).

Neben den praktischen Gründen sind auch die sozialen Werte, die Weiblichkeit mit Kindererziehung und Männlichkeit mit Arbeit verbinden, als Ursache für die Reproduktion der stereotypen Rollenverteilung in Beziehungen nicht von der Hand zu weisen (Charlesbois 2014:7). Ishii-Kuntz konstatiert, dass Männer, deren Väter selbst aktiv in die Kinderbetreuung involviert waren, selbst eine positive Einstellung zum väterlichen Engagement in der Kindererziehung sowie gegenüber alternativer Genderrollen haben (Ishii-Kuntz 2013:267). Charlesbois erklärt, dass Diskurse, die Männer als Hauptverdiener und Frauen als sekundäre Arbeitnehmerinnen darstellen, durch solche ersetzt werden müssen, die sowohl Männer als

³ Die OECD vergleicht hier die aktuellsten verfügbaren Daten seiner Mitgliedsstaaten zwischen 2013 und 2016 (OECD 2018). Diese Daten gelten lediglich als Indikator für die Ungleichverteilung von Gehalt im internationalen Vergleich.

auch Frauen als Hauptverdiener*innen und primäre Betreuungspersonen der Kinder zeigen (Charlesbois 2014:134). Daher leisten Diskurse zu alternativen männlichen Lebensentwürfen, wie der über die ‚grasfressenden Männer‘, einen wichtigen Beitrag zum Reframing von stereotypen Genderrollen.

4. Methodik

Im Folgenden wird die, in dieser Arbeit zur Anwendung kommende, Methodik der Kritischen Diskursanalyse nach Siegfried Jäger, sowie die genaue Verfahrensweise bei der Analyse des Diskurses um die ‚grasfressenden Männer‘ in Beziehungsratgebern besprochen.

4.1. Die Kritische Diskursanalyse

Die vorliegende Arbeit orientiert sich methodisch an der kritischen Diskursanalyse nach Siegfried Jäger. Diese beruht im Wesentlichen auf den Arbeiten Michel Foucaults, auf deren Interpretation und Weiterführung durch Jürgen Link, sowie auf Alexei Leontjews marxistisch-psychologischer Tätigkeitstheorie (Keller 2004:31). Jäger definiert den Diskurs als einen „Fluss von Wissen bzw. sozialen Wissensvorräten durch die Zeit“ (Jäger 2015:26). Er argumentiert, dass Diskurse die gesellschaftliche Wirklichkeit nicht einfach widerspiegeln, sondern als Materialitäten eine eigene Klasse bilden, welche gegenüber der Wirklichkeit eine spezielle Dynamik hat (Jäger 2015:33). Diskurse gestalten das Bewusstsein der „Subjekte“ und produzieren dadurch soziokulturelle Interpretationsschemata bzw. Wertesysteme und schließlich die gesellschaftliche Wirklichkeit (Jäger 2015:27).

Die Tätigkeitstheorie besagt, dass Texte die „Ergebnisse der Denktätigkeit von Individuen“ sind, welche auf dem Wissen, den Motiven und den sprachlichen Ressourcen der Produzent*innen des sprachlichen Ausdrucks basieren (Keller 2004:32). Bei der kritischen Diskursanalyse werden Texte, die ein bestimmtes Thema behandeln, als Diskursfragmente bezeichnet, die sich wiederum zu Diskurssträngen formieren (Keller 2004:33). Nach Jäger sind Diskursstränge thematisch eine Einheit bildende Diskurse, die sich aus thematisch gleichen Diskursfragmenten zusammensetzen (Jäger 2015:24). Diskursstränge sind folglich die Summe von ähnlichen Denkströmen, die sich mit anderen „verschränken“ – sich also gegenseitig beeinflussen oder tragen können (Jäger 2015:81). Diese Verschränkungen führen zu diskursiven Effekten, weshalb sie, neben der Identifikation der einzelnen Diskursstränge, bei der Analyse zu berücksichtigen sind (Jäger 2015:81). Des Weiteren gilt es, die Diskursebenen, also die „sozialen Orte“, zu betrachten, von denen aus die Diskursstränge produziert werden (Jäger 2015:84). Die verschiedenen Diskursebenen können aufeinander einwirken, einander

nutzen oder sich gegenseitig durchdringen (Jäger 2015:84). Diskurse anderer Ebenen können aufgenommen und weitergesponnen werden; zum Beispiel werden oftmals auf der Alltags-Ebene Diskurse der medialen Ebene aufgenommen (Jäger 2015:84).

Des Weiteren bedient sich die kritische Diskursanalyse des Konzepts der Kollektivsymbolik nach Jürgen Link. Kollektivsymbole werden von Link als Einheiten aus „bildlichen (imaginären) und sprachlichen strukturelementen [sic!]“ definiert, die zusammen Sinnbilder ergeben (Link 1982:9). Ein Symbol ist jedoch keine Metapher, sondern vielmehr eine Verkettung bzw. Verdichtung verwandter Elemente, deren Beziehungen zueinander metaphorischer Natur sind (Link 1982:9; Jäger 2015:56). Jäger interpretiert Links Kollektivsymbole als „kulturelle Stereotypen“, die kollektiv benutzt und überliefert werden und zusammen „ein System, ein ‚prozessierendes Regelwerk‘“ bilden (Jäger 2015:56). Ein solches synchrones System nennt Link „Sysycoll“ (Link 1982:10). Dieses Regelwerk zieht sich durch alle Diskurse und bildet dadurch einen kulturellen Zusammenhang, welcher uns das Bild vermittelt, das wir von der „gesellschaftlichen Wirklichkeit“ haben (Jäger 2015:56). Links Konzept der Kollektivsymbolik ist im japanischen Kontext jedoch nur begrenzt anwendbar, da die Symbolik-Modelle anhand des Vorbilds von westlichen Gesellschaften (und im Speziellen Deutschland) aufgestellt wurden. Für diese Art der Analyse ist es notwendig, über das „Vorwissen“, das sich Individuen durch die Sozialisierung in einer Gesellschaft aneignen, zu verfügen (Jäger 2015:105). Der Fokus der Analyse, die in der hier vorliegenden Arbeit durchgeführt wird, soll hingegen auf die sprachlichen Mechanismen der Konstruktion von Männlichkeit im untersuchten Diskursstrang gelegt werden, wie unter Punkt 4.2. näher erläutert wird. Um westlich gefärbte Interpretationen zu vermeiden werden japanische Perspektiven durch das Hinzuziehen japanischer Sekundärliteratur berücksichtigt.

Auch wenn Jägers Entwurf der kritischen Diskursanalyse linguistische und literaturwissenschaftliche Werkzeuge nutzt, wird dabei nicht der Anspruch gestellt, einen Beitrag zur Sprachtheorie zu leisten (Jäger 2015:78). Er orientiert sich an Foucault, dem es neben den Formationsregeln um die Aussagen im Diskurs geht. Foucault bezeichnet Aussagen als die „Atome des Diskurses“ (Foucault 2015:117). Eine Aussage verhält sich folglich wie ein „[...] Element, das in sich isoliert werden kann und in ein Spiel von Beziehungen mit anderen Elementen eintreten kann“ (Foucault 2015:116). Aussagen sind der „inhaltlich gemeinsame Nenner“, der in Hinblick auf den Kontext aus Sätzen und Texten extrahiert werden kann (Jäger 2015:95). Ziel der Diskursanalyse ist es, durch die Analyse von Diskursfragmenten gleichen Inhalts, die empirisch sortiert und thematisch getrennt werden sowie inhaltlich und formal erschlossen werden sollen, die ihnen zugrunde liegenden Aussagen zu erfassen (Jäger 2015:95).

Auch die Häufung von Aussagen spielt dabei eine Rolle, da sie Aufschluss über die Gewichtung einzelner Aussagen innerhalb des zu untersuchenden Diskursstranges gibt und damit die „Schwerpunkte der diskursiven Wirkung“ offenbart (Jäger 2015:95).

4.2. Vorgehensweise

Frei nach Jägers praktischer Gebrauchsanweisung für die kritische Diskursanalyse sollen die im Folgenden beschriebenen Schritte bei der Analyse durchgeführt werden. Da Jägers Anleitung zur Feinanalyse sich im Wesentlichen auf Zeitungs- bzw. Zeitschriftenartikel bezieht, in dieser Arbeit aber japanische Sachbücher untersucht werden – welche sich als Formen sprachlicher Performanz anders verhalten – wird die Vorgehensweise dementsprechend angepasst.

Jäger beschreibt die Strukturanalyse als einen essentiellen Schritt der Diskursanalyse; hierbei werden zunächst der Aufbau und die Zusammensetzung des Diskurses erfasst. Dies dient vor allem dazu, einen Überblick über den Diskurs zu erlangen und eine geeignete Auswahl für die Feinanalyse zu treffen. Die Strukturanalyse ist also der erste Schritt in der Erschließung des zu bearbeitenden Diskursstranges. Für die hier angestrebte Untersuchung des Diskurses um die ‚grasfressenden Männer‘ wurde bei einem Aufenthalt in der japanischen Nationalbibliothek ein Textkorpus erstellt, welcher nach Erscheinungsdatum, Genre und Relevanz sortiert wurde. Die bei diesem Prozess gewonnenen Erkenntnisse, in Verbindung mit der dazu bereits existierenden Sekundärliteratur, die schließlich zur Auswahl des Materials für die Feinanalyse geführt haben, werden unter Punkt 5. Strukturanalyse besprochen.

Bei der Feinanalyse der einzelnen Diskursfragmente soll zunächst der institutionelle Kontext der zu untersuchenden Publikation betrachtet werden. Dabei werden die Diskursebene festgehalten, die institutionelle Einbettung der Autor*innen beschrieben und die Art der Publikation charakterisiert (Jäger 2015:99-100). Jäger sieht Autor*innen als Produzent*innen sprachlicher Performanz, die aufgrund ihrer persönlichen Geschichte in bestimmte Diskurse eingebunden wurden, welche sich auf ihre Produkte auswirken (Jäger 2015:100). Die Informationen zur Person der Autor*in dienen jedoch lediglich der Verortung der vertretenen Diskursproduktion, nicht einer biographischen Beschreibung (Jäger 2015:100). Die Art der Publikation wird unter anderem anhand der Bestimmung der Textsorte, ihrer inhaltlichen Funktion, der ihr zugrunde liegenden Absicht und dem anvisierten Ziel-Publikum analysiert (Jäger 2015:99-100). Den zweiten Analyseschritt stellt die Untersuchung der Textoberfläche dar (Jäger 2015:98). Hier wird nicht nur auf die graphische Gestaltung der Publikation eingegangen, sondern auch deren Inhalt erfasst. Darüber hinaus werden Sinneinheiten im Text

identifiziert und angesprochene Themen sowie Unterthemen festgehalten. Auch die Funktion der einzelnen Kapitel, Abschnitte oder Gliederungspunkte werden hier betrachtet. Dies dient auch zur Feststellung von Verschränkungen mit anderen Diskurssträngen sowie von Argumentationsstrategien (Jäger 2015:102). Es wird außerdem untersucht, welche „sprachlichen Performanzen“ vollzogen werden; das bedeutet, es wird hinterfragt, welche Zwischenziele die Autor*innen erreichen und welche Funktion diese in der Gesamt-Argumentationslinie haben (Jäger 2015:102).

Drittens werden die in dem Werk zur Anwendung kommenden sprachlich-rhetorischen Mittel bzw. die Verwendung von Sprache im untersuchten Diskursfragment auf der Mikro-Ebene analysiert. Dabei werden „sprachliche Routinen“ dokumentiert, wodurch es möglich ist, „Regelmäßigkeiten zu erfassen, in denen sich ein Diskursstrang reproduziert“ (Jäger 2015:103). Diese „sprachlichen Routinen“ können nach Jäger zum Beispiel narrative Muster, Sprichwörter oder Redensarten sein (Jäger 2015:103). Insbesondere soll in diesem Abschnitt auch die Verwendung bewertender, beschreibender Adjektive und Nomen für die ‚Grasfresser-Männer‘ festgehalten werden, welche jedoch nicht mittels quantitativer Auswertung, sondern anhand ihres Gewichts für die Argumentationslinie durch *close-reading* identifiziert werden. Dadurch können positive oder negative Zuschreibungen an die hier thematisierte Männlichkeit sichtbar gemacht werden.

Im vierten Analyseschritt werden inhaltlich-ideologische Aussagen festgehalten, die Aufschluss über die „Normalitäts- und Wahrheitsvorstellungen“ der Diskursteilnehmer*innen liefern (Jäger 2015:108). Dabei werden die ideologische Bewertung des Gesellschaftsverständnisses und das Menschenbild der Autor*innen betrachtet (Jäger 2015:108). Bei der Untersuchung des Diskurses um die neue Männlichkeit des ‚Grasfresser-Mannes‘ ist es von Bedeutung festzustellen, ob sich die Diskursteilnehmer*innen des untersuchten Diskursstranges von der hegemonialen Maskulinität distanzieren oder sie unterstützen. Denn dadurch kann festgestellt werden, ob das Diskursfragment zum Reframing von stereotypen Genderrollen und Beziehungsmodellen in Japan beiträgt oder diese reproduziert. Dazu wird die ideologische Färbung der Aussagen der Publikation diskutiert, die aus den Erkenntnissen der vorhergehenden Analyseschritte hergeleitet wird. Schließlich werden die durch diese Analyseschritte gewonnenen Erkenntnisse noch einmal zusammengefasst. Im letzten Schritt werden die einzelnen Diskursfragmente zueinander in Bezug gesetzt und im Kontext des Gesamtdiskurses betrachtet. Die Ergebnisse der gesamten Analyse werden unter Punkt 9. Ergebnisse diskutiert.

Diese Arbeit erhebt nicht den Anspruch, den gesamten Diskurs in seiner Vollständigkeit

zu rekonstruieren, sondern möchte vielmehr die wichtigsten Aussagen des Diskursstranges von Ratgebern um zwischenmenschliche Beziehungen der ‚grasfressenden Männer‘ im untersuchten Zeitraum kritisch betrachten. Wie Foucault ausführt: „Das Archiv ist in seiner Totalität nicht beschreibbar; und es ist in seiner Aktualität nicht zu umreißen“ (Foucault 2015:189). Dies bezeichnet er als das „undefinierte, monotone, wimmelnde Gebiet des Diskurses [...]“ (Foucault 2015:104). Ein bestimmter Diskursstrang kann sich immer mit anderen verknüpfen, was zu „diskursiven Effekten“ führen und den Diskursverlauf ändern kann (Jäger 2015:92). Jäger wendet sich daher vom Begriff Archiv ab und verwendet stattdessen den Terminus Korpus für die Materialgrundlage (Jäger 2015:92-93). Aufgrund dieser Problematik schlägt Jäger vor, dass eines oder wenn nötig mehrere Diskursfragmente zur Feinanalyse ausgewählt werden sollen, die typisch für den zu untersuchenden Diskursstrang sind und möglichst alle Aussagen des Diskurses enthalten sollen (Jäger 2015:91). Die kritische Diskursanalyse will „Analyse und Kritik brisanter Themen und kritisierbarer Gegenstände in bestimmten Zeiten und Räumen“ erzielen, nicht all das in der Welt existierende Wissen abbilden (Jäger 2015:92-93).

5. Strukturanalyse

Im folgenden Kapitel sollen die Ergebnisse der Strukturanalyse des Sachbuch- und Ratgeberdiskurses um die ‚grasfressenden Männer‘ in Japan diskutiert werden, wobei im Speziellen der Diskursstrang zur Thematik Liebe, Sexualität und Beziehungen von ‚grasfressenden Männern‘ herausgearbeitet wird. Dabei werden zuerst die Entstehung und Verbreitung des Gesamtdiskurses und insbesondere die Rolle der Massenmedien in einem *backlash* gegen die Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ besprochen.

5.1. Zu den Ursprüngen des Diskurses um die ‚grasfressenden Männer‘

Die erste Verwendung des Begriffs *sōshoku danshi*, des ‚Grasfresser-Mannes‘, wird der Kolumnistin Fukasawa Maki zugeschrieben, die diese Männlichkeit im Jahr 2006 in einer Kolumne für die Zeitung *Nikkei Bijinesu Online* beschrieb (Noack 2014: 205). Diese 32-teilige Kolumne mit dem Titel *Das Marketing-Lexikon von U35-Männern* (*U35 danshi māketingu zukan*) setzt sich mit Verhaltensweisen und Konsumgewohnheiten von Männern unter 35 Jahren im Rahmen von Marketing-Profiling auseinander (Schad-Seifert 2016:268). Der Typus des *sōshoku danshi* (zu diesem Zeitpunkt wurde der Begriff noch ohne das systematisierende *kei* 系 geschrieben) wird vor allem in Folge 5 der Serie beschrieben (Schad-Seifert 2016:268).

Fukasawa definiert die *sōshoku danshi* als sexuell passiver als frühere Generationen von

Männern; da nun auch Frauen den sexuellen Kontakt einleiten, sei „die frühere Rollenverteilung von eroberndem Mann und erobelter Frau“ nicht mehr zeitgemäß (Saladin 2017:20). In der Zeit der japanischen Wirtschaftsblase sei es üblich gewesen, dass Männer Frauen bei Verabredungen zum Essen einladen, ihnen Geschenke machen und ein teures Hotel zahlen (Fukasawa 2006:o.S.; Schad-Seifert 2016:268). Diese Art des Umwerbens käme für die jungen Männer heute allein wirtschaftlich nicht mehr in Frage (Schad-Seifert 2016:268). So wird behauptet, dass Beziehungen zwischen Männern und Frauen generell lockerer (*kajuaru*) geworden und Liebe und Sexualität nichts Besonderes mehr seien (Fukasawa 2006:o.S.). Einerseits sei das veränderte Genderbewusstsein von Frauen der Hauptgrund für diese Entwicklung, andererseits sei auch die große Verbreitung von erotischen Medien für Erwachsene eine Ursache für die Zunahme der grasfressenden Männer – die sich dadurch von realen Frauen abwenden würden (Fukasawa 2006: o.S.). Bedenkt man die lange Geschichte von Pornographie in Japan⁴, so kann diese allerdings wohl kaum plötzlich zum Ersatz für partnerschaftliche Intimität geworden sein.

Der Soziologe Matsuoka Tadashi weist darauf hin, dass Fukasawa auch die Redaktion des Frauenmagazins *Non-no* bei der Herausgabe einer Sonderausgabe mit dem Titel „Grasfressende Männer“ (*sōshoku danshi*) leitete, welche im April 2008 herauskam (Matsuoka 2012:27). Diese Publikation trug ebenfalls zu der Popularisierung des Begriffs bei. In den Jahren nach diesen ersten Erwähnungen des ‚Grasfresser-Mannes‘ verbreitete sich der Begriff schrittweise, wobei die japanische Medienlandschaft eine entscheidende Rolle spielte (Noack 2014:205). Nicht nur die Massenmedien berichteten über die grasfressenden Männer, sondern es wurden auch Sachbücher, einschließlich verschiedenartiger Ratgeber, sowie Manga⁵, Romane, Fernsehserien⁶ und sogar Filme⁷ zu der Thematik publiziert. Aufgrund der steigenden Beliebtheit des Begriffs wurde Fukasawas 2007 erschienenen Buch *Eine illustrierte Enzyklopädie der Heisei-Männer* (*Heisei danshi zukan*), in dem sie sich näher mit 23 Typen von Männern beschäftigt, unter dem vorangestellten Titel *Generation der grasfressenden Männer* (*Sōshoku danshi sedai: Heisei danshi zukan*) 2009 neu aufgelegt (Noack 2014: 205). In diesem Werk attestiert Fukasawa dem ‚Grasfresser-Mann‘ zusätzlich zu seiner sexuellen sowie sozialen Zurückhaltung auch ein feminin konnotiertes Konsumverhalten (Schad-Seifert

⁴ Zum Beispiel erfreuten sich bereits in der Edo-Zeit (1600-1868) erotische Drucke, die zur sexuellen Stimulation verwendet wurden, sogenannte *shunga*, großer Beliebtheit in Japan (Klomp-makers 2008: 9).

⁵ Steven Chen untersuchte Darstellungen des ‚Grasfresser-Mannes‘ in Manga (Chen 2012:295).

⁶ Als ein Beispiel kann die Serie *Otomen* („Fräulein-Mann“) genannt werden, die 2009 auf dem Sender Fuji TV ausgestrahlt wurde.

⁷ 2010 wurden von Regisseur Wada Atsushi zwei Filme realisiert – einer mit dem Titel *Sōshokukei danshi* und einer mit dem Titel *Nikushokukei joshi* (DVDs von Ponī kyanon).

2016:269). Fukasawa prägt außerdem den Begriff für das Gegenstück des ‚grasfressenden Mannes‘: die ‚fleischfressende Frau‘ (*nikushoku joshi*) (Fukasawa 2009:11; Schad-Seifert 2016:268). Dieser Begriff bezeichnet hier einen Frauentyp, welcher aktiv und ambitioniert seinen Zielen in Beruf- und Privatleben nachgeht (Schad-Seifert 2016:268), und sich damit vom traditionell auf Haushalt und Kindererziehung ausgerichteten und außerdem eher passiven Frauenbild unterscheidet. Schließlich erhielt Fukasawa für den Begriff ‚Grasfresser-Mann‘ den „U-Can-Preis“ des Jahres 2009, der von dem renommierten Verlag Jiyū Kokuminsha für die zehn wichtigsten Trendwörter verliehen wurde (Schad-Seifert 2016:267). Dies trug wesentlich zu der Verbreitung durch japanische und ausländische Massenmedien bei – wodurch der Begriff in das öffentliche Bewusstsein vordrang (Schad-Seifert 2016:266). Infolge dieses diskursiven Ereignisses begannen sich mehr und mehr Individuen in Japan mit diesem Männertyp zu identifizieren, wodurch dieser zu einer gesellschaftlichen Tatsache wurde (Schad-Seifert 2016:266-267). Im Jahr 2009 häuften sich neben den Berichten in Massenmedien (Schad-Seifert 2016) auch die Publikationen von Liebesratgebern, auf die an späterer Stelle noch näher eingegangen werden soll.

Durch die japanischen Massenmedien verbreiteten sich negative Assoziationen mit dem Begriff *sōshoku danshi*, vor allem durch die reißerische Berichterstattung von Tageszeitungen wie z.B. der *Asahi Shinbun* (Schad-Seifert 2016:270). Es wird dabei wiederholt berichtet, dass diese Männer zu weiblich, unmännlich oder „verweichlicht“ seien (Schad-Seifert 2016:270). Den ‚Grasfresser-Männern‘ wird außerdem vorgeworfen, dass sie aufgrund ihrer sexuellen Passivität für den Rückgang der Geburtenrate verantwortlich seien (Koch/Steger 2013: 14). Im massenmedialen Diskurs wird auch ihre angebliche Ambitionslosigkeit im Beruf zur Bedrohung für die japanische Nation (Schad-Seifert 2016:274), deren wirtschaftlicher Erfolg einst auf dem Rücken hart arbeitender *sararīman* aufgebaut worden sei. Auch dass die ‚grasfressenden Männer‘ ein verringertes Bedürfnis nach Konsum an den Tag legen, wird in den Massenmedien in Zusammenhang mit der Rezession der japanischen Wirtschaft gebracht (Schad-Seifert 2016:275). Da den ‚Grasfressern‘ nachgesagt wird, dass sie nicht nur nicht heiraten, sondern ihrer Karriere auch wenig Bedeutung beimessen, ist ihr Lebensentwurf dem früherer Männergenerationen in Japan diametral entgegengesetzt (Koch/Steger 2013: 14-15). Aufgrund ihres Widerstands gegenüber des hegemonialen Ideals von Männlichkeit, welches Männer auch heute noch als *daikokubashira*⁸ definiert, repräsentieren die ‚grasfressenden

⁸ Der Begriff *daikokubashira* bezeichnet den hölzernen Pfeiler eines traditionellen japanischen Hauses, der die gesamte Struktur des Gebäudes trägt (Roberson/Suzuki 2003:8). Im übertragenen Sinne wird damit der männliche Haushaltsvorstand bezeichnet, der die Familie als Hauptverdiener versorgt und damit auch den Staat unterstützt (Roberson/Suzuki 2003:8).

Männer‘ eine oppositionelle Männlichkeit (Charlesbois 2013:96).

Fukasawa stellte zu einem späteren Zeitpunkt klar, dass sie eigentlich der neuen Männergeneration ein Lob hätte aussprechen wollen, als sie diese als „Männer, die nicht gierig hinter Liebschaften und Sex her sind, sondern eine gleichberechtigte Beziehung zu Frauen pflegen und die Familie und den eigenen Wohnort wertschätzen“ bezeichnete (Fukasawa 2015: o.S.). Angestoßen von Fukasawa entwickelte sich dennoch ein konservativ und patriarchal geprägter Diskurs in den Massenmedien, der sich auch in anderen Publikationsbereichen verbreitete. Kanda Yasuko beispielsweise stellte anhand einer Analyse von privaten Blogs japanischer Blogger*innen fest, dass sich die Gruppe von Personen, die die Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ kritisch bewertete, zwischen 2008 und 2011 von 27% auf 39% vergrößerte (Kanda 2011:262). Die Gruppe, die sich affirmativ über diese Männer äußerte, schrumpfte hingegen von 33% auf 14% (Kanda 2011:262). Schad-Seifert bezeichnet die diskursiven Prozesse der Abwertung des ‚Grasfresser-Typs‘ in den Massenmedien als „gesellschaftliche Praxis einer Selbstvergewisserung“ (Schad-Seifert 2016:275). Im Sinne eines *backlash* wird dabei die oppositionelle Maskulinität der ‚grasfressenden Männer‘ gegenüber der als normal wahrgenommenen hegemonialen Maskulinität als ‚Verlierer‘ dargestellt (Schad-Seifert 2016:275).

Jedoch leisten nicht nur das Aufgreifen der Thematik durch die Massenmedien, sondern insbesondere auch die Auseinandersetzung mit den ‚Grasfresser-Männern‘ durch Sachbuch-Autor*Innen, wie beispielsweise des Philosophen Morioka Masahiro und der Marketingexpertin Ushikubo Megumi, einen entscheidenden Beitrag zur Entwicklung des Gesamtdiskurses (Noack 2014:205). Die Massenmedien bewerten die neue Maskulinität tendenziell negativ, während Sachbuch-Autor*innen vielfältige Perspektiven auf die Thematik anbieten. Der Beziehungsratgeber-Diskurs, der im nächsten Abschnitt umrissen und eingegrenzt werden soll, ist Teil des Sachbuch-Diskurses um die ‚grasfressenden Männer‘.

5.2. Zur Eingrenzung des untersuchten Diskursstranges

Im Rahmen dieser Arbeit wurde ein Textkorpus zum hier untersuchten Diskursstrang erstellt, um einen Überblick über den Gesamtdiskurs zu erlangen. Dazu wurden im Juli 2017 in der japanischen Nationalbibliothek in einem ersten Schritt alle zu dieser Zeit zugänglichen Texte, die anhand der Schlagworte *sōshoku danshi* sowie *sōshokukei danshi* zu finden waren, gesichtet. Hierbei handelte es sich primär um Artikel in Zeitschriften oder unselbstständige Publikationen, welche jedoch nicht den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit darstellen. Da diese Arbeit

den Fokus auf Beziehungsratgeber in Buchform legt, wurden im zweiten Schritt Texte, die sich in diese Kategorie einordnen lassen, gesammelt und nach Relevanz sowie chronologisch geordnet. Des Weiteren wurde der Korpus durch Online-Recherche vervollständigt. Dabei wurde vor allem auf der japanischen Webseite des Versandhandels Amazon, ebenfalls mit den oben genannten Schlagworten, nach relevanten Büchern gesucht. Da auf Amazon Informationen verschiedener Verlage sowie antiquarische Angebote von Buchhändlern in Japan zugänglich sind, erwies sich die Seite als äußerst hilfreich bei der Recherche.

Im Zuge der Kategorisierung der Diskursfragmente wurde der Diskursstrang von Beziehungsratgebern um die ‚grasfressenden Männer‘ in Japan, der Teil eines größeren Diskurses von Sachbüchern zu diesem Phänomen ist, extrahiert. Als Sachbücher werden hier jene Publikationen bezeichnet, die sich mit dem als real wahrgenommenen Phänomen der ‚grasfressenden Männer‘ auseinandersetzen. In Japan fallen Sachbücher unter die äußerst breite Kategorie der Non-Fiction, die sowohl Fachtexte als auch *do it yourself*-Handbücher (*manyuaru*), Selbsthilferatgeber (*jikokeihatsubon*) sowie Beziehungsratgeber miteinschließt. Somit besitzt dieses Genre eine große Bandbreite und beinhaltet auf der einen Seite populärwissenschaftliche Werke, die tendenziell einen sachlichen Ton anschlagen, sich aber nicht an ein Fachpublikum sondern an eine allgemein interessierte Leserschaft richten. Meist sind Autor*innen dieser Art von Sachbuch in wissenschaftliche oder journalistische Diskurse eingebunden und haben einen akademischen Zugang zu der Thematik. Solche Publikationen entsprechen jedoch aufgrund fehlender Literatur- und Quellennachweise nicht dem westlichen wissenschaftlichen Standard. Zudem werden darin enthaltene Informationen stark vereinfacht dargestellt, um die Verständlichkeit für ein breites Publikum zu gewährleisten. Dadurch können wichtige Details komplexer Sachverhalte verloren gehen. Dennoch dienen sie der Weiterbildung und werden auch von den japanischen Massenmedien aufgegriffen und als ernstzunehmende Informationsquelle gehandhabt.

Auf der anderen Seite können Sachbücher auch rein der Unterhaltung dienen, in japanischer Umgangssprache verfasst sein und humoristische Illustrationen enthalten. Autor*innen solcher Publikationen haben meist keinen akademischen Hintergrund, sondern spezialisieren sich auf den Bereich Entertainment. Zum Teil stellen sich diese Publikationen jedoch auch als eine Form von Infotainment dar, wobei die Autor*innen vorgeben, wissenschaftlich nachgewiesene Fakten zu präsentieren. Dadurch wird zum Teil auch problematisches Gedankengut, wie beispielsweise sexistische Rezeptionen der ‚grasfressenden Männlichkeit‘, verbreiten. Auch Ratgeber und Selbsthilfebücher sind ein Teilbereich dieses Sachbuchdiskurses, jedoch besitzen sie diese eine dezidierte praktische Komponente. Durch

den Erwerb von Wissen und damit verbundenen Fähigkeiten soll den Leser*innen geholfen werden, etwas für ihr Leben Nützliches zu erlernen und dadurch ein persönliches Ziel zu erreichen.

Innerhalb des Sachbuch-Diskurses um die ‚grasfressenden Männer‘ konnten drei größere Themenfelder, welche sich zu Diskurssträngen formieren, identifiziert werden. Thematisch haben diese Diskursstränge jeweils einen der folgenden Aspekte im Fokus: das Konsumverhalten, das Verhalten in privaten zwischenmenschlichen Beziehungen (Liebe, Sexualität, Freundschaft, Elternbeziehung), sowie das Verhalten der ‚grasfressenden Männer‘ in Arbeit und Beruf. Auch Justin Charlesbois stellte fest, dass die *sōshokukei danshi* in der Literatur – welche Literatur hier gemeint ist, grenzt er nicht näher ein – anhand ihres Konsumverhaltens und ihrer ästhetischen Praxis, ihrer Einstellung zu Arbeit sowie ihrer zwischenmenschlichen Beziehungen definiert werden (Charlesbois 2017:170). Die drei hier kategorisierten Diskursstränge sind eng miteinander verwoben und treiben sich gegenseitig an. In Folge dessen wird in einem einzelnen Diskursfragment niemals nur eine der drei Thematiken angesprochen, sondern die Themenfelder werden durch kausale Zusammenhänge miteinander verknüpft.

Zum Diskursstrang „Konsumverhalten“ tragen Werke wie Fukasawa Makis *Sōshokukei danshi sedai: Heisei danshi zukan* (Generation der grasfressenden Männer: Eine illustrierte Enzyklopädie der Heisei-Männer, 2009) bei. Diese definieren den ‚Grasfresser-Mann‘ hauptsächlich als einen Konsumenten-Typ, der sich durch feminin konnotiertes Konsumverhalten auszeichnet. Die Konsumpraktiken der ‚grasfressenden Männer‘ umfassen demnach Einkaufen als Zeitvertreib, den Konsum von Produkten zur Verschönerung wie Kosmetik, Schönheitsbehandlungen oder Mode sowie gehobener Küche (Chen 2012:283). Aufgrund dieses Verhaltens wird diese Männlichkeit in populären Medien als „*ladylike*“ oder „*girly men*“ bezeichnet (Chen 2012: 283).

Ein weiteres wichtiges Beispiel ist Ushikubo Megumis Werk *Sōshokukei danshi ,o-jō man‘ ga nihon o kaeru* (Die ‚*lady*men‘ des Grasfresser-Typs verändern Japan, 2008) Ushikubo bezeichnet die ‚grasfressenden Männer‘ auch als ‚Fräulein-Männer‘ (*otomen*), wobei dieser Begriff auf einen Manga für Frauen aus dem Jahr 2008 mit dem gleichnamigen Titel zurückgeht (Ushikubo 2008:#Pos 13). Die ‚Grasfresser-Männer‘ definiert sie als Männer, die gerne mit ihrer Mutter einkaufen gehen, Desserts essen, Cocktails statt Bier trinken und Geld für Kosmetikprodukte und Mode ausgeben (Ushikubo 2008:#Pos 5-13). Ihr ästhetisches Empfinden richte sich eher auf Produkte, die niedlich (*kawaii*) sind anstatt cool (*kakkoii*) (Ushikubo 2008:#Pos 1188). Im Allgemeinen seien sie jedoch eher knauserig und würden nicht

so viel Geld ausgeben (Ushikubo 2008:#Pos 170). Neben der Hauptthematik Konsum werden hier die Unterthemen von Liebe und Sexualität, Verhalten am Arbeitsplatz, der Sinn für Ästhetik und die Verbundenheit mit Familie und Heimatort im Hinblick auf das Konsumverhalten der ‚Grasfresser-Männer‘ verhandelt. Dadurch wird ein detailliertes Bild eines Konsumententypen gezeichnet, der nicht mehr die Gewohnheiten ‚normaler Männer‘ teilt; dies zeige „sich in seiner Abneigung gegen Bier, starke alkoholische Getränke, Sportgeräte und Automobile“ (Schad Seifert 2016:269).

Diese Werke sind keine Ratgeber oder Selbsthilfe-Bücher, sondern beschreiben den ‚Grasfresser-Mann‘ als ein Phänomen der japanischen Gesellschaft aus einer journalistischen Perspektive. Dabei dienen sie dem Zweck der Weiterbildung, ohne praktische Ratschläge, die im eigenen Leben angewendet werden können, zu enthalten. Dabei wird oftmals auf wirtschaftliche und soziale Gegebenheiten Japans, wie das Platzen der Wirtschaftsblase Anfang der 1990er Jahre, Bezug genommen, um damit das veränderte Konsumverhalten von Männern zu erklären. Uchida Minoru erläutert, dass Fukasawa und Ushikubo im Grunde „die Männer der Gegenwart“ mit den Männern der Bubble-Generation vergleichen, und damit versuchen, deren Charakteristika herauszuarbeiten und sie zu typologisieren (Uchida 2012:124). Die hier beschriebene gegenwärtige Männlichkeit betrifft die Kohorte von Männern, die im Jahr 2009 zwischen 20 und 35 Jahre alt waren (vgl. Ushikubo 2008).

Derzeit sind mir nur die beiden oben genannten Autor*innen bekannt, die spezifisch zu dem Thema Konsumverhalten der ‚grasfressenden Männer‘ Sachbücher verfasst haben. Allerdings wird dieses Thema in zahlreichen anderen Publikationen ebenfalls – zumindest latent – aufgegriffen, weshalb dieser Diskursstrang großen Einfluss auf den Gesamtdiskurs ausübte. Dies wird besonders am Beispiel Fukasawa Makis ersichtlich, die den Gesamtdiskurs um die ‚Grasfresser-Männer‘ begründet haben soll. Auch in den Massenmedien wurde die Thematik des Konsumverhaltens von ‚grasfressenden Männern‘ und seine Bedeutung für die japanische Wirtschaft intensiv besprochen (Siehe Schad-Seifert 2016; Noack 2014; Chen 2012).

Der zweite Diskursstrang, den ich identifizieren konnte und der hier als „Verhältnis zu Arbeit und Beruf“ bezeichnet werden soll, besteht zum Großteil aus Business-Ratgebern, die Männern des ‚Grasfresser-Typs‘ helfen sollen, in der japanischen Arbeitswelt zurecht zu kommen und Karriere zu machen. Die Zielgruppe dieser Werke sind also primär Männer, die sich selbst als ‚Grasfresser‘ identifizieren. Ein Beispiel hierfür ist *Sōshokukei bijinesuman no tame no sutoresufurī shigotojutsu* (Stress free life hacks for herbivorous businessmen, 2009) von Okuda Hiromi. Durch diesen Ratgeber sollen ‚Grasfresser‘ lernen, sich ihre Sanftheit und Sensibilität bei der Arbeit zu Nutzen zu machen und ihren Stress zu reduzieren. Auf Amazon

Japan wird das Werk damit beworben, dass die ‚Grasfresser-Männer‘ ihre Sanftheit zur „Waffe“ werden lassen können, wenn sie die 24 im Buch vorgestellten Techniken erlernen (Amazon Japan 2018b). Hier werden die ‚Grasfresser‘-Männlichkeit und ihre Eigenschaften in ein positives Licht gerückt. Auch das Werk *Muri shinai kara muda mo nai ‚sōshokukei‘ shain no tame no o-tegaru kyaria manejojimento* (Es zu übertreiben ist Unsinn: Einfaches Karrieremanagement für Angestellte des Grasfresser-Typs, 2014) von Sawatari Amane kann hier als Beispiel genannt werden. Darin werden Strategien vorgestellt, wie man durch effektive Nutzung der eigenen Ressourcen die Karriereleiter erklimmen kann, ohne ein ‚Fleischfresser‘ zu sein, der sich bei der Arbeit verausgabt. Ein weiteres Werk, das diesem Diskursstrang zugeordnet werden kann, ist *Ima, motomerareru ‚sōshokukei rīdā‘ no tame no ‚ya-wa-ra-ka‘ shidōjutsu* (Jetzt, lockere Führungstechniken für die gefragten Führungspersonen des Grasfresser-Typs, 2014) von Nakatake Atsushi. Hier werden Strategien für Führungspersonen vorgestellt, die dabei helfen sollen, auf neue Gegebenheiten am japanischen Arbeitsplatz, wie zum Beispiel die Abwendung von der lebenslangen Anstellung in einem Unternehmen, zu reagieren. Ein sanfter ‚grasfressender‘ Führungsstil wird dabei als effektiv betrachtet. Hier zeigt sich wiederum eine diskursive Verknüpfung von Veränderungen in der japanischen Arbeitswelt und der Entwicklung einer neuen Männlichkeit im Sachbuch- und Ratgeber-Diskurs.

Der dritte Diskursstrang, der sich um die zwischenmenschlichen Beziehungen von ‚grasfressenden Männern‘ dreht, steht im Fokus dieser Arbeit. Dieser soll im nächsten Abschnitt im Detail besprochen werden, wobei auch auf die Auswahlkriterien für die Feinanalyse Bezug genommen wird.

5.3. Struktur des Diskursstranges um zwischenmenschliche Beziehungen

Der Diskursstrang, der sich um die Thematik von zwischenmenschlichen Beziehungen der ‚grasfressenden Männer‘ in Japan dreht, soll im Folgenden nun im Detail untersucht werden. Publikationen, die diesem Diskursstrang zugeordnet wurden, werden hier, im Sinne der Verständlichkeit, als Beziehungsratgeber bezeichnet, sie beschreiben aber zur selben Zeit die ‚grasfressenden Männer‘ auch als ein aktuelles gesellschaftliches Phänomen in Japan. Im Vordergrund stehen dabei die Themen Liebe und Sexualität, jedoch werden ebenso andere Formen zwischenmenschlicher Beziehungen wie Freundschaften und die Beziehung zu Eltern und Geschwistern thematisiert.

Insgesamt sind mir derzeit acht Werke bekannt, die sich in dieser Form mit Männern des ‚Grasfresser-Typs‘ auseinandersetzen und zwischen 2008 und 2010 publiziert wurden. Die

meisten dieser Ratgeber (sechs von acht) wurden im Jahr 2009 veröffentlicht. Daher wird dieses Jahr als der Höhepunkt der Diskursproduktion solcher Beziehungsratgeber betrachtet. Weiters richtet sich der Großteil dieser Publikationen, sieben von acht Beziehungsratgebern, an Frauen als primäres Zielpublikum. Nur ein Diskursfragment richtet sich alleine an Männer, die sich selbst als ‚Grasfresser-Typ‘ identifizieren. Neben dem primären Zielpublikum wird jedoch auch oftmals versucht andere Leser*innen anzusprechen, die sich generell für die ‚grasfressenden Männer‘ interessieren.

Wie bereits im Kontext des gesamten Sachbuchdiskurses besprochen wurde, wurde auch dieser Diskursstrang nicht nur von Autor*innen, die sich auf Ratgeber und den Bereich Entertainment spezialisiert haben, geprägt, sondern auch von Personen mit akademischem und journalistischem Hintergrund mitproduziert. Als Beispiel für einen Diskursteilnehmer, der in akademische Diskurse eingebunden ist, kann Morioka Masahiro genannt werden, der als Professor an der Waseda-Universität im Bereich Philosophie und Ethik tätig ist und zwei Ratgeber zur Thematik Liebe und Sexualität von ‚Grasfresser-Männern‘ veröffentlichte. Auch im Westen publizieren Akademiker*innen, insbesondere aus dem Fachbereich der Philosophie, Ratgeber und Selbsthilfeliteratur. Als Beispiel kann hier Richard David Precht, ein Philosoph, Publizist und Autor aus Deutschland genannt werden. Precht setzt sich in seinem Werk *Liebe: Ein unordentliches Gefühl* (2010) mit biologischen, sozialen und psychologischen Dimensionen von Liebe auseinander. Dabei arbeitet er interdisziplinär und zieht naturwissenschaftliche sowie geisteswissenschaftliche Spezialdiskurse hinzu. Der Grundgedanke derartiger Werke ist, wissenschaftliche Erkenntnisse zu vereinfachen, um sie anschließend auf das tägliche Leben anzuwenden und so daraus einen praktischen Nutzen zu ziehen.

Schad-Seifert untersuchte bereits den Diskurs um die ‚grasfressende Männlichkeit‘ in den japanischen Massenmedien und kam zu dem Schluss, dass es sich dabei um einen „Interdiskurs“ im Sinne Jägers handelt, der sich jedoch von den wissenschaftlichen Spezialdiskursen unterscheidet (Schad-Seifert 2009:266). Dabei handle es sich in erster Linie um „nicht empirisch oder wissenschaftlich fundierte Aussagen“, die jedoch Elemente der wissenschaftlichen Spezialdiskurse enthalten (Schad-Seifert 2016:266). Dies trifft auch auf den Diskursstrang von Beziehungsratgebern um die grasfressenden Männer in Japan zu.

Bei der Auswahl der Werke für die genauere Analyse im Rahmen dieser Arbeit wurde versucht, verschiedene Positionen zu berücksichtigen, um damit eine große Bandbreite an Aussagen im Diskurs abzudecken. Im Folgenden sollen zunächst Beispiele für diesen Diskursstrang vorgestellt und anschließend die Auswahl der Werke für die Feinanalyse

begründet werden. Eine Publikation, die als prägnantes Beispiel für diesen Diskursstrang dient, wurde vom „Verband zur Erforschung der Männer des Grasfresser-Typs“ (Sōshokukei danshi kenkyūkai) unter dem Titel *Uwasa no sōshokukei danshi* (Die berühmten Männer des Grasfresser-Typs, 2009) publiziert. Auch dieses Buch ist ein populärer Ratgeber, der sich an ein allgemeines, weibliches Publikum richtet, auch wenn der Name der Autor*innen-Gruppe den Anschein erweckt, es handle sich hierbei um eine akademische Publikation. In diesem Werk wird mit dem Image eines wissenschaftlichen Werkes gespielt, indem Statistiken, Grafiken und Tabellen mit „Fakten“ angeführt werden. Die grafische Aufbereitung der Publikation ähnelt jedoch im Allgemeinen jenen von Zeitschriften für junge Frauen. Dieser Ratgeber enthält neben Dating-Tipps und Beschreibungen des Phänomens der ‚Grasfresser-Männer‘ auch humoristische Manga (Siehe Abb.1) und Illustrationen verschiedener Künstler*innen sowie Essays zu dieser Thematik. Auch hier geht es hauptsächlich um die Frage, wie Frauen eine Beziehung mit ‚Grasfressern‘ führen und sie und ihr Verhalten besser verstehen können. Indem festgestellt wird, welcher Persönlichkeits-Typ der ‚grasfressende‘ Mann ist, soll die Leserin ihre Vorgehensweise beim Kennenlernen sowie in einer Beziehung mit einem solchen Mann planen können.



Abbildung 1: „Ich Glückliche habe einen grasfressenden Mann geheiratet“ – Ausschnitt aus einem Manga aus *Uwasa no sōshokukei danshi* (Die berühmten Männer des Grasfresser-Typs) von Sōshokukei danshi kenkyūkai (2009:109)

Ein weiteres Beispiel für einen Ratgeber um Liebe und Sexualität der ‚Grasfresser-Männer‘, welches in den untersuchten Zeitraum fällt, ist *Sōshokukei danshi ni koi sureba* (Wenn man sich in einen Mann des Grasfresser-Typs verliebte, 2009) von Artesia. Die Autorin spezialisiert sich auf Ratgeber- bzw. Unterhaltungsliteratur für Frauen zu Romantik, Liebe und

Sexualität. In dem Werk wird der ‚Grasfresser-Mann‘ ähnlich wie bei Morioka als „der letzte Partner“ bezeichnet (Artesia 2009) – eine Anspielung darauf, dass dieser Typ Mann gut für eine Heirat geeignet sei. Auch hier werden wieder Strategien vorgestellt, wie Frauen ‚Grasfresser-Männern‘ näherkommen können. Dieses Buch basiert auf dem Gedanken, dass ‚grasfressende Männer‘ aufgrund der Eigenschaften, die ihnen attestiert werden, begehrten, gute Lebenspartner darstellen.

Derartige Publikationen, die unter der Prämisse, dass das Verhalten von ‚grasfressenden Männern‘ in der Liebe und Sexualität als vorteilhaft für eine Ehe bzw. langfristige Beziehung betrachtet werden kann, verfasst wurden, bilden mit vier von sechs Diskursfragmenten aus dem Jahr 2009 die überwiegende Mehrheit. Negative Rezeptionen, die die Männlichkeit der ‚Grasfresser‘ als schädlich bewerten, beschränken sich auf die beiden Ratgeber der Autorin Sakuragi Piroko, auf die weiter unten näher eingegangen wird.

Im Beziehungsratgeber-Diskurs gibt es derzeit nur drei Autor*innen, die mehr als ein Werk im Bereich der Sachbücher über die ‚grasfressenden Männer‘ in Japan veröffentlicht haben: Morioka Masahiro, Ushikubo Megumi und Sakuragi Piroko. Diese drei Autor*innen repräsentieren unterschiedliche Positionen im Diskurs, weshalb jeweils ein Werk dieser Diskursteilnehmer*innen für die Feinanalyse ausgewählt wurde. Diese drei Autor*innen wurden einerseits aufgrund ihres Einflusses auf den Gesamtdiskurs ausgewählt, andererseits erfüllten sie die folgenden Auswahlkriterien: Alle ausgewählten Diskursfragmente wurden 2009 am Höhepunkt der Diskursproduktion publiziert und können in das Genre der Ratgeberliteratur eingeordnet werden. Thematisch drehen sich die ausgewählten Werke vor allem um die Thematik Liebe, Partnerschaft und Sexualität von ‚grasfressenden Männern‘. Das primäre Zielpublikum dieser Publikationen sind Frauen, die an einer Beziehung mit einem ‚grasfressendem Mann‘ interessiert sind.

Morioka sowie Sakuragi publizierten jeweils zwei Ratgeber zu den *sōshoku danshi* unter den Aspekten Liebe und Sexualität, während Ushikubo nur eine Publikation verfasste, die diesem Diskursstrang zuzuordnen ist. Jedoch veröffentlichte Ushikubo weitere Werke, die den ‚Grasfresser-Mann‘ unter anderen Aspekten thematisieren, wie zum Beispiel das oben erwähnte Sachbuch (Die ‚lady-men‘ des Grasfresser-Typs verändern Japan, 2008). Die Autorin spielte dadurch eine wichtige Rolle im Diskurs um das Konsumverhalten der ‚grasfressenden Männer‘. Auch in ihrem Buch *Ren‘ai shinai wakamono tachi: Konbinika suru sei to kosupaka suru kekkon* (Jugend die nicht liebt: Das konbinisierende Geschlecht und die Kosten-Nutzen-Heirat, 2015) ergründet sie die ‚Grasfresser-Männer‘ in Liebesbeziehungen, jedoch nicht im Kontext eines Ratgebers. Da Ushikubo im Gesamtdiskurs um die ‚grasfressenden Männer‘ als wichtige

Diskursteilnehmerin bezeichnet werden kann, wurde der von ihr 2009 publizierte Ratgeber *Sōshokukei danshi no toriatsukai setsumeisho: torisetsu* (Das Bedienungshandbuch für Männer des Grasfresser-Typs) hier als erstes Werk für die Feinanalyse ausgewählt.

Bis zum jetzigen Zeitpunkt wurde nur ein einziger Liebesratgeber publiziert, der sich direkt an ‚Grasfresser-Männer‘ wendet: *Sōshokukei danshi no ren’aigaku* (Lessons in love for herbivore boys, 2008) von Morioka Masahiro. Hier gibt Morioka Männern, die sich mit dem ‚Grasfresser-Typ‘ identifizieren, Tipps, wie sie zu einer glücklichen Liebesbeziehung kommen. Morioka behauptet, selbst in seiner Jugend ein ‚Grasfresser-Mann‘ gewesen zu sein, und durch diese Selbstidentifikation nimmt er eine besondere Position im sonst von weiblichen Autor*innen dominierten Diskurs ein. Daher wurde Moriokas 2009 erschienenes Werk *Saigo no koi wa sōshokukei danshi ga motte kuru* (Herbivore men will bring your last love), welches sich an Frauen richtet, als zweites Werk für die Feinanalyse ausgewählt. Aufgrund seines akademischen Hintergrundes unterscheidet sich sein Moriokas zur Thematik von dem der Marketing-Autorin Ushikubo Megumi oder der Liebesratgeber-Autorin Sakuragi Piroko.

Sakuragi repräsentiert im Gegensatz zu Morioka und Ushikubo typische populäre Autor*innen von Ratgebern in Japan, da sie im Allgemeinen im Bereich Entertainment publiziert und nicht in akademische Diskurse eingebunden ist. Ihre Position gegenüber der Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ ist stärker als in den anderen beiden Fällen vom patriarchalen Diskurs der Massenmedien bzw. konservativen Genderdiskursen in Japan beeinflusst, wodurch sie die andere Seite des Spektrums innerhalb des Diskurses repräsentiert. Hier sollte auch, analog zu den ersten zwei Fallbeispielen, klar gesagt werden, dass es sich hierbei um das dritte ausgewählte Textbeispiel handelt.

Auf Basis der im ersten Schritt erfolgten Strukturanalyse wurde die These aufgestellt, dass der Beziehungsratgeber-Diskurs sich weitaus offener, progressiver und toleranter mit der Männlichkeit des ‚Grasfresser-Typs‘ auseinandersetzt als der Teil des Diskurses, der in den Massenmedien geführt wird. Diese These basiert auf der Tatsache, dass ein Großteil der Liebesratgeber unter der Prämisse verfasst wurde, dass ‚Grasfresser-Männer‘ begehrenswerte Partner darstellen, die man nur verstehen lernen muss. Im nächsten Schritt soll diese nun anhand der Feinanalyse der drei ausgewählten Diskursfragmente überprüft werden.

6. Diskursfragment 1: Morioka Masahiros *Herbivore men will bring your last love*

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Feinanalyse des ersten Diskursfragments, Morioka Masahiros *Saigo no koi wa sōshokukei danshi ga motte kuru* (Herbivore men will bring your last love) aus dem Jahr 2009 diskutiert. Als erster Punkt dieser Analyse soll der

institutionelle Kontext, in dem das Diskursfragment entstanden ist, ergründet werden. Dazu werden zunächst die Art der Publikation beschrieben und anschließend die Diskursebene ermittelt. Zweitens ist die Textoberfläche des Diskursfragments zu betrachten, wobei die visuelle sowie grafische Aufbereitung, die Strukturierung, die inhaltliche Ebene, sowie die Argumentationslinie untersucht werden. Vor allem sollen hier auch in der Publikation angesprochene Themen, die auf Verknüpfungen mit anderen Diskursen hinweisen können, herausgearbeitet werden. Im dritten Analyseschritt soll auf die sprachliche Ebene im vorliegenden Diskursfragment auf der Mikroebene eingegangen werden. Dabei sollen vor allem die Mechanismen, die bei der Konstruktion der Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ zur Anwendung kommen, im Fokus der Analyse stehen. Des Weiteren sollen im vierten Analyseschritt dem Diskursfragment zugrundeliegende Ideologien, Wahrheitsvorstellungen bzw. Positionen bezüglich Männern des ‚Grasfresser-Typs‘ identifiziert werden. Ein Überblick über die wichtigsten Ergebnisse der Analyse wird im abschließenden Fazit gegeben.

6.1. Institutioneller Kontext

Bei dem folgenden Diskursfragment handelt es sich um einen Ratgeber für junge Frauen, die sich einen ‚grasfressenden Mann‘ als Partner wünschen oder ihren Partner besser verstehen und dadurch die Beziehung verbessern möchten. Die Publikation ist als Taschenbuch mit Umschlag bei dem japanischen Verlag *Magajin Hausu* erschienen, welcher für die Publikation von Magazinen wie der Frauenzeitschrift *An-an* oder Männer-Magazinen wie *Popai* sowie Lifestylmagazinen wie *Brutus* bekannt ist. Die am Umschlag angeführte Preisempfehlung beträgt 1200 Yen.

Morioka Masahiro, der Autor des Werkes, ist derzeit Professor an der School of Human Sciences der Waseda-Universität im Bereich Philosophie und Ethik (Waseda Universität 2018). Seine Forschungsgebiete umfassen die Bioethik, Gender Studies, Kritik zeitgenössischer Zivilisation, sowie Life Studies und *philosophy of life*, ein Bereich den Morioka nach eigenen Angaben selbst geprägt hat (Morioka 2017b). Im Bereich der Life Studies sowie der *philosophy of life* beschäftigt sich Morioka mit philosophischen Konzepten des Lebens und des Todes im transkulturellen Vergleich, sowie mit ethischen Fragen zum Leben im technologischen Zeitalter (Morioka 2017c). Dabei werden Thematiken wie die Definition des Todes in der Medizin am Beispiel des Hirntodes aus philosophischer Perspektive besprochen. Als Herausgeber des *Journal of philosophy of life* veröffentlichte er dort selbst zahlreiche wissenschaftliche Artikel, die diesen Forschungsgebieten zuzurechnen sind. Des Weiteren publiziert Morioka ein Online-Journal unter dem Titel *The review of life studies*, worin wissenschaftliche Essays veröffentlicht

werden. Dort setzte er sich 2011 in dem Artikel „*Sōshokukei danshi*‘ no genshōgaku-teki kōsatsu“ (A phenomenological study of ‚herbivore men‘) mit den ‚grasfressenden Männern‘ auseinander. In dieser Publikation reflektiert Morioka die Entwicklung des Trendwortes ‚grasfressender Mann‘ und seine Bedeutung für die Wahrnehmung von Männlichkeit in Japan. Auch wenn der Begriff 2011 nicht mehr in allen Medien besprochen werde und langsam an Bedeutung verliere, so markiere das Auftauchen der ‚grasfressenden Männer‘ doch ein „epochales Ereignis“ in der Wahrnehmung von männlichem Gender (Morioka 2011:13). Diese Entwicklung sei eine Chance für einen Paradigmenwechsel hin zu *gender equality* in der japanischen Gesellschaft, der durch ‚grasfressende Männer‘ und ihre weiblichen Partner*innen herbeigeführt werden könne (Morioka 2011:28).

Morioka publizierte bisher 21 Bücher in japanischer sowie drei in englischer Sprache (Morioka 2017a). In zwei Büchern widmet er sich konkret der Thematik von Männern des ‚Grasfresser-Typs‘: Im Jahr 2008 veröffentlichte er *Sōshokukei danshi no ren‘aigaku* (Lessons in love for herbivore boys), einen Liebesratgeber, in dem er sich direkt an ‚grasfressende Männer‘ richtet. Darin versucht Morioka, unerfahrenen Männern dabei zu helfen romantische Beziehungen aufzubauen, ohne ein „Macho“ zu sein (Morioka 2013). Diese Publikation sei das erste Buch gewesen sein, das den Begriff *sōshokukei danshi* im Titel trug (Morioka 2011). Darauf folgte die Publikation, die den Gegenstand dieser Untersuchung darstellt. Weiters veröffentlichte Morioka das Werk *Kanjinaï otoko* (Der Mann ohne Empfinden), welches erstmals 2005 erschien und 2013 unter dem Titel *Ketteiban: kanjinai otoko* (Endgültige Version: Der Mann ohne Empfinden) neu aufgelegt wurde. 2017 wurde auch eine englische Version des Werkes unter dem Titel *Confessions of a frigid man: A philosopher’s journey into the hidden layers of men’s sexuality* publiziert. In diesem Buch beschäftigt sich Morioka mit der Sexualität des ‚frigiden Mannes‘, dem Fetisch für Schuluniformen sowie dem Lolita-Komplex. Dabei spricht Morioka über seine eigenen Erfahrungen und Wünsche als ein solcher Mann.

Durch die Spezialisierung des Autors im Bereich der Gender Studies ist er auch in feministische Diskurse eingebunden. Beispielsweise publizierte er Artikel wie „Feminism, disability, and brain death: Alternative voices from Japanese bioethics“, der 2015 im *Journal of philosophy of life* erschien und sich mit feministischen Ansätzen in der Bioethik beschäftigt. Ein Interview mit Morioka erschien 2010 in der Buchreihe *Feminizumu wa dare no mono?* (Wem gehört der Feminismus?), worin er über seine Thesen zu den ‚grasfressenden Männern‘ im Kontext der Problematik von häuslicher Gewalt spricht. Hierbei vertritt er die Ansicht, dass ‚grasfressende Männer‘ aufgrund ihrer sanften Natur Gewalt grundsätzlich

ablehnen. In einer anderen Publikation wird die fehlende Auseinandersetzung mit dieser Form von Männlichkeit im feministischen Diskurs, als Chance für die Entwicklung einer Gesellschaft, die auf Gleichberechtigung basiert, von Morioka bemängelt (2011).

Aufgrund des akademischen Hintergrunds des Autors ist anzunehmen, dass in der hier zu analysierenden Publikation wissenschaftliche Vorgehensweisen zur Ergründung der Thematik zur Anwendung kommen, auch wenn diese zum Genre der Ratgeberliteratur zählt. Publikationen im akademischen Diskurs erreichen in der Regel nur eine äußerst begrenzte Leserschaft; durch die ‚Verpackung‘ wissenschaftlicher Inhalte in Form eines Ratgebers könnte es dem Autor möglich sein, ein breiteres Publikum anzusprechen. Dennoch werden Moriokas Texte zu den ‚Grasfresser-Männern‘ auch in akademischen Artikeln und Essays in Japan zitiert und verarbeitet, wie zum Beispiel bei Matsuoka Tadashi (2012b).

6.2. Textoberfläche

Die grafische Gestaltung dieses Diskursfragments beschränkt sich auf wenige Illustrationen und statistische Graphen. Das Titelblatt, die Seite vor dem Inhaltsverzeichnis sowie die Überschrift jedes Kapitels ist jeweils mit einer Zeichnung von jungen, schlanken Männern im Manga-Stil illustriert. Diese Figuren, die wohl ‚grasfressende Männer‘ darstellen sollen, sehen so aus, als ob sie in sich gekehrt und in Ruhe nachdenken würden. Die Illustration zu der Überschrift des ersten Kapitels zeigt einen jungen Mann, der eine Brille trägt und zerzaustes Haar hat, wie er auf dem Dach eines Hauses sitzt und nachdenklich in den Himmel blickt (Siehe Abb.2.) (Morioka 2009:11). In einer Sprechblase steht ein einleitender Satz zu dem Kapitel, der zum Lesen anregen soll: „Die ‚grasfressenden Männer‘, über die jeder spricht! Wie kann man mit ihm, der sanft, ein bisschen mutlos sowie aufrichtig ist, das Glück in der Liebe finden?“ (11)⁹. Für die Überschrift des zweiten Kapitels wurde eine Illustration gewählt, die einen jungen Mann zeigt, der alleine in Ruhe sein *bentō* isst (61). Die Illustration, die für das dritte Kapitel gewählt wurde, zeigt hingegen einen jungen Mann, der sich schüchtern wegzudrehen scheint (145). Die Abbildungen sind nicht negativ oder satirisch konnotiert, sondern sind ästhetisch ansprechend und vermitteln Ruhe und Gelassenheit.

Strukturell ist das Werk in ein kurzes Vorwort, drei Kapitel und einen kurzen Schlusskommentar unterteilt. Das erste Kapitel stellt Moriokas theoretische Überlegungen und Thesen zu der Thematik der ‚grasfressenden Männer‘ vor und ist in drei weitere Unterkapitel eingeteilt. Im ersten Abschnitt erklärt der Autor, wie die ‚Grasfresser‘ zum Gesprächsthema wurden und welche besonderen Merkmale sie von anderen Männer-Typen unterscheidet. Er

⁹ Im Folgenden beziehen sich alle Seitenangaben in Klammern, wenn nicht anders angegeben, auf Morioka 2009.

verweist hier auf Fukasawa Maki, als die erste Person, die den Begriff in ihrem Artikel für *Nikkei Bijinesu Online* verwendete (12). Des Weiteren erwähnt er die Autorin Ushikubo Megumi, die in ihrem 2008 erschienenem Werk *Sōshokukei danshi ,o-jō man‘ ga nihon o kaeru* (Die ‚ladymen‘ des Grasfresser-Typs verändern Japan) bewiesen haben soll, wie die Entwicklung der jungen Männer in Japan zu ‚Grasfressern‘ weiter fortschreite (13). Hieran ist ersichtlich, dass diesen beiden Diskursteilnehmer*innen attestiert wird eine wichtige Rolle bei der Prägung und Verbreitung des Begriffs gespielt zu haben.



Abbildung 2: Illustrationen ‚grasfressender Männer‘: „Introspektion“ (links, Morioka 2009:11) und „In Ruhe das selbst zubereitete Mittagessen genießen“ (rechts, Morioka 2009:61)

Morioka selbst definiert den Begriff des ‚grasfressenden Mannes‘, indem er acht Varianten von Männlichkeit vorstellt, die nach dem Modell des Idealtypus des Soziologen Max Weber konstruiert wurden (16). Nähere Informationen zu der Methodik oder zu Webers Modell werden dabei nicht gegeben. Allerdings betont Morioka, dass diese Eigenschaften natürlich auf keinen Mann in der Realität vollständig zutreffen, sondern dass es darum geht, über Gemeinsamkeiten und Unterschiede realer Männer mit diesen modellhaften Männlichkeiten nachzudenken (30).

Es wird zuerst von zwei grundlegenden Typen, nämlich dem ‚Fleischfresser-Mann‘ (*nikushokukei danshi*) und dem ‚Grasfresser-Mann‘ (*sōshokukei danshi*), ausgegangen (17-18). Morioka beschreibt den ‚Grasfresser-Typ‘ hier als sanftmütig, nicht an die Vorstellung „wie ein Mann sein soll“ gebunden und nicht sexuell aufdringlich gegenüber Frauen (17).

Dieser Typ Mann sehe Frauen als Individuen, nicht nur als Objekte sexueller Begierde, und er würde es vermeiden jemanden zu verletzen oder verletzt zu werden (17-18). Der ‚Fleischfresser-Typ‘ hingegen habe ein hartes Gemüt und befürworte die stereotype Vorstellung „wie ein Mann sein soll“ (18). Dieser Typus handle sexuell aktiv gegenüber Frauen, und nur wenn er sich von einer Frau nicht sexuell angezogen fühle, nehme er sie als Individuum wahr (18). In seiner Vorstellung gewinne ein Mann an Stärke, indem er selbst verletzt wird oder andere verletzt (18). Dieser Gedankengang erinnert an den Spruch des Philosophen Friedrich Nietzsche „Aus der Kriegsschule des Lebens. – Was mich nicht umbringt, macht mich stärker.“ (Nietzsche 2005:#Pos.39). Demnach würde dieser Typ Mann nicht nur andere dominieren sondern auch sich selbst durch das Überkommen von Traumata ‚abhärten‘, anstatt diese von vornherein zu vermeiden. Die Männlichkeit der ‚Fleischfresser‘ basiert daher auf der Vorstellung, dass Männer hart, dominant und unempfindlich sein müssen. Auch die hegemoniale Maskulinität zeichnet sich generell durch patriarchale Dominanz gegenüber allen Formen von Weiblichkeit sowie alternativen Männlichkeiten aus (Connell 2015:131), weshalb der ‚fleischfressende Mann‘ nach Morioka eine Repräsentation dieser darstellt. ‚Grasfressende Männer‘ definieren sich durch die Abgrenzung von dieser herrschenden Männlichkeit und werden somit zu einer oppositionellen Maskulinität.

Aufbauend auf diesen zwei Formen von Männlichkeit, die die Basis seines Modells bilden, entwickelt Morioka weitere Untertypen. Die beiden Basis-Typen werden dabei weiter in „Spätentwickler“ (*okute*), also unerfahrene, und „erfahrungsreiche“ (*keiken hōfuna*) Männer aufgeteilt (22-23). Ein ‚Grasfresser-Typ‘, der Spätentwickler ist, möchte niemanden verletzen und auch selbst nicht verletzt werden, daher gehe er nicht aktiv auf Frauen zu (22). Auch wenn es Frauen gebe, die ihm gefallen, weiß er nicht wie er sich ihnen nähern soll (22). Ein erfahrungsreicher ‚Grasfresser-Mann‘ hingegen habe in seiner Familie viel Kontakt mit Frauen gehabt, beispielsweise mit seinen Schwestern, wodurch er an den Umgang mit ihnen gewöhnt sei (22). Daher könne er sehr gut auf sein Gegenüber eingehen und zuhören, wobei er nicht sexuell zudringlich sei (22). Für diesen Typ Mann sei die Grenze zwischen Freundinnen und Lebenspartnerinnen fließend (23). Durch seine entspannte Ausstrahlung sei er bei Frauen äußerst beliebt (23).

Im Gegensatz dazu tendiere der ‚fleischfressende Spätentwickler‘ dazu, aktiv zu handeln, weshalb er – trotz mangelnder Erfahrung – beharrlich versuchen würde sich Frauen zu nähern (2009:23). Wenn er das Gefühl habe, dass ihn jemand mag, tendiere er dazu, zu denken, dass sich daraus Liebe entwickeln wird (23). Da er nicht wisse wie er sich Frauen nähern soll, verzweifle er manchmal und erschrecke Frauen durch seine sexuellen

Annäherungsversuche (23). Im Gegensatz dazu studiere der erfahrene ‚Fleischfresser-Typ‘ regelrecht die Stimmung von Frauen und nähere sich, sobald er eine Chance auf Erfolg sieht (23). Bei Verabredungen übernehme er den führenden Part und bringe Frauen dazu, sich in einer passiven Rolle wohl zu fühlen (23). Wenn dieser Typ Mann eine Möglichkeit sieht eine Frau zu verführen, versuche er dies ohne Rücksicht auf Verluste (23). Manche Männer dieses Typs würden versuchen, eine Frau nach der anderen zu umgarnen (23). Morioka erläutert, dass sich Männer, die zum ‚Spätentwickler-Typ‘ gehören, zu einem erfahrungsreichen Mann entwickeln können (33).

Auf Basis dieser vier Männlichkeiten stellt Morioka weitere vier Typen von Männern vor, die schlicht Varianten der ersten beiden darstellen. Diese beruhen auf der These, dass manche Männer ihrem grundlegenden Wesen entgegengesetzt handeln, da sie sich davon mehr Erfolg bei Frauen erwarten. Hier nennt Morioka den ‚pflanzenfressenden Spätentwickler‘, der sich ‚Fleischfresser‘-Verhaltensweisen aneignet, da er darin den einzigen Weg sieht, Frauen näher zu kommen (23). Diese Männer würden sich bemühen, ‚maskulines‘ (*otokorashiku*) Verhalten zu erlernen, seien aber noch nicht in der Lage, sich wie ‚Fleischfresser‘ zu benehmen (26). Bei längeren Gesprächen offenbaren sie ihren sanften ‚Grasfresser-Kern‘, der eher ruhig anstatt „wild“ (*yaseimi ga naku*) (26). Morioka stellt die Vermutung auf, dass in diesem Fall eine Partnerin, die sich einen ‚Fleischfresser-Mann‘ erwartet, von einem solchen Mann vermutlich enttäuscht werden wird (26). Wenn dieser Art von Mann genug Erfahrungen sammelt, entwickle er sich zum erfahrenen ‚Grasfresser-Mann‘, der vorgibt ‚Fleischfresser‘ zu sein: Er habe nun gelernt, Frauen aktiv zu führen und sich konventionell männlich zu präsentieren (26). Daher würde er Frauen ein Gefühl von Sicherheit vermitteln, sei jedoch sensibel, was auf einige Frauen einen besonderen Reiz ausübe (27). Andere bei Wettbewerben oder Streitigkeiten beiseite zu drängen, liege diesem Typ nicht (27). Er suche nach einer Partnerin mit Bestand, anstatt nach kurzfristiger „Jagdbeute“ (*emono*) (27).

Laut Morioka können sich aber umgekehrt auch Männer des Fleischfresser-Typs das Verhalten von ‚Grasfressern‘ aneignen: ‚Spätentwickler-Fleischfresser‘, die verstanden haben, dass beharrliche sexuelle Annäherungsversuche zwecklos sind, würden versuchen, mehr auf das Gegenüber einzugehen und damit ein sensibleres, sanfteres Verhalten anzunehmen (27). Ihr wahres Wesen offenbare sich darin, dass sie aus heiterem Himmel sexuelle Annäherungsversuche vornehmen würden, wenn sich eine Gelegenheit, zum Beispiel bei einer gemeinsamen Übernachtung, biete (27). Da sie noch unerfahren seien, falle es ihnen oft schwer, in der Beziehung mit einer Frau langsam Schritt für Schritt voran zu schreiten und die Dinge nicht zu überstürzen (27). Daher komme manchmal plötzlich ihr wahrer Kern zum Vorschein,

auch wenn sie versuchen würden, sich wie ‚Grasfresser-Männer‘ zu verhalten (2009:28). Auch dieses Paradox zwischen der „Bestie“ (*yajū*) im Inneren und dem sanften Äußeren könne einen Anreiz für Frauen darstellen (28).

Wenn dieser Typ genügend Erfahrung sammle, entwickle er sich zum Typ des erfahrungsreichen ‚Fleischfressers‘ in einer ‚Grasfresser‘-Hülle (28). Diese Männer seien in der Lage, sich Frauen gegenüber sensibel und aufmerksam zu verhalten, wodurch diese sich entspannen würden (28). Auch wenn sie von außen wie ‚Grasfresser‘ wirken, verspüren sie im Inneren einen starken Sexualtrieb (28). Dieser Typ Mann habe kein Problem damit, mit mehreren Frauen gleichzeitig Beziehungen zu führen (28). Morioka ist überzeugt, dass es nicht möglich ist, diesen Typ Mann für sich alleine zu haben (29). Anschließend erläutert Morioka, dass Männer sich durch das Sammeln von Erfahrungen von einem Typ in einen anderen weiterentwickeln könnten (2009:33). Daher könne ein falscher ‚Grasfresser-Mann‘, der in Wahrheit ‚Fleischfresser‘ ist, zu einem erfahrenen ‚Grasfresser-Typ‘ werden (2009:33).

Im zweiten Unterkapitel des ersten Kapitels beschreibt Morioka eine Methode, die Frauen dabei helfen soll, ‚grasfressenden Männern‘ näher zu kommen. Hierbei zählt der Autor die folgenden sieben Richtlinien auf, die er als essenziell betrachtet: Erstens empfiehlt Morioka, die Leser*innen sollten den Gedanken, dass Männer Wölfe sind, die angreifen, wenn sich ihnen eine Gelegenheit bietet, aufgeben (34). Der Autor lehnt die Vorstellung ab, dass eine Frau dem Mann nur eine Gelegenheit bieten, hübsch aussehen und sich sexy anziehen müsse, und der Mann würde die Initiative ergreifen und auf sie zukommen (35). Morioka hält eine solche Taktik nur für wirkungsvoll gegenüber ‚fleischfressenden Männern‘ (35). Zweitens sollen Frauen es generell vermeiden, die ‚Beute‘ zu spielen und ‚grasfressende Männer‘ zu necken, sondern stattdessen direkt ihr Interesse zeigen (43). Drittens sei es keine gute Taktik, Körperkontakt herzustellen um Signale auszusenden, wie es von Frauen-Magazinen empfohlen wird (36). Morioka erklärt, dass die Art und Weise, wie man sich einem ‚Grasfresser-Mann‘ nähern soll, eigentlich genau so ist, wie man sich als Frau (?) einer Frau nähern würde (39). Plötzlicher Körperkontakt sei dabei zu vermeiden; stattdessen solle man sich zuerst durch Gespräche kennenlernen und sich erst langsam körperlich annähern (39-40). Hier muss angemerkt werden, dass Morioka die Feststellung, dass das Verhalten von ‚Grasfresser-Männern‘ als feminin betrachtet werden kann, keineswegs abwertend formuliert.

Als vierten Punkt erläutert Morioka, dass Frauen sich nicht passiv oder gar unterwürfig gegenüber ‚grasfressenden Männern‘ verhalten sollen (37). Der ‚Grasfresser-Typ‘ glaube nicht daran, dass ein Mann der dominante, aktive Part sein muss, sondern bevorzuge eine gleichberechtigte Beziehung (37). Fünftens sei es ungemein wichtig, dass eine Frau dem

‚Grasfresser-Mann‘ ihre Gefühle und Wünsche deutlich in Worten mitteilt (2009:38). Denn wenn der ‚grasfressende Mann‘ versteht was die Frau möchte, könne er auch entsprechend darauf reagieren (38). Sechstens sei es wichtig, dass sich die Frau an das gemächliche Tempo eines ‚Grasfresser-Mannes‘ anpasse (40). ‚Grasfresser-Männer‘ würden behutsam jeden Schritt bedenken, weshalb auch ihr Tempo beim Aufbau einer Liebesbeziehung eher langsam sei (40). Als letzten Punkt nennt Morioka, dass eine Frau, wenn sie in der Beziehung zu einem ‚Grasfresser-Mann‘ einen Schritt weiter gehen möchte, warten solle bis die Situation und Atmosphäre dafür passend sind (41).

Zudem kritisiert Morioka Liebesratgeber für Frauen anhand von Beispielen aus Fujisawa Ayumis Ratgeber *1 byō de kare o muchū ni saseru hon* (Das Buch, mit dem sie ihn in 1 Sekunde bezaubert) (45). Vor allem, dass darin ein Bild gezeichnet wird, das Männer nur über ihren Sexualtrieb definiert, bemängelt Morioka (48). Außerdem hält er die darin vorgeschlagenen Strategien zum Kennenlernen von Männern für unrealistisch und nicht für ‚Grasfresser-Männer‘ geeignet (48-49). Dass auch ‚grasfressende Männer‘ einen starken Sexualtrieb haben und Lust empfinden können, dies aber individuell verschieden sei, wird hier ebenfalls thematisiert (51).

Im dritten und letzten Abschnitt des ersten Kapitels widmet sich Morioka der Frage, ob denn die Zahl der ‚Grasfresser-Männer‘ in der Generation von Männern in ihren zwanziger und dreißiger Jahren in Japan gestiegen sei (52). Zunächst führt er hier verschiedene quantitative Untersuchungen zu der Thematik an, welche er jedoch als ungenau kritisiert (52). Das größte Problem sei hierbei die Definition von ‚grasfressender Mann‘ gewesen, die einer Studie zur Selbstidentifikation hätte vorausgehen müssen (54). Dennoch vergleicht er die Ergebnisse der angeführten Umfragen und stellt die Vermutung auf, dass demnach 30 bis 60 Prozent der Männer in ihren zwanziger und dreißiger Jahren ‚Grasfresser‘ sein müssen (54). Morioka räumt jedoch ein, dass dieses Ergebnis aufgrund der zuvor erwähnten Definitionsproblematik nicht wissenschaftlich relevant sei (54). Dennoch glaubt der Autor, dass die Zahl der ‚grasfressenden Männer‘ seit früheren Zeiten (*mukashi kara*) gestiegen sei (54).

Anschließend geht er dazu über, die Ursachen für die vermeintliche Zunahme von ‚Grasfresser-Männern‘ zu erläutern. Hier sieht Morioka die durch die pazifistische Politik Japans nach 1945 bedingten gesellschaftlichen Veränderungen als wichtigen Faktor, der Japans Männer zu ‚Grasfressern‘ werden ließ (55). Aufgrund von 65 Jahren Frieden in Japan hätten junge Männer in Japan heute keine traumatischen Kriegserfahrungen mehr, was dazu führe, dass diese Generation von Männern nicht mehr solche Brutalität gewohnt sei und das Bild des Mannes als Soldaten allmählich aus Japan verschwinde (55). Nur die Mitglieder der

Selbstverteidigungsstreitkräfte würden noch im Töten ausgebildet werden, und selbst diese hätten nie jemanden auf einem Schlachtfeld getötet, argumentiert Morioka (55). Außerdem hebt er hervor, dass die Rate von Gewaltverbrechen in Japan im Vergleich mit anderen hochindustrialisierten Ländern sehr niedrig ist (56). Hierzu ist anzumerken, dass auch die Nachkriegsgeneration, oder auch die Bubble-Generation, keine Erfahrungen mit Krieg in Japan gemacht haben. Nähere Gründe, warum sich genau die Generation der ‚grasfressenden Männer‘, die 2009 zwischen 20 und 35 Jahren waren, auf diese Weise entwickelt hat, werden nicht angegeben.

Das zweite Kapitel stellt den längsten Abschnitt des Buches dar. Hier lässt der Autor ‚echte grasfressende Männer‘ zu Wort kommen (61). Dabei präsentiert Morioka vier Fallbeispiele von Männern des ‚Grasfresser-Typs‘, welche auf qualitativen Interviews basieren und in vier Unterkapiteln besprochen werden. Zur Methodik, Vorgehensweise und Art der Interviews wurden keine näheren Angaben gemacht. Ein Interview wird in Dialog-Form präsentiert; zwei weitere in Form von Erzählungen aus der Perspektive der Probanden, und eins als Chat-Protokoll. In erster Linie werden der Beziehungsstil, die Erfahrungen und die Wünsche bezüglich Liebesbeziehungen der Probanden thematisiert. Auf die Selbstidentifikation der Probanden als ‚Grasfresser‘ wird hier nur am Rande eingegangen. Allerdings sagen zwei der vier Männer, dass sie sich selbst – vor dem Interview mit Morioka – eigentlich nicht als ‚Grasfresser-Männer‘ gesehen haben. Obwohl hier die Meinungen und Ansichten der interviewten Probanden im Vordergrund stehen, berichtet Morioka oftmals von Anekdoten aus seinem eigenen Leben und kommentiert in Fußnoten die Aussagen der Interview-Teilnehmer. Des Weiteren beschließt Morioka jedes Fallbeispiel mit einem Resümee, in dem er nochmals die Hauptaussagen der Probanden mit seinen acht Kategorien von Männlichkeiten abgleicht. Das erste Interview wird in Dialogform dargestellt und wurde ähnlich einem Alltagsgespräch geführt. Dies bedeutet, dass der Interviewer – der Autor selbst – zwar spezifische Interviewfragen stellt, dabei jedoch auch Input und Denkanstöße gab. Es handelt sich um keine direkte Transkription, was an der klaren Formulierung der Sätze und dem Fehlen jeglicher Füllwörter oder Denkpausen erkennbar ist. Das bedeutet, dass eine Transkription, sofern diese überhaupt erfolgte, zumindest bereinigt bzw. klar ausformuliert wurde. Das Interview wird durch Überschriften in Unterthemen eingeteilt und anhand von Fußnoten am unteren Seitenrand durch Morioka kommentiert. Folgende Themen werden hervorgehoben: Viele ‚Grasfresser-Männer‘ bevorzugen Frauen, die nicht extrem weiblich auftreten (62). Sie haben eine Abneigung gegen typisch männliche Gespräche, bei denen mit sexuellen Eroberungen geprahlt wird (64). ‚Grasfresser-Männer‘ bevorzugen es, eine Frau zuerst freundschaftlich

kennenzulernen, bevor man sich einander sexuell annähert, was eine große Hürde beim Kennenlernen von Partnern darstellt (71).

Hier werden auch die Eltern als Vorbilder und ihr Einfluss auf spätere Beziehungen angesprochen. Der interviewte Teilnehmer Tamura erzählt von seinen Familienverhältnissen und der Beziehung zu seiner Mutter, aufgrund derer er Schwierigkeiten im Umgang mit Frauen habe (73). Tamura sieht es als problematisch, dass seine Mutter nicht direkt sagt, was sie meint, und Schweigen als ein Druckmittel eingesetzt wurde (73). An dieser Stelle wird das ‚Grasfresser-Verhalten‘ als das Resultat einer schwierigen Mutter-Sohn-Beziehung dargestellt. Auch Morioka selbst führt seine Probleme beim Kennenlernen von Frauen darauf zurück, dass er in allen Frauen seine Mutter sah, die ihre Meinung nicht deutlich kommunizierte (74).

Zudem wird hier angesprochen, dass es für Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ eine weitere große Hürde darstelle, dass von ihnen erwartet wird, die Verabredung mit einer Frau zu planen (75). Diese Männer hätten nichts dagegen, die Initiative an die Frau abzugeben (78). Außerdem wird die Empfindlichkeit von ‚grasfressenden Männern‘ angesprochen: Wenn diese bei einem Streit oder einer Diskussion plötzlich schweigen läge das nicht daran, dass sie ihre Partnerin ignorieren, sondern daran, dass sie zuerst Zeit benötigen, die Situation zu überdenken (81). Dass ‚grasfressende Männer‘ sich Kommunikation und Austausch mit Frauen wünschen und authentische, ehrlich Gespräche bevorzugen würden, wird ebenfalls besprochen (82-83). Schließlich werden noch ihre Idealvorstellungen von Ehe sowie die Realität von Ehebeziehungen in dem Interview behandelt (86). Morioka merkt an, dass ‚Grasfresser‘ nicht an der Vorstellung festhalten, der Mann müsse einen Heiratsantrag machen (89). Schließlich meint der Proband Tamura, er würde die Familie wertschätzen, aber er möchte sich auch von dem Konzept der Kernfamilie lösen und auch anderen Familienmodellen Raum geben, da Freunde und andere Menschen auch wichtige Beziehungen im Leben eines Menschen darstellen können (91).

Im Anschluss an das Interview kommentiert der Autor, dass Tamura wohl anfangs zum ‚grasfressenden Spätentwickler-Typ‘ gehörte, sich aber momentan in der Entwicklung zum ‚erfahrenen Grasfresser-Typ‘ befinde (92-93). Morioka betont hier, dass Tamura eine Abneigung gegen die gängigen Vorstellungen davon habe, wie ein Mann sein soll (93). Er nimmt an, dass Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ generell diese Abneigung teilen (93). Daher müssten Frauen sich von den feststehenden Werten abwenden und neue Beziehungsformen mit ‚grasfressenden Männern‘ suchen (93).

Das zweite Fallbeispiel wird in Form einer Erzählung aus der Perspektive des zweiunddreißig Jahre alten ‚Grasfresser-Mannes‘ Ninagawa vorgestellt, dessen Leidenschaft

das Kuchenbacken ist (94). Auch wenn Ninagawa gerne Kuchen bäckt und damit in seinem Umfeld anfangs für Verwunderung gesorgt habe, habe er sich selbst nie als ‚Grasfresser-Mann‘ gesehen (95). Dennoch habe er bemerkt, dass er sich von Männern in seinem Umfeld unterscheide (95). In diesem Abschnitt wird angesprochen, dass ‚Grasfresser-Männer‘ als typisch weiblich geltende Interessen, wie das erwähnte Kuchenbacken, hätten. Diese Männer würden Freundschaften mit Frauen schätzen, keine Karriere-Ambitionen haben und seien nicht leidenschaftlich bezüglich Liebe und Sexualität. Des Weiteren würden Männer wie Ninagawa eine gleichberechtigte Beziehung und ein gutes Zusammenleben im Haushalt einer sexuellen Beziehung vorziehen (100). Der Erzählung folgt ein Kommentar von Morioka, in dem er erklärt, dass Ninagawa ein erfahrener ‚Grasfresser-Mann‘ sei, da er an den Umgang mit Frauen gewöhnt ist (101). Er betont dabei, dass Sexualität für Ninagawa keinen hohen Stellenwert habe (101). Eine Frau könne nur seine Lebenspartnerin werden, wenn ein Zusammenleben ohne Sex kein Problem für sie darstellt (101).

Das dritte Fallbeispiel handelt von dem einunddreißigjährigen ‚Grasfresser-Mann‘ Morinaga (102). Morioka bezeichnet ihn als einen *bentō-danshi*, einen Mann, der sein Lunchpaket selbst zubereitet (102). Morinagas Statement ist, wie im Abschnitt davor, nicht als Dialog sondern als Erzählung abgefasst. Er berichtet, dass er in der Mittagspause immer mit einer Gruppe zusammen mit vier Kolleginnen zu Mittag isst (2009:102). Er tauscht sich mit ihnen über Rezepte aus, und seine Kolleginnen machen ihm oft Komplimente für seine selbstgemachten Lunchpakete (2009:103).

In diesem Abschnitt wird erneut angesprochen, dass grasfressende Männer oft gut mit Frauen befreundet sind und deren Hobbies und Interessen teilen. Der von Morioka als ‚Grasfresser-Mann‘ identifizierte Morinaga findet vor allem ältere Frauen anziehend, da sie auch das Ruder in die Hand nehmen können, was ihn von der Last befreit, die Verabredungen zu planen (104-105). Dass ‚Grasfresser‘ in einer Liebesbeziehung angeblich nur langsam voranschreiten wollen, wird hier ebenfalls thematisiert (106). Des Weiteren würden sich ‚Grasfresser-Männer‘ mit Frauen gerne auf intellektueller Ebene austauschen. Morinaga möchte sich über gemeinsame Interessen unterhalten und von seiner Partnerin auch gerne etwas lernen – das Wesen einer Frau sei ihm wichtiger als das Äußere (107). Falls er heiraten würde, würde er im Haushalt gerne die Arbeit aufteilen, so dass die Frau auch einem Beruf nachgehen kann (108). Die „weibliche Rolle“ (*joseitekina yakuwari*) würde er einer Frau nicht aufzwingen wollen (108). Wenn die Frau Karriere-Ambitionen hätte, wäre er sogar bereit, mit der Arbeit aufzuhören und als Hausmann zu Hause zu bleiben (108). Somit wird hier also auch die hegemoniale Rollenteilung von Mann und Frau bzw. deren Ablehnung besprochen.

Welchen Typ von ‚Grasfresser-Mann‘ Morinaga darstellt, erläutert Morioka in seinem Kommentar überraschenderweise nicht. Dieser Proband scheint also nicht in Moriokas Schema zu passen. Zusammenfassend wird kommentiert, dass Morinaga von Frauen erwartet, dass sie intelligent sind, Lebenserfahrung und Geschmack haben (109). Morioka merkt an, dass man oft von Frauen höre, sie hätten gerne eine Beziehung, in der sie sich weiter entwickeln können; es gebe jedoch auch Männer die sich dies wünschen würden (109). Dieses Bedürfnis sieht Morioka auch als ein Muster, das sich bei den ‚Grasfresser-Männern‘ zeige (109).

Als viertes Fallbeispiel präsentiert Morioka das Interview mit dem siebenundzwanzigjährigen Hirabayashi, den der Autor auf einer Social Media Plattform im Internet kennenlernte und mit dem er sich via Chat unterhielt (110). Da Morioka diesen Probanden durch eine ‚Grasfresser‘-Community im Internet ausfindig machte (2009:110), liegt es nahe, dass sich Hirabayashi schon vor Beginn des Interviews mit dem Begriff ‚Grasfresser-Mann‘ beschäftigt und identifiziert hat. Das Protokoll dieses Chats wurde transkribiert, wobei Morioka wie bei den anderen Fallbeispielen Unterüberschriften und Kommentare hinzufügt (2009:110). Da es sich um einen Online-Chat handelt sind die Fragen und Antworten tendenziell kurz und knapp formuliert.

Zunächst wird in diesem Abschnitt das Verhalten von ‚Grasfresser-Männern‘ bei japanischen Single-Treffen (*gō-kon*) thematisiert. Hirabayashi erklärt, dass er solche Veranstaltungen für Singles nicht mag – selbst wenn er teilnimmt, bleibe er eher still (111). In einer Fußnote erläutert Morioka, dass unerfahrene ‚Grasfresser‘ in der Lage wären, gut mit Personen zu kommunizieren, mit denen sie vertraut sind, aber sich sonst eher menschen-scheu verhalten würden (111). Aus diesem Grund sei es für diese Männer schwierig, bei solchen Treffen Frauen kennenzulernen (111). Zudem wird der Typ Frau, der ‚grasfressenden Männern‘ gefällt, thematisiert. Frauen, die ungeschminkt oder wenig geschminkt sind, die ruhig und gelassen aussehen und sich auch so verhalten, findet Hirabayashi anziehend (112-114). Er räumt jedoch ein, dass es ihm auch gefällt, wenn Frauen modisch gekleidet sind (114). Die wichtigste Eigenschaft, die eine Frau für Hirabayashi haben muss, ist Einfühlungsvermögen (115). Weiters werden wieder Genderbilder und die Oppositionshaltung von Grasfressern gegenüber einer stereotypen Männlichkeit thematisiert. Als eine ‚typisch männliche‘ Rolle wird auch hier eine dominante, führende Position des Mannes gesehen. Dabei wird angesprochen, dass sich wohl viele Frauen wünschen würden, von einem Mann eingeladen zu werden (116). Diese Einstellung lehnt Hirabayashi ab (116). Entscheidungen sollen am besten immer zu zweit getroffen werden (116). Des Weiteren möchte Hirabayashi, dass die Rechnung bei Verabredungen immer geteilt wird (116). Morioka äußert sich in den Fußnoten positiv über

diese Art von Beziehung, und bezeichnet sie abermals als eine gleichberechtigte Beziehung (116). Außerdem erläutert Morioka, dass eine Frau sich zwar, dem „Gefühl eine Prinzessin zu sein hingeben“ könne, wenn der Mann alles plant und entscheidet, aber dass es doch auch schön sei, seine Verabredungen zusammen zu planen (116). Interessant ist hier, dass die Vorstellung von Gleichberechtigung in einer Beziehung einerseits auf partnerschaftlichem Austausch und andererseits auf dem Teilen des finanziellen Aufwands bei Verabredungen besteht. In Bezug auf Familienplanung würde Hirabayashi gerne einen Doppelverdiener-Haushalt führen, aber wenn sie Kinder bekommen sollten, hätte er gerne, dass die Frau zu Hause bleibt (122-123). Morioka fragt ihn, ob er denn die Kindererziehung aufteilen wollen würde, wenn die Arbeitsplätze in Japan flexibler würden, oder ob er denkt, dass Männer arbeiten müssen (123). Hirabayashi erwidert, dass er nicht besonders dagegen sei, sich zusammen um das Kind zu kümmern, wenn sie genug Geld hätten (123). Auch die Sanftheit der ‚grasfressenden Männer‘ wird erneut thematisiert. Der Interviewteilnehmer erklärt, dass er kaum wütend werde und Probleme in einer Beziehung lieber im Gespräch löse (140). Als der Autor danach fragt, erklärt Hirabayashi weiters, dass er daher auch Gewalt in der Ehe entschieden ablehne (140). Des Weiteren wird erneut der Sexualtrieb von ‚Grasfresser-Männern‘ thematisiert: Hirabayashi erklärt, dass er zwar Lust empfinde, aber er würde keine Beziehung allein zur Befriedigung seiner sexuellen Bedürfnisse führen wollen; es käme für ihn auch nicht in Frage zu Prostituierten zu gehen (125). Daher würde er nur mit einer Frau ins Love Hotel gehen (d.h. in diesem Kontext mit einer Frau schlafen), wenn sie seine feste Freundin ist (126). Das Bedürfnis mit vielen Frauen zu schlafen habe er nicht (135). Ganz im Gegenteil empfindet Hirabayashi sogar Stolz dafür keusch zu leben (135-136). Auch die Verbindung von Männlichkeit mit materiellem Besitz wird hier kurz angesprochen. Dass er von Frauen abgelehnt wurde, weil er kein Auto hat, sei für Hirabayashi ein großes Ärgernis gewesen (136).

Morioka sieht Hirabayashi als Familienmensch, der Kinder liebt und gerne kocht (142). Von den gängigen Vorstellungen, wie Frauen und Männer zu sein haben, würde er sich nicht beeinflussen lassen, weshalb man mit ihm eine gleichberechtigte Beziehung aufbauen könne (143). Hier zeigt sich, dass Morioka den ‚Grasfresser-Typ‘ als einen Typ Mann konstruiert, für den Gleichberechtigung in der Beziehung eine Priorität darstellt. Das Selbstbild des Autors spielt hier eine maßgebliche Rolle in der Auswahl der den ‚Grasfresser-Typ‘ definierenden Eigenschaften. In dem Chat-Interview mit Hirabayashi erzählt auch Morioka mehrmals von seinen eigenen Erfahrungen als ‚grasfressender Mann‘.

Im dritten und letzten Kapitel des Ratgebers beantwortet Morioka in Form einer Q&A-Rubrik Fragen von Frauen, die Ratschläge bezüglich des Kennenlernens von Männern –

insbesondere ‚grasfressenden Männern‘ – benötigen. Woher der Autor die Fragen bezogen hat wird hier nicht näher erläutert, jedoch scheinen hier anonyme Personen den Autor zu spezifischen Problemen befragt zu haben. Die Fragen werden durch kleine Überschriften folgenden Unterthemen zugeordnet: die Mentalität der ‚Grasfresser- Männer‘; Missverständnisse, die ‚Grasfresser‘ betreffen; Zeichen, dass ein ‚Grasfresser‘ verliebt ist; Sexualität von ‚Grasfressern‘; und die Wertvorstellungen von ‚Grasfresser-Männern‘ bezüglich? der Ehe. Bis auf diese thematischen Unterteilungen hängen die Fragen jedoch thematisch nicht näher zusammen. Es werden hier auch Themen wie Homosexualität, Beziehungen ohne sexuelle Intimität, Treue, Enthaltbarkeit, Masturbation, weibliche Sexualität, Feminismus und ‚fleischfressende‘ sowie ‚grasfressende Frauen‘ in Verbindung mit den ‚grasfressenden Männern‘ angesprochen.

An dieser Stelle wird die Frage gestellt, ob denn das weibliche Verhalten der ‚Grasfresser-Männer‘ bedeutet, dass sie homosexuell sind (164). Morioka erklärt, dass der Großteil der Männer des Grasfresser-Typs wohl heterosexuell sei (164). Da es keinen Weg gibt festzustellen, ob ein Mann homosexuell ist, solle die Frau einfach zunächst davon ausgehen, er sei heterosexuell (164-165). Selbst wenn sich dann keine Liebesbeziehung entwickeln würde, würde sie möglicherweise einen guten Freund gewinnen (165). Morioka spricht sich hier gegen die Diskriminierung Homosexueller und Transgender aus und plädiert für eine Gesellschaft, aus der niemand ausgeschlossen wird (165). Hier wird also die häufig zu beobachtende diskursive Verbindung von als weiblich rezipiertem Verhalten bei Männern und Homosexualität thematisiert.

In diesem Kapitel finden sich auch Formen von Weiblichkeit, die ebenfalls in die Kategorien von ‚grasfressenden‘ und ‚fleischfressenden‘ Typen eingeteilt werden. Zunächst kann als Beispiel hier die Frage einer Frau genannt werden, die sich selbst als ‚fleischfressende Frau‘ (*nikushokukei joshi*) identifiziert und den Autor um Rat für das erfolgreiche Kennenlernen eines Partners bittet (188). Als ‚fleischfressendes‘ Verhalten bei Frauen, wird hier ebenfalls, bei einem Flirt aktiv die Initiative zu ergreifen, verstanden. Hierbei wird hinterfragt warum Männer oftmals denken würden, ‚fleischfressende Frauen‘ seien leicht zu erobern¹⁰ (188). Morioka erklärt, dass viele Männer, ‚grasfressende Männer‘ eingeschlossen, an dem Gedanken festhalten würden, dass Frauen, die aktiv flirten, nicht nach einer ernsthaften Beziehung suchen (189). Als Frau die Initiative zu ergreifen würde demnach im Kontext der Partnersuche von Männern negativ interpretiert werden. Der Autor rät der ‚Fleischfresser-Frau‘, sehr ehrlich zu sein, so dass der Mann erkennen könne, dass ihr romantisches Interesse speziell ihm gilt (189).

¹⁰ Hier wird der Begriff „*karui onna*“ (leichte Frau) verwendet, um dies zu umschreiben (188).

Anhand dieses Narrativs zeigt sich, dass die ‚fleischfressende‘ Weiblichkeit eine subordinierte bzw. oppositionelle Femininität darstellt. Als subordinierte Femininität und oppositionelle Femininität werden jene Formen von Weiblichkeit bezeichnet, die von der betonten sowie der dominanten Femininität abweichen (Messerschmidt 2011:206). Die betonte Femininität steht in einer komplementären, folgsamen Beziehung zu der hegemonialen Maskulinität, der sie sich in einer Hierarchie unterordnet und ihr dadurch dient (2011:206). Die Abweichung von dieser kann nicht nur durch Genderperformance, sondern auch aufgrund von Ethnizität, Klasse, Alter, Sexualität, *body display* oder Verhalten geschehen (Messerschmidt 2011:206). Als oppositionelle Femininität wird sie vor allem dann bezeichnet, wenn sie intendiert oder nicht intendiert, die hegemoniale Männlichkeit nicht durch ihre Unterordnung unterstützt (Messerschmidt 2011:206). Auch heterosexuelle Promiskuität, weibliche Homosexualität oder verbale Aggressivität bzw. männlich konnotierte Performance werden als abweichendes Verhalten betrachtet (Messerschmidt 2011:206). Um die Stellung der hegemonialen Männlichkeit zu sichern, werden oppositionelle Formen von Weiblichkeit mit degradierenden *labels* wie „Schlampe“ bezeichnet (Messerschmidt 2011:207). Die hier angesprochene ‚fleischfressende‘ Weiblichkeit zeichnet sich durch aktives Verhalten beim Kennenlernen von Partnern aus, was von Männern als abweichend entwertet wird. Diese negative Konnotation von weiblicher sexueller Erfahrung bzw. ‚Aktivität‘ wird auch an anderen Stellen in diesem Kapitel angesprochen. Bei einer weiteren Frage äußert eine Frau ihre Besorgnis darüber, dass es einen enthaltsamen ‚Grasfresser-Mann‘ stören könne, dass sie bereits sexuelle Erfahrungen gemacht hat (162). Morioka erwidert, dass sich dieser Mann wahrscheinlich mehr Sorgen darüber mache selbst noch Jungfrau zu sein, als darüber ob die Frau noch Jungfrau sei (163). Morioka nimmt also an, dass es einen ‚Grasfresser‘ nicht stören würde, wenn eine Frau bereits einige sexuelle Erfahrungen gesammelt hat (163). An der Frage dieser Frau zeigt sich die Angst davor, aufgrund sexueller Erfahrung, als subordinierte Weiblichkeit abgestempelt zu werden. Morioka nimmt jedoch an, dass dieses, von der betonten Weiblichkeit abweichende Verhalten, für die ‚grasfressenden Männer‘, die selbst gegen die hegemoniale Männlichkeit Widerstand leisten, kein Problem darstelle.

Dasselbe Narrativ wiederholt sich bei einer weiteren Frage, in der eine Frau ihr Unverständnis darüber ausdrückt, warum ‚Grasfresser-Männer‘ sich zu ‚Fleischfresser-Frauen‘ hingezogen fühlen (210). Morioka antwortet auf diese Frage, indem er erklärt, dass sich ‚grasfressende Männer‘ nicht vom dem Stereotyp, dass der Mann die Frau führen muss, einschränken lassen würden (210). Er erklärt, dass ‚fleischfressende Frauen‘ ‚grasfressende Männer‘ durch ihre „Power“ (*pawā*) und ihren Schwung mitreißen können (210). Jedoch

würden auch ‚grasfressende Frauen‘ (*sōshokukei joshi*) und Männer gut zusammenpassen (210). Im Endeffekt sei die „Seelenverwandtschaft“ (*aishō*) der Individuen entscheidend (211). Bemerkenswert ist hier, dass die ‚fleischfressende Weiblichkeit‘ hier positiv bewertet wird. Auf die hier erwähnte ‚grasfressende‘ Weiblichkeit, wird an dieser Stelle nicht näher eingegangen. Die ‚grasfressende‘ Weiblichkeit wird jedoch noch in einer weiteren Frage angesprochen. Hierbei wird die Problematik, dass eine Beziehung sich nicht weiterentwickeln könne, wenn beide Partner ‚Grasfresser‘ sind, diskutiert (171). Morioka antwortet, dass ein solches Paar sich vor allem Zeit nehmen müsse um einander besser kennenzulernen, damit sich aus Freundschaft eine Liebesbeziehung entwickeln könne (171). Unterschiede zwischen ‚grasfressenden Frauen‘ und ‚grasfressenden Männern‘ werden auch hier nicht erläutert – es gelten demnach die gleichen Eigenschaften sowohl für den Männer, als auch diesen Frauentyp. ‚Grasfressende‘ Weiblichkeit stellt demnach wohl die „betonte Femininität“ den Gegenpart der hegemonialen Maskulinität dar. Die betonte Femininität steht eigentlich immer in Verbindung mit der hegemonialen Männlichkeit, da sie sich über die hierarchische Beziehung zu dieser definiert (Messerschmidt 2011:206). Die Weigerung des ‚grasfressenden Mannes‘ diese Rolle in der Partnerschaft zu übernehmen, wird daher als Problem wahrgenommen. Die Möglichkeit sich von der betonten Femininität abzuwenden und selbst die Initiative zu ergreifen wird jedoch weder von dieser Frau, noch von Morioka selbst in Erwägung gezogen.

Die Thematik der Emanzipation von stereotypen Rollenbildern wird hier ebenfalls in Zusammenhang mit der weiblichen Sexualität besprochen. Auf die Frage einer Frau, wieso ihr Partner masturbiert, aber sie nicht berührt, antwortet Morioka, dass die Sexualität mit ihr – einer realen Frau – und sexuellen Wünschen in seiner Fantasiewelt für ihren Freund zwei völlig verschiedene Dinge seien (196). Um ihrem Freund körperlich näher zu kommen, solle sie versuchen, Frauenbilder, die er attraktiv findet, zu erkunden (196). Außerdem hinterfragt er die Ablehnung von Onanie und erklärt, dass viele Frauen auch selbst masturbieren würden (197). An dieser Stelle kommt er auf Feminismus zu sprechen und erklärt, dass es als ein wichtiger Akt der Emanzipation für Frauen betrachtet werden kann, ihre eigene Lust zu entdecken (197).

Natürlich werden viele Thematiken, die bereits zuvor ausgeführt wurden, in diesem Kapitel erneut angesprochen. Viele Fragen drehen sich darum, wie eine Frau einem ‚Grasfresser-Mann‘ näherkommen kann. Dabei wiederholt Morioka die Grundsätze bzw. Richtlinien, die er im ersten Kapitel bereits im Detail behandelt hat. Der Fokus liegt hier jedoch mehr auf den Problemen der Frauen, die sich aus der Auseinandersetzung mit der ‚hegemonialen Männlichkeit‘ sowie der alternativen ‚Grasfresser-Männlichkeit‘ ergeben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Morioka in diesem Kapitel Frauen dazu auffordert, aktiver und authentischer auf Männer zuzugehen, toleranter gegenüber dem (weiblich konnotierten) Verhalten von ‚Grasfresser-Männern‘ zu sein, sowie ihrem Partner ihre Gedanken und Meinungen offen mitzuteilen und sich sexuell zu emanzipieren.

6.3. Sprachlich-rhetorische Mittel

Als nächstes soll nun die Verwendung von Sprache in diesem Diskursfragment kurz erläutert werden. Diese ist vor allem von dem akademischen Hintergrund des Autors sowie der Zielgruppe des Werkes – jungen Frauen – geprägt. Daher ist das Werk zu einem großen Teil in einem akademisch-essayistischen Stil verfasst worden, was vor allem im ersten Kapitel deutlich wird, in dem Morioka acht Männlichkeits-Modelle mithilfe des Konzepts des Idealtypus nach dem Soziologen Max Weber aufstellt. Hier weist der Text in einigen Passagen eine hohe Informationsdichte sowie eine logische Strukturierung auf. Der Text ist klar und deutlich formuliert und damit einfach verständlich. Andererseits wurde versucht, das Werk durch jugendsprachliche Ausdrücke und eine große Anzahl an *katakana*-Worten ansprechender für das Zielpublikum zu gestalten und den Text aufzulockern. Beispiele dafür wären *mote no tekkiniku* (*mote-technique*, Technik zur Erlangung von Beliebtheit), *boditacchi* (*body touch*, körperliche Berührung), *sekkusuresu* (*sexless*, sexuelle Enthaltensamkeit) oder *sukinshippu* (*skinship*, eine menschliche Beziehung durch Körperkontakt vertiefen). Teilweise werden auch Wörter, die eigentlich keine Fremdwörter oder Lehnwörter aus dem Englischen darstellen, in *katakana* geschrieben wie zum Beispiel *warikan* (Teilen einer Rechnung), *ōkami* (Wolf), oder Onomatopoetika wie *gatsugatsu* (gierig).

Für die Beschreibung der Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ bzw. aller von Morioka genannten Untertypen werden folgende Attribute verwendet: sanftmütig (*yasashiku*), sensibel (*sensai*), weiches Herz (*yawarakai kokoro*), zaghaft/ängstlich (*ododo suru*), etwas mutlos (*chotto okubyō*), emotional heilend (*iyashikei na*), sexuell nicht gierig (*seiteki ni gatsugatsu shinai*), schlank (*surimu*), sanftmütige Gesichtszüge (*nyūwa na kaodachi*), gut im Zuhören (*kikijōzu*), menschenscheu (*hitomishiri*), aufrichtig (*seijitsu*), mag eine klar-verständliche Kommunikation (*kotoba o tsūjita komyunikēshon ga konomimasu*), ist der Familie (*kazoku omoi*) bzw. der Mutter verbunden (*hahaoya omoi*). Demzufolge überwiegen im Sprachgebrauch deutlich positive Attribute, die Männern des ‚Grasfresser-Typs‘ attestiert werden, gegenüber negativen Wesenszügen. Als negative Eigenschaften werden nur Zaghaftigkeit oder Ängstlichkeit bzw. Mutlosigkeit genannt, sowie eine Tendenz, sich vage oder mehrdeutig zu verhalten. In diesem Kontext bedeutet dies, dass ‚Grasfresser-

Männer‘ nicht klar Position beziehen, ob romantisches Interesse an einer Frau besteht oder nicht. Wie gut ein Mann des ‚Grasfresser-Typs‘ mit Frauen kommunizieren kann, macht Morioka von dessen Erfahrung abhängig. Die anderen Eigenschaften, die oben genannt wurden, sind in diesem Diskursfragment positiv oder neutral konnotiert. Dass die ‚Grasfresser-Männer‘ angeblich zart besaitet und sensibel sind wird hier als Vorteil in einer partnerschaftlichen Beziehung gedeutet.

Sprachliche Bilder, die zur Beschreibung von Männern des ‚Grasfresser-Typs‘ verwendet werden, sind zum Beispiel Rohedelsstein (*genseki*), hässliches Entlein (*ahiru no ko*, wörtl. Entenkind), oder herbeigesehnte Verkörperung der Gleichberechtigungs-Ideologie (*danjo byōdō shisō no mōshigō*). Der Begriff Rohedelsstein impliziert, dass sich aus einem Stein, der wertlos erscheinen mag, ein großer Schatz entwickeln kann. Morioka verwendet diesen Begriff, um unerfahrene ‚Grasfresser-Männer‘ zu beschreiben, die erst lernen müssen mit Frauen umzugehen (24). Der Ausdruck „ein Entenkind, das als Schwan wiedergeboren wird“ (24), verweist auf das Märchen des hässlichen Entleins von Hans Christian Andersen (der japanische Titel lautet *Minikui ahiru no ko*). Auch dieser wird hier verwendet, um die Entwicklung eines unerfahrenen ‚Grasfresser-Mannes‘ in einen begehrenswerten Mann zu beschreiben. Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ als herbeigesehnte Verkörperung der Gleichberechtigungs-Ideologie (39) zu bezeichnen, spielt offensichtlich darauf an, dass die Eigenschaften dieses Typs ihn zum idealen Partner für eine gleichberechtigte Beziehung bzw. für eine auf Gleichberechtigung basierende Gesellschaft machen sollen.

In diesem Werk finden ganz bestimmte Narrative Anwendung für die Konstruktion des Typus des ‚Grasfresser-Mannes‘; diese sollen im Folgenden vorgestellt werden. Zuerst muss hier die diskursive Verknüpfung von „aktivem“ Verhalten (*sekkyokuteki*) mit Männlichkeit und „passivem“ Verhalten (*shōkyokuteki*, *ukemi*) mit Weiblichkeit Erwähnung finden. Eine Studie von Itō Kimio et al. bewies die Verbindung von aktivem Verhalten mit dem männlichen und passivem Verhalten mit dem weiblichen Gender in der japanischen Gesellschaft (vgl. Itō et al. 2009). Dieses binäre Motiv beruht auf dem Narrativ der Komplementarität von Männlichkeit und Weiblichkeit, welches den hegemonialen Geschlechterrollen in Japan zugrunde liegt (Hidaka 2010:2). In dem hier vorliegenden Diskursfragment wird der Typ des ‚fleischfressenden Mannes‘ stark mit männlich konnotierten Eigenschaften verknüpft, die der hegemonialen Männlichkeit zugeordnet werden können. Der unerfahrene ‚Grasfresser-Typ‘ versucht männlicher (*otokorashiku*) zu werden, weshalb er sich wie ein ‚Fleischfresser-Typ‘ verhält (26). Diese Männlichkeit gilt als sexuell aktiv handelnd, dominant, widerstandsfähig und hart. Des Weiteren besteht aktives Verhalten daraus, auf eine

Frau zuzugehen, sie anzusprechen, ein Liebesgeständnis zu machen, um Verabredungen zu bitten, Verabredungen zu planen, die Frau dabei zu „führen“ (*rīdo suru*), zum Geschlechtsverkehr zu verführen und schließlich im Laufe einer Beziehung einen Heiratsantrag zu machen. Die Frau nimmt in diesem Szenario die passive Position ein – sie handelt selbst nicht, sondern wird unterhalten oder zu sexuellen Handlungen bewegt. Die Fähigkeit zur Führungskraft (*rīdashippu*), die hier als das Verhalten beschrieben wird, alleine Entscheidungen zu treffen und Druck auf andere auszuüben sich diesen zu fügen (97), wird dabei in den Vordergrund gerückt. Morioka erklärt, dass er selbst als junger Mann versuchte, diese Verhaltensweise eines ‚Fleischfressers‘ anzunehmen, da er keinen anderen Weg sah Erfolg bei Frauen zu haben (24).

Über Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ wird gesagt, dass sie sich Frauen, die ihnen gefallen, nicht aktiv annähern können, da sie niemanden verletzen und auch nicht selbst verletzt werden wollen (22). Das Fehlen dieser als „typisch männlich“ geltenden Eigenschaft wird für sie aufgrund der Gender-Binarität zum Problem. In gleicher Weise stößt eine Frau, die aktiv handelt, auf Ablehnung, wie das Beispiel der ‚Fleischfresser-Frau‘ in Kapitel drei zeigt, die vermeiden will, als „leicht zu haben“ abgestempelt zu werden (162). Das Sinnbild des ‚aktiven Mannes‘ wird also in diesem Diskursfragment verwendet, um den ‚Grasfresser-Mann‘ als Gegenentwurf konstruieren zu können. Morioka versucht allerdings, ein positives Bild des ‚Grasfresser-Mannes‘ zu zeichnen und sich von der üblichen Problematisierung des „passiven Mannes“ abzuwenden. Das Wort *shōkyokuteki* (passiv) wird in einer Publikation im Zusammenhang mit dem ‚Grasfresser-Typ‘ vermieden. Morioka attestiert dem ‚Grasfresser-Typ‘ jedoch eine Tendenz zu einer passiven Rolle in einer Beziehung (*ukemi no ren‘ai*), wodurch er leicht(er) mit Frauen in Kontakt kommt, die selbst die Initiative übernehmen wollen (116). Darüber hinaus bezeichnen sich Probanden in Interviews bzw. Erzählungen selbst als „zutiefst passiv“ (*tetteitekini ukemi*) (96) oder als „einen passiven Typ“ (*ukemi taipu*) (77). Für Morioka haben in erster Linie unerfahrene ‚Grasfresser-Männer‘ das Problem, aufgrund ihrer Ängstlichkeit Frauen nicht näher kommen zu können (22). Der erfahrene ‚Grasfresser-Typ‘ hingegen benötigt das oben genannte aktive Verhalten nicht, um Frauen näher zu kommen, da er ihnen freundschaftlich begegnet.

Ein weiteres Narrativ verbirgt sich hinter dem Sprichwort „Männer sind Wölfe“ (*Otoko wa ōkami de aru*), das in diesem Werk mehrmals erwähnt und vom Autor kritisch betrachtet wird (34). Morioka fordert die Leser*innen auf die Vorstellung, dass Männer Wölfe sind, die angreifen, wenn sich ihnen nur eine kleine Gelegenheit bietet, „wegzuwerfen“ (*suteru*) (34).

Frauen, die sich wie Beute verhalten, indem sie sich sexuell aufreizend präsentieren und darauf warten, dass der Mann zu ihnen kommt, hätten damit nur Erfolg beim ‚Fleischfresser-Typ‘ (35). Das Bild, das durch dieses Sprichwort gezeichnet wird, veranschaulicht deutlich die Ursprünge der Begriffe ‚fleischfressender‘ und ‚grasfressender Mann‘. Männer werden hier mit wilden Tieren gleichgesetzt, die auf ihre Beute – Frauen – lauern. Dies dient der Untermauerung der Behauptung, dass es in der Natur von Männern liege, ‚Fleischfresser‘ zu sein. Zudem vermittelt das Bild des Mannes als Wolf eine gewisse Aggressivität bzw. übergriffiges Verhalten und Unkontrolliertheit bei der sexuellen Annäherung. Dabei findet eine Generalisierung statt, wodurch ein solches Verhalten jedem Mann unterstellt wird. Von dieser Vorstellung von der Natürlichkeit männlicher Aggressivität, distanziert sich Morioka. Nach Moriokas Verständnis trifft dies auf Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ nicht zu: Außerdem porträtiert Morioka die ‚grasfressenden Männer‘ als einen Typ Mann, der Gewalt ablehnt. Er vertritt die Ansicht, dass durch einen ‚Grasfresser-Mann‘ als Ehemann die Gefahr von häuslicher Gewalt erheblich sinken würde (140). Folglich wird das Bild des Mannes als Wolf verwendet, um die Andersartigkeit der ‚grasfressenden Männer‘ herauszustreichen und sie von den animalischen ‚Fleischfressern‘ abzugrenzen.

Auch die mit dem Sprichwort „Der Wert der Frau liegt in der Jugend“ (*josei no kachi wa wakasa*) verbundenen patriarchalen Wertvorstellungen, werden in diesem Diskursfragment explizit kritisiert. Dieser Spruch besagt, dass der Wert einer Frau an ihrem jugendlichen Erscheinungsbild und Verhalten gemessen wird – nicht von ihrem Erfahrungsreichtum, Bildungsgrad oder anderen Fähigkeiten im Alltag oder Beruf, die im Laufe des Lebens erworben werden. In Kapitel zwei erklärt der ‚Grasfresser-Mann‘ Morinaga, dass er sich zu älteren, intelligenten Frauen hingezogen fühlt, von denen er etwas lernen kann (104). Morioka kontrastiert Morinagas Statement mit diesem Sprichwort, um zu betonen, dass Menschen (Männer), die Frauen nicht anhand ihres Alters oder Äußerlichkeiten beurteilen, wertgeschätzt werden sollten (104). ‚Grasfresser-Männer‘ beurteilen, nach Morioka, Frauen nicht allein anhand von Äußerlichkeiten, sondern bewerten sie in erster Linie anhand ihrer charakterlichen Qualitäten. Auch hier werden die Fortschrittlichkeit und moralische Überlegenheit der ‚Grasfresser-Männer betont und gleichzeitig eine Abwendung von einer konservativen Haltung gegenüber Frauen, wie sie sich in dem kritisierten Sprichwort ausdrückt, vollzogen.

Narrative, durch die die hegemoniale Maskulinität im japanischen Genderdiskurs üblicherweise geschützt und verstärkt wird, werden in diesem Diskursfragment kritisiert und ihr Wahrheitsgehalt wird infrage gestellt. Dabei wird die Identität des ‚grasfressenden Mannes‘ über die Abgrenzung von der hegemonialen Männlichkeit konstruiert, welche hier

vom ‚fleischfressenden Mann‘ repräsentiert wird.

6.4. Inhaltlich-ideologische Aussagen

Ideologisch lässt sich das hier vorliegende Diskursfragment in der japanischen Männerforschung (*danseigaku*) um Itō Kimio verorten. Diese baut auf feministischem Gedankengut auf: Hierbei werden Männlichkeit und Weiblichkeit als gesellschaftlich und kulturell hergestellte Rollenbilder verstanden (Itō 1993). Itō et al. argumentieren, dass beide Geschlechterrollen jeweils gewisse Vor- und Nachteile in einer Gesellschaft mit sich bringen – es herrscht ein Doppelstandard, welches Verhalten als erwünscht oder akzeptabel gilt und welches nicht (2011:4). Männlichkeit setzt voraus, dass ein Mann körperlich und mental stark ist und daher nicht nur körperliche Arbeit übernimmt, sondern auch keine Schwäche, wie z.B. durch den Ausdruck von Emotionen wie Trauer oder Wut, zeigt (Itō et al. 2011:6). Auch wirtschaftliche Kraft, also die Verfügbarkeit von finanziellen Mitteln, ist eine Voraussetzung für Männlichkeit (Itō et al. 2011:6). Die finanziellen Mittel des Mannes sollen in weiterer Folge auch die Familie ernähren und die Frau unterstützen (Itō et al. 2011:6). Als ein weiterer Nachteil des männlichen Gender wird hier genannt, dass gefordert wird, dass man als Mann die Rolle des ‚Anführers‘ (*rīdā*) bzw. der verantwortlichen Person zu übernehmen hat (Itō et al. 2011:6). Auch beim Geschlechtsverkehr muss der Mann „führen“ (*rīdo*) (Itō et al. 2011:6). Männer werden des Weiteren nicht von Frauen zu Verabredungen eingeladen (Itō et al. 2011:4). Wenn es zu einem Date kommt wird erwartet, dass die Männer bezahlen (Itō et al. 2011:6) bzw. die Rechnung im Restaurant für beide übernehmen. Die Frau soll hingegen in ihrem Verhalten und ihrem Bewusstsein passiv (*judōteki*) bleiben und daher Männer nicht zu Verabredungen einladen und auch nicht über sexuelle Erfahrungen sprechen (Itō et al. 2011:4). Diese stereotypisierten Bilder spiegeln nicht die Vielfalt der existierenden sexuellen Identitäten und Ausdrucksformen wider (Itō et al. 2011:11). Eine genderneutrale Gesellschaft sei anzustreben, da dadurch nicht nur Frauen, sondern auch Männer von den starren Gendernormen befreit werden (Itō et al. 2011:15). Der zentrale Gedanke von Itōs Werk, dass auch Männer unter (hegemonialer) Männlichkeit leiden (Itō 1993), spiegelt sich in Moriokas Argumentationslinie wider. Männer des ‚Grasfresser-Typs‘, wie sie bei Morioka portraitiert werden, leiden unter der Erwartungshaltung von Frauen – wenn sie einer Frau nahekommen wollen, müssten sie die aktive Rolle übernehmen. Nach Morioka stellt ein Liebesgeständnis oder ein Heiratsantrag ein großes Risiko dar emotional verletzt zu werden, welches der Mann bei einer konservativen Rollenverteilung alleine schultern müsse (43). Wenn jedoch eine Frau durch ihre Initiative einen Teil dieses Risikos übernimmt, nehme das Druck von dem Mann (43). Diese Veränderung

in der Rollenverteilung führe zu stärkerer Gleichberechtigung von Mann und Frau innerhalb einer Beziehung (43). Daher appelliert Morioka in dem Werk an Frauen, sich die Vorteile einer solchen Partnerschaft vor Augen zu führen. Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ würden außerdem nicht alleine die ganze Planung einer Verabredung, von der Wahl des Restaurants bis zum Menü, übernehmen (116), sondern sie würden sich mit der Partnerin lieber über ihre Wünsche und Vorlieben austauschen um besser auf sie eingehen zu können (116). Da sie von einer Gleichstellung der Partner*innen ausgehen würden, würden viele ‚Grasfresser-Männer‘ auch das Finanzielle gerecht aufteilen wollen und somit auch die Restaurantrechnung und manchmal auch die Hotelrechnung teilen. Morioka argumentiert, dass Frauen zwar durch so eine Beziehung auch manche Vorteile verlieren, beispielsweise, dass sie nicht immer zu allem eingeladen werden (39). Zur selben Zeit würden Frauen aber auch Vorteile aus einem solchen Beziehungsmodell ziehen können (39), da ‚grasfressende Männer‘ im Gegenzug auch bereit dazu seien Pflichten im Haushalt und in der Kindererziehung zu übernehmen, so dass auch die Frau berufstätig sein könne. Wenngleich Itōs Überlegungen zur Beschaffenheit von Männlichkeit und Weiblichkeit im Zentrum von Moriokas Argumentation stehen, wird der Autor nicht zitiert. Dies ist wohl auf die Orientierung der Publikation, auf ein nicht dem akademischen Betrieb angehörigen Publikums zurückzuführen.

Zudem plädiert Morioka für eine größere Akzeptanz von femininem Verhalten bei Männern. ‚Grasfressende Männer‘ würden einer Frau erst auf geistiger und emotionaler Ebene näherkommen wollen, bevor sie sich ihr körperlich nähern (39). Diese Präferenz sieht Morioka als eine feminine Eigenschaft an: „Effektiv ist es, wenn man sich den ‚grasfressenden Mann‘ als Frau vorstellt und versucht sich ihm so zu nähern, als ob man eine Frau verführen möchte [...]“ (40). Morioka beurteilt dieses weiblich konnotierte Verhalten von Männern des ‚Grasfresser-Typs‘ jedoch nicht als etwas Negatives. Die Tendenz zu als typisch weiblich wahrgenommenem Verhalten, wie Sensibilität, Zurückhaltung sowie geringem Aggressionspotential, macht die Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ vielmehr zu guten Partnern. Morioka spricht sich deutlich für die Loslösung von dem Ideal der hegemonialen Männlichkeit aus. Durch die positive Rezeption der ‚fleischfressende Frau‘ validiert er auch diese oppositionelle Weiblichkeit, und ihren Ausbruch aus der hegemonialen Hierarchie. Jedoch trennt sich der Autor selbst nicht von der Genderkategorie Mann, sondern schafft stattdessen neue Formen dieser, um eine größere Vielfalt von Männlichkeiten als Identifikationsmöglichkeiten bzw. Orientierungspunkte für die Leser*innen zu schaffen. Dadurch wird die Einteilung in Männlichkeit und Weiblichkeit jedoch nicht durchbrochen, sondern sie wird nur flexibler gestaltet. Hier zeigt sich das Dilemma der Gender Studies,

einerseits die Konstruktionsmechanismen von Gender benennen zu müssen, um die daraus resultierende Ungleichheit kritisieren zu können, andererseits sich schließlich selbst von diesen Kategorien zu lösen um zu einem gesellschaftlichen Bruch mit dem Gender-System zu gelangen¹¹.

Moriokas akademischer Hintergrund und seine Beschäftigung mit den Gender Studies zeichnen sich deutlich in seiner Argumentationslinie ab. Wie bereits an früherer Stelle besprochen, äußert sich Morioka positiv über feministische Konzeptionen von Sexualität und Partnerschaft. Frauen werden dazu ermutigt selbst aktiv zu werden, wenn ihnen ein Mann gefällt – anstatt passiv zu warten. ‚Weiblichkeit‘ bzw. weiblich konnotiertes Verhalten bei Männern wird nicht negativ beurteilt, sondern als förderlich für eine Partnerschaft betrachtet. Des Weiteren spricht sich der Autor für eine Gesellschaft aus, die eine Vielfalt von Genderidentitäten und sexuellen Orientierungen akzeptiert. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Diskursfragment ein progressives Weltbild sowie eine Abwendung von stereotypen Geschlechterrollen und dem Ideal der hegemonialen Männlichkeit erkennen lässt.

6.5. Fazit aus der Analyse

Durch die ideologische Nähe zu den *men's studies* finden sich in diesem Diskursfragment Verknüpfungen mit feministischen Diskursen: Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ werden als eine Form von Männlichkeit rezipiert, die zur Aufweichung verhärteter Genderstereotypen beiträgt. Der Apell an die japanischen Frauen, sich die Vorteile einer solchen Männlichkeit innerhalb einer heterosexuellen Partnerschaft vor Augen zu führen, steht im Zentrum der Argumentationslinie. Dies stellt wohl eine Gegenreaktion auf den negativ gefärbten Diskurs der Massenmedien sowie hegemoniale Diskurse von Männlichkeit in anderen populären Beziehungsratgebern dar.

Der Typ des ‚Grasfresser-Mannes‘ wird in diesem Diskursfragment als eine oppositionelle Männlichkeit konstruiert, welche sich gegen die hegemoniale Maskulinität – hier durch den Mann des ‚Fleischfresser-Typs‘ repräsentiert – abgrenzt. Die Abwendung von konservativen Männlichkeitsbildern wird durch ein Set positiv konnotierter Charakterzüge dargestellt, die die ‚Grasfresser‘ zu begehrenswerten Partnern für eine langfristige, gleichberechtigte Beziehung machen. An äußerliche Charakteristika, Modestil und Ähnliches ist diese Männlichkeit bei Morioka nicht gebunden. Dennoch wird durch die Illustrationen in

¹¹ Francine M. Deutsch postuliert in ihrem 2007 erschienenen Artikel „Undoing Gender“ eine neue Forschungsagenda im Bereich der Gender Studies, deren Fokus auf Wegen zur Reduktion von Gender-Unterschieden, durch die Betrachtung von Aspekten humaner Interaktion bei denen Gender keine Rolle spielt, liegt.

diesem Diskursfragment das Bild eines schlanken jungen Mannes mit Brille als dem typischen ‚grasfressenden Mann‘ vermittelt.

30 bis 60 Prozent der Männer in ihren zwanziger und dreißiger Jahren (im Jahr 2009) seien in Japan ‚grasfressende Männer‘ gewesen (4). Häusliche Gewalt, sexuelle Übergriffe oder auch der Konsum von sexuellen Dienstleistungen sollen diesen ‚neuen‘ Männern fernliegen. Dies soll auf die passive, zurückhaltende Natur ‚des grasfressenden Mannes‘ zurückzuführen sein. Zudem sollen ‚grasfressende Männer‘ es begrüßen, wenn Frauen direkt und aktiv auf sie zugehen um sie kennenzulernen. Die Abwendung des ‚grasfressenden Mannes‘ von einem stark Karriere-orientierten Leben und Hinwendung zu einem harmonischen Familienleben sei auch von Vorteil für die Lebensqualität der Partnerin. Da der ‚grasfressende Mann‘ seine Partnerin bei der Kindererziehung und im Haushalt unterstützt, könne seine Ehepartnerin somit wählen, ob sie selbst eine berufliche Karriere anstreben möchte. Sogar der Lebensentwurf, bei dem der Mann die Rolle des Hausmannes übernimmt, während die Frau eine berufliche Karriere anstrebt, wird von Morioka unterstützt.

Des Weiteren ist anzumerken, dass der ‚grasfressende Mann‘ hier als ein spezifisch japanisches Phänomen rezipiert wird. Der Autor postuliert die These, dass aufgrund des Ausbleibens von Krieg bzw. aufgrund des Verschwindens der Männlichkeit des Soldaten das Gewaltpotential in der Altersgruppe der ‚Grasfresser‘ (2009 in den zwanziger und dreißiger Jahren) stark gesunken wäre (55). Problematisch dabei ist, dass davon bereits die Nachkriegsgeneration betroffen sein müsste, der ‚grasfressende Mann‘ aber als deutlich jüngere Generation von Männern in Japan portraitiert wird. Zur Konstruktion dieses Männertyps in Moriokas Publikation wurde einerseits eine soziologische Methodologie nach Max Weber angewandt; andererseits setzt der Autor Sinnbilder und Sprichworte, die i.d.R. das hegemoniale Idealbild von Männlichkeit untermauern, auf kritische Weise dazu ein, dieses zu dekonstruieren. Der ‚grasfressende Mann‘ wird somit bei Morioka zu einem Symbol für eine gleichberechtigte Gesellschaft in Japan, da er durch sein von der Öffentlichkeit als weiblich wahrgenommenes Verhalten feststehende Rollenbilder herausfordert. Zudem bietet der Autor den Leser*innen damit eine Alternative zu hegemonialen Diskursen von Männlichkeit in Liebesratgebern.

7. Diskursfragment 2: Ushikubo Megumis *Bedienungshandbuch für Männer des Grasfresser-Typs*

In diesem Abschnitt sollen nun die Ergebnisse der Feinanalyse des zweiten Diskursfragments, Ushikubo Megumis *Sōshokukei danshi no toriatsukai setsumeisho: torisetsu* (Bedienungshandbuch für Männer des Grasfresser-Typs, 2009) besprochen werden.

7.1. Institutioneller Kontext

Im ersten Analyseschritt soll der institutionelle Kontext dieses Diskursfragments beleuchtet werden. Zunächst werden dazu die Art der Publikation und die Diskursebene beschrieben. Diese Publikation wurde als Softcover-Buch mit Umschlag beim Verlag Bijinesusha im Jahre 2009 herausgebracht. Laut Buchumschlag beträgt die Preisempfehlung 1000 Yen. Auch dieses Buch kann als Ratgeber bezeichnet werden, jedoch enthält es auch eine interaktive Komponente in Form eines Persönlichkeitstests. Die Zielgruppen dieses Ratgebers sind neben Frauen, die eine Beziehung mit einem Mann des ‚Grasfresser-Typs‘ führen, auch Männer, die herausfinden möchten, ob sie selbst zu diesem Typ gehören. Jedoch argumentiert Ushikubo, dass auch Personen älterer Generationen dieses Buch als praktisches Werkzeug verwenden können, um Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ besser zu verstehen (Ushikubo 2009:3)¹². Die Autorin erklärt allerdings, dass dieses Buch hauptsächlich der Unterhaltung dient und die Leser*innen zum Lachen bringen soll (3). Auch wenn Ushikubo sich mit diesem Werk nicht alleine an Frauen richtet, ist anzunehmen, dass diese dennoch die Hauptzielgruppe ausmachen. In dem Werk werden in erster Linie Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ beschrieben; dabei wird das Wort nur in wenigen Textstellen an diese Männer selbst gerichtet, wie die Inhaltsanalyse (unter Punkt 5.2.) zeigt. Wie schon der Buchtitel verrät, soll dieser Ratgeber den Leser*innen dabei helfen besser mit ‚grasfressenden Männern‘ umgehen zu lernen. Wenn man ihre Charakteristika versteht, sowie gewisse „Druckpunkte“ (*tsubo*) betätigt, soll man den ‚Grasfresser-Männern‘ ohne Probleme begegnen können (3).

Die Diskursteilnehmerin Ushikubo wird in der Autorennotiz als „Marketing-Autorin“ bezeichnet (2009). Des Weiteren wird sie in ihrem offiziellen Profil der Firma Infinity als „Trend- und Generationskritikerin“ beschrieben (Infinity 2018). Nach dem Abschluss ihres Studiums in Filmwissenschaften wurde Ushikubo zunächst bei einer großen Verlagsgesellschaft (der Name wird nicht angegeben) angestellt (2009). 2004 gründete sie dann das Marketing-Unternehmen Infinity, in dem sie als Vorstandsvorsitzende tätig ist (2009). Außerdem publiziert Ushikubo für die größte japanische Wirtschaftszeitung *Nihon keizai*

¹² Im Folgenden sind alle Zitate, wenn nicht anders gekennzeichnet, dem Buch von Ushikubo Megumi (2009) entnommen und wurden von mir ins Deutsche übersetzt.

shibun und schreibt dort wiederholt Artikel in Rubriken wie *Nikkei purasu wan* (Nikkei Plus One) oder *Nikkei shōhi uocchā* (Nikkei Konsum Beobachter). Des Weiteren veröffentlichte sie Artikel in den japanischen Zeitschriften *President*, *The 21*, *Shūkan daiamondo* oder auch *Aera*. Ushikubo trat auch in verschiedenen Fernsehformaten der Sender NHK (zum Beispiel in der Sendung *Riaru nihonjin* (Echte Japaner, 2017) und Terebi Asahi (*Waido sukuramburu*, Breites Gedränge, 2017) auf. Ferner ist Ushikubo Mitglied der Big Data Forschungsgruppe an der Dōshisha Universität in Kyōto (Infinity 2017) und ist demnach auch in akademischen Projekten tätig. Als ihre Spezialgebiete werden Trend- und Generationsforschung, Marketing, Einzelhandelsvertrieb sowie Tourismus angeführt (Infinity 2017). In ihren Publikationen beschäftigt sie sich in erster Linie mit dem Konsumentenverhalten verschiedener Altersgruppen, wobei diese oftmals als Generationen bezeichnet werden. Beispielsweise bespricht Ushikubo die Konsumgewohnheiten von verschiedenen Frauen-Typen der Bubble-Generation in ihrem Werk *„Baburu onna“ to iu nihon no shisan* („Bubble-Frauen“ als Japans Kapital, 2013a). Auch die sogenannte „Erleuchtete Generation“ (*satori sedai*) betrachtet sie, und zwar in dem Werk *Otona ga shiranai „satori sedai“ no shōhi to honne* (Der Konsum und das wahre Gesicht der „Erleuchteten Generation“, die den Älteren unbekannt ist, 2013b). Darin attestiert sie dieser Generation von jungen Japaner*innen, die in den 1990er Jahren geboren wurden, dass sie keine weltlichen Begierden oder Wünsche haben, wie zum Beispiel nach Liebe, Besitz oder Abenteuer – ähnlich den „grasfressenden Männern“. Stattdessen seien die Angehörigen der „Erleuchteten Generation“ auf Balance ausgerichtet und würden mit ihren Talenten und ihrer Energie haushalten, um diese effizient einzusetzen. Keine Energie zu verschwenden und ein ideales Kosten-Nutzen-Verhältnis zu erzielen sei der Grundgedanke der Mentalität dieser Generation.

2008 publizierte Ushikubo ihr erstes Sachbuch zu den „grasfressenden Männern“ unter dem Titel *Sōshokukei danshi „o-jō man“ ga nihon o kaeru* (Die „lady-men“ des Grasfresser-Typs verändern Japan). Wie bereits oben ausgeführt wurde, liegt der Fokus dieses Werks auf dem angeblich „verweiblichten“ Konsumverhalten von Männern des „Grasfresser-Typs“, die verstärkt Kosmetikprodukte sowie Süßigkeiten kaufen. Auch in ihrem Werk *Ren'ai shinai wakamono tachi: Konbinika suru sei to kosupaka suru kekkon* (Jugend die nicht liebt: Das konbinisierende Geschlecht und die Kosten-Nutzen-Heirat, 2015) spricht Ushikubo das Verhalten von „grasfressenden Männern“ in Liebesbeziehungen an. Hier diskutiert die Autorin anhand von quantitativen Daten die Tendenz der japanischen Jugend nicht zu heiraten. Aufgrund Ushikubos Einbindung in Konsumforschungs- und Marketing-Diskurse ist anzunehmen, dass sich diese Positionierung auch in der vorliegenden Publikation zeigt. Dass

Ushikubo auch in diesem Ratgeber die ‚grasfressenden Männer‘ auf Basis ihres Lifestyles als Konsumententyp konstruiert, lässt auf einen kapitalistischen Betrachtungswinkel schließen.

7.2. Textoberfläche

Der nächste Analyseschritt dient dazu, die Argumentationslinie und Strukturierung der Publikation nachzuvollziehen. Dazu soll nach Jäger zuerst der Aufbau der Publikation skizziert und anschließend eine möglichst genaue Zusammenfassung des Inhalts angefertigt werden. Dabei sollen alle angesprochenen Themen und Unterthemen erfasst sowie Verschränkungen mit anderen Diskurssträngen festgehalten werden.

Das Diskursfragment ist in eine Einleitung, einen Schlusskommentar und sieben Kapitel, welche thematisch nach Lebensbereichen geordnet sind, unterteilt. Die Kapitel behandeln Themen wie die grundlegende Spezifizierung von ‚Grasfresser-Männern‘, Erziehung, Liebe und Sexualität, Arbeit und Benehmen, Ästhetik, Hobbies und weltliche Begierden, sowie Freunde und Familie. Im letzten Kapitel werden humoristische Beispiele für das Verhalten von ‚grasfressenden Männern‘ in verschiedenen Szenarien gegeben. Neben kurzen Absätzen, in denen die den ‚Grasfresser-Männern‘ attestierten Eigenschaften und Verhaltensweisen erläutert werden, besteht das Buch aus einer Checkliste, anhand derer Leser*innen überprüfen können, ob ein Mann – oder auch der Leser selbst – zum ‚Grasfresser-Typ‘ gehört. Diese Liste besteht aus thematisch nur lose miteinander zusammenhängenden Aussagen von Männern des ‚Grasfresser-Typs‘. Dafür wurden ungefähr hundert Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ interviewt (3). Im Schlusskommentar des Buches kann überprüft werden, zu wieviel Prozent der mit Hilfe der Publikation getestete Mann ein ‚Grasfresser-Mann‘ ist. Das Format erinnert stark an Tests in Frauenzeitschriften, die, angelehnt an psychologische Tests, Aufschluss über die eigene Persönlichkeit, Liebesbeziehungen oder Lebensstil geben sollen, jedoch meist nur der Unterhaltung dienen.

Zunächst wird in der Einleitung der Typ des ‚Grasfresser-Mannes‘ als ein aktuelles, brisantes Gesprächsthema vorgestellt, und die Charakteristika des ‚Grasfresser-Typs‘ werden grob skizziert. Demnach sind ‚Grasfressende Männer‘ in der Generation, die 2009 in ihren zwanziger oder frühen dreißiger Jahren waren, zu finden (1). Dieser Typ Mann wird dabei als eine „neue Gattung“ beschrieben, die sich nur schwer in die Kategorien Mann und Frau einordnen lässt (1). Ushikubo beschreibt Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ als unbedrohliche, ruhige, freundliche und liebenswerte Menschen, die von gleichaltrigen Frauen – aber auch von älteren Männern – missverstanden werden (1). Mit der Generation von Männern aus der Phase des hohen Wirtschaftswachstums (2009 die 50 bis 60-Jährigen, gemeint ist die Babyboomer-

Generation) und der ungebremsen, hastigen Bubble-Generation (2009 in ihren späten dreißiger und vierziger Jahren) hätten die ‚Grasfresser-Männer‘ nichts gemeinsam (2). Ihr Verhalten wird als „weder in der Liebe noch bei Konsum gierig“ beschrieben (2). Des Weiteren wird hier behauptet, dass verschiedene Gruppen von Menschen Probleme im Umgang mit Männern des ‚Grasfresser-Typs‘ hätten. Frauen würden sich Sorgen machen, von ihrem ‚Grasfresser-Freund‘ nicht als Geliebte wahrgenommen zu werden, und Eltern von ‚Grasfressern‘ hätten Bedenken, dass ihr Sohn keine Frau finden könnte (2-3). Arbeitskollegen oder Vorgesetzte solcher Männer würden nicht wissen, wie sie sie in der Firma behandeln sollen (2). Firmen wüssten nicht, wie sie ihre Produkte verkaufen sollen, da ‚grasfressende Männer‘ kein Interesse an Produkten wie Autos oder Alkohol haben (2). Man müsse jedoch nur ihre Lebenseinstellung und ihre Eigenheiten verstehen, dann könne man gut mit ihnen zurechtkommen (3). Diese Einleitung erweckt den Eindruck, dass das Buch wohl neben Frauen, welche die Hauptzielgruppe darstellen, auch weiteres potentiell Lesepublikum ansprechen soll – nämlich all jene Personen, die im Alltag Umgang mit ‚grasfressenden Männern‘ haben. Bemerkenswert ist außerdem, dass Ushikubo das Verhalten der ‚Grasfresser-Männer‘ in Liebe und Sexualität und ihr Verhalten bezüglich Konsum von Waren als gleichartig betrachtet.

Die ersten sechs Kapitel bestehen jeweils aus einer Checkliste, die mit Illustrationen versehen ist, welche den Inhalt kommentieren bzw. unterstreichen, sowie einem abschließenden Kommentar. Die einzelnen Aussagen auf der Checkliste sind innerhalb eines einzelnen Kapitels nicht weiter thematisch strukturiert. Zum Teil sind die Aussagen zwar inhaltlich miteinander verbunden. Dennoch sind nicht alle Punkte, die hintereinander angeführt werden, logisch miteinander verbunden, also kann von einem Checklistenpunkt zum nächsten ein völliger Themenwechsel stattfinden. Durch den Fettdruck von Aussagen auf der Checkliste wird manchmal der Themenwechsel markiert – dies wird jedoch nicht konsistent durchgehalten. Zum Teil wurden auch Aussagen, die als besonders prägnant hervorstechen durch Fettdruck hervorgehoben. Zwischen verschiedenen Aussagen gleicher Thematik, gibt es auch Widersprüche, was wohl darauf zurückzuführen ist, dass die Aussagen Interviews mit vielen verschiedenen ‚grasfressenden Männern‘ entnommen wurden. Dem Lesepublikum soll dadurch wohl eine gewisse Variation von ‚Grasfresser‘-Stimmen präsentiert werden. Für die Argumentation im abschließenden Kommentar jeden Kapitels funktionieren die Aussagen auf der Checkliste als anschauliche Beispiele dafür, was Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ denken. Auch wenn innerhalb der Checkliste eine gewisse Variation herrscht, findet im Kommentar eine Generalisierung der Eigenheiten und Charakterzüge der ‚Grasfresser-Männer‘ statt. Die Checkliste selbst besitzt keine Argumentationslinie, dient aber als Beleg bzw. Beispiel für

Ushikubos Charakterisierung der ‚grasfressenden Männern‘ im anschließenden Kommentar.

Das erste Kapitel beschreibt die Entwicklung der Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ sowie grundlegende Eigenschaften, die ihnen zugeschrieben werden. Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ werden hier in der Checkliste als wettbewerbsscheu dargestellt, was auf die Erziehungsmethoden der Eltern und der Schule zurückgeführt wird. Anstatt gegeneinander zu wetteifern, bevorzugen die ‚Grasfresser-Männer‘ nach der hier vorliegenden Darstellung Teamwork, Zusammenhalt und Frieden mit anderen. Ushikubo argumentiert, dass die ‚Grasfresser-Männer‘ das ständige Wirtschaftswachstum der Zeit der Bubble Economy nicht kennen und daher auch keinen Bezug zu den Werten dieser Zeit hätten (17). Das Platzen der Wirtschaftsblase hätten sie schon als Kinder mitbekommen, daher seien sie der Ansicht, dass es garantierte Sicherheit nicht gibt. Dennoch würden sie sich nach Stabilität sehnen (18).

Schon seit der Kindheit wären ‚Grasfresser‘ immer in der Lage gewesen alles zu kaufen, was sie sich wünschten. „Weltliche Begierden“ (*butsuyoku*), also der Wunsch nach Besitz, sei ihnen daher unbekannt (15). Für Ushikubo liegt also die Ursache, dass sich Männer zu ‚Grasfressern‘ entwickelt haben, darin, dass sie von ihren Eltern verwöhnt wurden, was zu fehlender Wettbewerbsfähigkeit geführt haben soll. Vor allem die Bubble-Generation dient hier als Vergleichsobjekt und stellt den Gegensatz zur Generation von ‚Grasfresser-Männern‘ dar.

‚Grasfressende Männer‘ seien weder im Wettbewerb noch in der Liebe leidenschaftlich (8). Da sie unter Frauen aufgewachsen seien, sei der Umgang mit Frauen für sie selbstverständlich – ebenso wie die Gleichberechtigung von Männern und Frauen. Ushikubo erläutert nicht näher, wieso sie den Kontakt zu weiblichen Familienmitgliedern als neuartig betrachtet. Dass Väter aufgrund ihrer Arbeit oftmals abwesend waren, war auch in vorhergehenden Generationen in Japan üblich.

Des Weiteren sollen männliche Autorität (*otoko no koken*) oder Männerstolz (*otoko no puraido*) Fremdwörter für die ‚Grasfresser-Männer‘ sein. Die Rechnung würden ‚Grasfresser-Männer‘ bei einer Verabredung immer mit der Frau teilen, aber wenn es eine ältere Frau wäre, dürfe sie auch die ganze Rechnung übernehmen (13). Aus diesem Grund sei es für ‚grasfressende Männer‘ von Vorteil, sich mit Älteren zu verabreden. Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ würden auch häufig mit bis zu zehn Jahre älteren Frauen ausgehen und diese auch heiraten (13). Dass sich die Frau finanziell komplett auf den Mann verlässt, wie es in früheren Generationen gewesen sei, käme für ‚grasfressende Männer‘ nicht mehr in Frage (13). Diese Eigenschaften und Verhaltensweisen betrachtet Ushikubo als grundlegend für das Verstehen der ‚grasfressenden Männer‘. In diesem Kapitel zeigt sich bereits, dass bei Ushikubo die

sexuelle Passivität bzw. Leidenschaftslosigkeit, die ‚grasfressenden Männern‘ zugeschrieben wird, mit ihrer Wettbewerbsfähigkeit und ihrem Konsumverhalten verknüpft wird.

Das zweite Kapitel ist der Thematik (hetero)sexueller, partnerschaftlicher Beziehungen von ‚grasfressenden Männern‘ gewidmet. Dabei werden die Unterthemen Ehepartnersuche bzw. Kennenlernen von Partnern bei Single-Treffen (*gōkon*), Liebesgeständnisse, Altersunterschiede in Beziehungen, Untreue, Freundschaft zwischen Männern und Frauen, Zusammenleben mit einer Partnerin sowie Trennung und Familienplanung behandelt. Auch in diesem Kapitel vergleicht Ushikubo das Verhalten der ‚grasfressenden Männer‘ mit Männern der Bubble-Generation. Frauen der Bubble-Generation seien noch vom Mann in einem Auto abgeholt und zum Essen eingeladen worden (40). Außerdem hätten sie teure Geschenke bekommen – was manche Frauen schamlos ausgenutzt hätten (40). Heutzutage würden 60% der Männer und Frauen in ihren Zwanzigern alles durch zwei geteilt bezahlen – auch das Hotel für die gemeinsame Liebesnacht (40). Ushikubos Umfrage hat ergeben, dass es sich bei den Personen, auf die dies zutrifft, größtenteils um Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ handle (40-41). Diese Männer hätten zwar Interesse an Partnerschaft, aber sie würden die damit zusammenhängenden Anstrengungen nicht in Kauf nehmen, wie es die Generation vor ihnen noch getan hat. Für die ‚grasfressenden Männer‘ sei es auch in Ordnung keine Freundin zu haben, weshalb sie niemandem nur zum Spaß Avancen machen würden (41).

In Bezug auf Liebesgeständnisse (*kokuhaku*) werden in der Checkliste mehrere völlig verschiedene Aussagen angegeben. Einerseits wird hier angegeben ‚Grasfresser-Männer‘ würden es bevorzugen, dass die Frau ihnen die Liebe gesteht – manche würden selbst niemals Liebesgeständnisse machen (24). Andererseits wird erläutert, wie ein ‚grasfressender Mann‘ das Eingestehen seiner Liebe für eine Frau genau plant und nach romantischen Orten dafür sucht (26-27). Damit könnte fast jede*r Leser*in hier die passende Antwort in der Checkliste finden, was den Persönlichkeitstest redundant werden lässt. Des Weiteren entsteht ein Widerspruch mit einem Punkt auf der Checkliste, der besagt, dass ‚grasfressende Männer‘ sich vor ‚fleischfressenden Frauen‘ ein bisschen fürchten würden (22). Was so eine Frau ausmacht wird an dieser Stelle nicht näher erläutert. Wenn damit allerdings eine Frau gemeint ist, die beim Kennenlernen die Initiative ergreift, so stimmt dies mit der vorhergehenden Aussage, dass ‚Grasfresser‘ solches Verhalten vorziehen würden nicht überein. ‚Grasfressende Männer‘ seien im Grunde ihres Herzens sanftmütig, daher würde ein ‚Grasfresser-Mann‘ auch sexuell keinen Druck auf seine Freundin ausüben (41). Dieser Typ Mann sei zwar der Ansicht, dass Frauen stark sind, aber dennoch würden er sie nicht verletzen wollen (41). Dieses Verhalten nennt Ushikubo „die Ästhetik der Männer des Grasfresser-

Typs“ (*sōshokukei no bigaku*) (41). ‚Grasfressende Männer‘ seien in der Lage, ohne sexuelle Hintergedanken mit Frauen befreundet zu sein. Bevor sie jemandem ihre sexuellen Wünsche aufzwingen würden, würden sie sich um deren Befriedigung eher selbst mit Hilfe digitaler Medien kümmern (41). Hier spielt Ushikubo auf den Konsum von Pornographie aus dem Internet an – welche in ihren Augen die partnerschaftliche Intimität zum Teil ersetzt haben soll. Dasselbe Argument verwendete bereits Fukasawa Maki in ihrem Artikel von 2006, die den Diskurs angestoßen hat (siehe Noack 2014: 205; Schad-Seifert 2016:268).

Das Zusammenleben mit einer Partnerin in einer romantischen Partnerschaft ist ein weiteres Thema das auf der Checkliste angesprochen wird. ‚Grasfressende Männer‘ würden gerne zu zweit zusammenleben, allerdings aus pragmatischen Gründen, da dann auch die Miete günstiger sei (31). Hier werden vor allem die finanziellen und praktischen Vorteile des Zusammenlebens hervorgehoben. Auch Familienplanung und Eheleben werden hier thematisiert, wobei der ‚grasfressende Mann‘ als gleichberechtigten Beziehungen zugeneigt dargestellt wird. Dieser Typ Mann wünsche sich eine Partnerschaft, in der beide einen Beruf ausüben, selbst wenn die Frau mehr verdient als der ‚grasfressende Mann‘ (38).

Schließlich appelliert Ushikubo an Frauen, Geduld mit den ‚grasfressenden Männern‘ zu haben (41). Dass ein geliebter ‚Grasfresser-Mann‘ kein Liebesgeständnis mache und auch kein Interesse an Sex habe, sei ganz normal (42). Auch dass keine Rede von Heirat ist, sei ein typisches Merkmal des ‚Grasfresser-Typs‘ (42). Sich deshalb Sorgen zu machen, dass man nicht geliebt werden würde, sei nicht nötig (42). Auch wenn die Leserin auf der Suche nach einem Ehepartner sei und deshalb verleitet wäre, einfach zum nächsten Mann weiterzuziehen, solle sie sich noch gedulden (42). Als ein Mann, der Frauen nicht von oben herab behandelt, die Arbeit im Haushalt aufteilen will und kein Interesse an Seitensprüngen hätte, sei ein ‚grasfressender Mann‘ ein idealer Mann zum Heiraten (42). Es brauche jedoch Zeit, um die Liebe wachsen zu lassen, bis man ein glückliches, ruhiges Eheleben mit einem ‚Grasfresser-Mann‘ führen könne (42). Was man nicht erwarten solle sei ein „Ernährer“, da ‚grasfressende Männer‘ sowohl die Rechnung als auch die Arbeit teilen möchten (42). In diesem Kapitel zeigt sich eine diskursive Verbindung zu Morioka Masahiros Thesen zum Verhalten von ‚grasfressenden Männern‘ in Beziehungen, welche im vorhergehenden Kapitel im Detail besprochen wurden.

Das dritte Kapitel beschäftigt sich mit dem Berufsleben von ‚grasfressenden Männern‘ und ihren zwischenmenschlichen Beziehungen am Arbeitsplatz. In diesem Kapitel zeigt sich deutlich die starke Verbindung von der hegemonialen Männlichkeit mit Lohnarbeit und der oppositionellen Position des ‚grasfressenden Mannes‘. Hier werden die Unterthemen

Zufriedenheit am Arbeitsplatz, Lohn, Berufswechsel, Trinkgesellschaften (*nomikai*), die Beziehung zu Vorgesetzten, Karriereambitionen sowie Leistungsfähigkeit angesprochen. Auch in diesem Kapitel dienen die Bubble-Generation und die Babyboomer-Generation als Referenzpunkte für die Generation der ‚Grasfresser‘. Zunächst erläutert Ushikubo den Lebensstil dieser Generationen, wobei sie zwischen den beiden keinen Unterschied macht. In diesen Generationen hätten Männer an Wochentagen wie Soldaten für ihre Firma gekämpft, und am Wochenende seien sie zum Golf oder zu Empfängen gegangen – ihr Familienleben hätten sie dafür geopfert (58). Die Männer dieser Generation wären dafür ihr ganzes Leben lang im Schutz der Firma gestanden, als diese Blase jedoch platzte, sei auch die Sicherheitsgarantie verschwunden (58).

Für Ushikubo ist diese wirtschaftliche Veränderung der Grund dafür, wieso ‚grasfressende Männer‘ zwischen 20 und 35 Jahren das für sie charakteristische Weltbild haben. Anstatt sich mit all ihrer Kraft für die Firma einzusetzen, würden sie eine ausgeglichene Work-Life-Balance anstreben (58). Ihr Ziel sei es, in einem angemessenen Ausmaß und effizient zu arbeiten, so dass auch das Privatleben nicht zu kurz kommt. Auch Überstunden in Maßen zu übernehmen sei kein Problem für sie, behauptet Ushikubo (58). Um jeden Preis Karriere zu machen und anderen dabei zu schaden, sei jedoch undenkbar für ‚Grasfresser-Männer‘ (59). Auch unter allen Umständen bestimmte Qualifikationen zu erlangen oder durch einen Jobwechsel zu einer besseren Firma zu kommen, würde nicht dem Charakter von ‚Grasfressern‘ entsprechen. ‚Grasfressende Männer‘ lehnen Rivalität ab, weshalb das Wettbewerbsprinzip nicht wirkungsvoll zur Motivation am Arbeitsplatz sei (58). Im eigenen Verantwortungsbereich – und sei er auch noch so klein – Erfolge zu verzeichnen, würde ‚Grasfresser‘ glücklich machen (58).

Laut Ushikubo hätten Vorgesetzte oftmals den Eindruck, dass ‚Grasfresser-Männer‘ unmotiviert bei der Arbeit seien und nicht genug leisten würden (59). Hier geht Ushikubo von der Ablehnung ‚grasfressender Männer‘ durch ältere Arbeitskolleg*innen bzw. Vorgesetzte aus, deren Erwartung an einen Arbeiter der Männlichkeit des *salaryman*, also der hegemonialen Männlichkeit, entspricht. Aus diesem Grund versucht sie die Einstellung dieser Männer zur Arbeit zu erläutern, was wohl zu Verständnis von Seiten dieser Gruppe von Personen führen soll. Die Autorin erklärt, dass in Zukunft mit einer sinkenden Bevölkerungszahl zu rechnen sei, daher würden ‚grasfressende Männer‘ nicht mit einem starken Wirtschaftsaufschwung und einem damit verbundenen steigendem Arbeitspensum rechnen (59). Aus diesen Gründen würden diese Männer auch freundschaftliche Beziehungen am Arbeitsplatz pflegen anstatt mit anderen zu konkurrieren. ‚Grasfressende Männer‘ seien

lieber der Einzige (*onrī* 1), als die Nummer Eins (*nanbā* 1) (57). Es sei ihnen wichtiger, dass das Arbeitsausmaß passend für die eigene Person sei, als ein besonders hohes Gehalt zu bekommen. Die ‚Grasfresser‘ repräsentieren demnach eine Generation, die mehr Wert auf das eigene Wohlbefinden legt als dies in früheren Generationen der Fall war (59). Außerdem würden ‚grasfressende Männer‘ Wert auf gute Zusammenarbeit legen und deshalb andere nicht mit der Arbeit alleine lassen. Aus Kollegialität würden sie auch an geselligen Abenden mit den Arbeitskolleg*innen (*nomikai*) oder Betriebsfeiern teilnehmen (60). ‚Grasfresser-Männer‘ hätten trotz ihrer veränderten Einstellung zu Arbeit ein großes Loyalitätsgefühl gegenüber der Firma und würden auch Vorgesetzte respektieren. Jedoch porträtiert Ushikubo die ‚grasfressenden Männer‘ als egalitären Beziehungen am Arbeitsplatz zu- und einer strengen Hierarchie abgeneigt.

Ein weiteres typisches Merkmal von ‚Grasfresser-Männern‘ sei es, dass diese kein Gefühl von Sicherheit bzw. Vertrauen in die Zukunft hätten. Ushikubo rät Personen, die mit ‚grasfressenden Männern‘ arbeiten, sich in Ruhe mit ihnen zu unterhalten und sie nicht zum Trinken von Bier zu nötigen, da sie süße Getränke bevorzugen würden (51;60). Tatsächliche Ratschläge zur Verbesserung von Beziehungen mit ‚grasfressenden Männern‘ am Arbeitsplatz werden hier also kaum gegeben. Vielmehr soll das Verständnis für die Werte und Denkweisen dieser Männer automatisch zu einer Verbesserung führen.

Im vierten Kapitel wird die Beziehung der ‚grasfressenden Männer‘ zu Äußerlichkeiten und Ästhetik thematisiert. Ushikubos Hintergrund als Marketing-Strategin, die sich mit dem Konsumverhalten verschiedener Bevölkerungsgruppen beschäftigt, tritt hier deutlich zu Tage. In erster Linie werden hier die Gewohnheiten der ‚grasfressenden Männer‘ bei Körperpflege und Kleidungsstil angesprochen. Dabei wird in der Checkliste eine Vielzahl an Produkten und Marken genannt, die ‚grasfressende Männer‘ bevorzugt konsumieren sollen.

In der Bubble-Generation sei es für Männer wichtig gewesen ein Automobil zu haben, um die Frau bei einer Verabredung abzuholen und wieder nach Hause bringen zu können (76). Den Frauen dieser Zeit sei dies wichtig gewesen, daher sei ein eigener Wagen ein Statussymbol für Männer gewesen (76). Gegenwärtig sei ein Automobil nicht mehr nötig für Verabredungen – stattdessen wäre das äußere Erscheinungsbild eines Mannes wichtig geworden, um Frauen zu beeindrucken (76). Daher seien für ‚grasfressende Männer‘ Produkte wie Haarwachs von großer Bedeutung. Für Männer in ihren zwanziger Jahren sei die Verwendung von Männerkosmetik seit ihrer Mittel- oder Oberschulzeit völlig normal, da diese Produkte seit über 10 Jahren bei Convenience Stores oder Drogerien erhältlich seien. 50 Prozent der Männer in ihren Zwanzigern würden statt zum Friseur in den Schönheitssalon gehen (76). 20 Prozent

würden Wert auf schöne, helle Haut legen, und weitere 20 Prozent würden am Meer oder im Schwimmbad Sonnenschutz auflegen (77). Auch wenn ‚grasfressende Männer‘ für solche Gewohnheiten verspottet werden, würden sie sich nicht dafür schämen (77). ‚Grasfressende Männer‘ würden sich um ihr Äußeres kümmern, um an Selbstvertrauen gewinnen, wie es auch Frauen tun würden (77). Da diese Männer nicht so viel Selbstvertrauen hätten wie die Generation vor ihnen, würden ‚grasfressende Männer‘ dieses durch *self care* vergrößern müssen (77). Dass es mehr schöne Männer auf der Welt gibt, sei doch erfreulich, appelliert Ushikubo an die Leser*innen (78). Hierbei gäbe es nichts zu klagen, und auch der Markt für Männerkosmetik würde dadurch florieren (78). Problematisch sei jedoch, dass ‚grasfressende Männer‘ auch das Aussehen anderer streng kritisieren würden (78). Die Autorin appelliert hier in erster Linie an Frauen, diese Denkweise nachzuvollziehen und sich darüber zu freuen, dass Männer sich nun auch darum kümmern würden attraktiver zu sein. Allerdings bietet Ushikubo dem Lesepublikum keine praktischen Ratschläge an, wie man mit dieser Eigenschaft als Partner*in oder Freund*in eines ‚Grasfresser-Mannes‘ umgehen solle. Dieser Appell stellt wohl eine Reaktion auf die Kritik der Massenmedien dar, dass diese Männer zu ‚weiblich‘ bzw. ‚unmännlich‘ seien.

Besonders in Kapitel fünf werden die Konsumgewohnheiten des ‚Grasfresser-Mannes‘ beleuchtet, indem verschiedene Vorlieben und Abneigungen dieser Männer im alltäglichen Leben betrachtet werden. ‚Grasfressende Männer‘ würden bevorzugt kleine Dinge, die sie jeden Tag ein kleines bisschen glücklich machen, kaufen, wie zum Beispiel Badezusätze, Haushaltswaren, Süßigkeiten, dekorative Kissen, Fahrräder oder Esoterik-Produkte. Auch die im vorigen Kapitel angesprochenen Pflegeprodukte und Modeartikel gehören dazu. Die Autorin betont erneut, dass ‚grasfressende Männer‘ – anders als die der Bubble-Generation – nicht an Automobilen oder teuren Uhren interessiert seien. Ushikubo appelliert jedoch an die Leser*innen, diese Männer deshalb nicht als ‚Mädchen‘ (*onna no ko mitai*) zu bezeichnen (98). ‚Grasfressenden Männern‘ solle man nicht vorschreiben wie sie sich als Mann verhalten müssen (98). Laut Ushikubo sei es ab den 1990er Jahren in Japan beliebt geworden, dass Frauen Männermode oder auch Düfte für Männer tragen (98). ‚Grasfressende Männer‘ würden gerne auf dieselbe Weise Waren und Dienstleistungen, die auf weibliche Konsument*innen abzielen, in Anspruch nehmen (98). Diese Neuorientierung im Konsumverhalten würde zu einer Auflösung der Trennung nach Gender führen – wie am Beispiel des 2008 herausgebrachten Büstenhalters für Männer (*menzu puremiamu bura*) erkennbar sei (98-99). Die Autorin argumentiert, dass diese Auflösung von Gendergrenzen sich nicht nur in den Verkaufszahlen niederschlagen würde (99). Es sei nun auch ein Zeitalter angebrochen, in dem jede*r, egal ob

Mann oder Frau, frei das tun könne, was ihn/sie glücklich macht – ohne deswegen verspottet zu werden (99). Demnach solle es ‚grasfressenden Männern‘ erlaubt sein, ihre Freude an „Frauenprodukten“ ausleben zu können (99). Die Autorin äußert sich in diesem Kapitel also positiv über die neue Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ – für Ushikubo gehört dieser Typ Mann zu einer Generation, die die gesellschaftlichen Einschränkungen, die die Geschlechterrollen mit sich bringen, auflösen wird. Die Behauptung der Autorin, dass bereits ein Zeitalter angebrochen sei, indem Männer und Frauen frei von Einschränkungen, die durch Genderrollen entstehen, handeln könnten (99), erscheint angesichts des *backlash* gegen die ‚grasfressenden Männer‘ im Massenmediendiskurs zwar inkorrekt. Jedoch könnte das Auftreten dieses Männer-Typus in Beziehungsratgebern sowie in der Populärkultur darauf hinweisen, dass es zu größerer Akzeptanz von alternativen Männlichkeiten gekommen ist und ein Ablösungsprozess von der hegemonialen Männlichkeit in Gange gekommen ist.

Im sechsten Kapitel spricht Ushikubo die Beziehungen von ‚Grasfresser-Männern‘ zu ihrer Familie und ihren Freunden an. Dabei wird vor allem die Beziehung der ‚grasfressenden Männer‘ zu ihren Müttern in den Vordergrund gerückt. Die Autorin behauptet, dass Frauen zwischen 20 und 40 Jahren oft klagen, dass ‚grasfressende Männer‘ ihren Müttern zu nahe stehen würden (116). Diese Spekulation untermauert sie anhand folgender Daten, die vermutlich aus ihrer eigenen Studie stammen: 70 Prozent der Männer in ihren Zwanzigern würden ihrer Mutter etwas zum Muttertag schenken, ungefähr 40 Prozent würden sich auch mit ihrer Mutter beraten, wenn sie Sorgen haben, und weitere 40 Prozent würden sich trennen, wenn die Freundin nicht mit der Mutter auskommt (116). Daher sei es selbst nach der Hochzeit für Frauen noch wichtig, sich mit der Schwiegermutter zu einigen (116). Ferner behauptet die Autorin, dass in jeder Generation die ideale Frau für einen Mann wie die eigene Mutter gewesen sei (116).

‚Grasfresser-Männer‘ würden sie sich „wie eine Frau“ (*joshi to onaji yō ni*) besonders gut mit der eigenen Mutter anfreunden (116). Aber auch dem Rest der Familie würden diese Männer nahestehen (116). Hier fällt auf, dass Ushikubo besonders die weiblichen Familienmitglieder wie Schwestern und Großmutter hervorhebt, auch wenn sie männliche Familienmitglieder (Vater und Brüder) erwähnt. Damit unterstreicht Ushikubo ihre Behauptung, dass ‚grasfressende Männer‘ sich besonders mit weiblichen Familienmitgliedern verbunden fühlen würden. Sogar Urlaub mit der Familie zu machen sei ‚grasfressenden Männern‘ nicht zuwider (116). Die Ursache für diese Lebenseinstellung der ‚grasfressenden Männer‘ sieht Ushikubo darin, dass sie in einer Periode der Rezession aufgewachsen seien (117). Deshalb würden sie nicht das Land und die Firma beschützen wollen, sondern Familie und Freunde

(117). Im gegenwärtigen Japan biete dieses Verhalten des ‚Grasfresser-Typs‘ sogar mehr Sicherheit als das von ‚fleischfressenden Männern‘, die sich selbst und ihre Karriere priorisieren würden (117-118). Ushikubo relativiert diese Aussage jedoch wieder, indem sie bemerkt, dass es eine persönliche Präferenz sei, welchen Lebensentwurf man wählt (117-118). Schließlich gibt Ushikubo Frauen, die eine Beziehung mit ‚grasfressenden Männern‘ führen, noch den Ratschlag, sich nicht zwischen ihn und seine Familie zu stellen – dies würde zum Ende der Beziehung führen. Wenn eine Frau jedoch versuche, sich mit der Familie und den Freunden des ‚grasfressenden Mannes‘ zu verbünden, hätte sie nichts zu befürchten.

Im siebten und letzten Kapitel werden absurde Szenarien mit ‚grasfressenden Männern‘ als Beispiele dafür angeführt, wie diese Männer sich verhalten. Die überspitzte Darstellung soll das Lesepublikum unterhalten, aber auch noch einmal die als charakteristisch angenommenen Eigenschaften der ‚grasfressenden Männer‘ herausstreichen. Beispielsweise schreibt Ushikubo, dass wenn ein Mann des ‚Grasfresser-Typs‘ ein Superheld wäre, dann wäre sein Gerechtigkeits-Sinn stark, aber der Superheldenanzug wäre ihm wegen seinen Diäten zu groß (119). Seinen Widersacher würde er nicht mit einem offensiven Angriff bezwingen, sondern ihn so lange durch Kaffeepausen, Shopping etc. hinhalten, bis dieser seinen Kampfgeist verliere (119). Ushikubo macht sich in diesen Darstellungen einerseits über die ‚grasfressenden Männer‘ lustig, andererseits streicht sie auch gewisse vorteilhafte Charakterzüge hervor.

Ein weiteres Beispiel dafür ist, das Szenario eines ‚grasfressenden Mannes‘ als König, der nicht an Macht, Geld oder Frauen interessiert ist (121). Stattdessen würde dieser König seine Tage lieber ruhig und bequem mit guten Freunden zu Hause verleben (121). Der Adel würde ihn zwar für seine Trägheit verurteilen, beim Volk sei er jedoch als zugänglicher König äußerst beliebt (122). Politische Heiraten würde er versuchen zu vermeiden, und bei Machtkämpfen würde er sich in das Elternhaus zu seiner Mutter flüchten (121). In diesem kurzen Kapitel werden viele der zuvor ausgeführten Eigenschaften von ‚grasfressenden Männern‘ ins Lächerliche gezogen; eine grundsätzlich ablehnende Haltung gegenüber diesen Männern lässt sich dabei jedoch nicht feststellen.

Im letzten Abschnitt des Buches, dem Abschlusskommentar, findet sich eine Aufschlüsselung der Ergebnisse des Persönlichkeitstests, welcher offenbaren soll, ob es sich bei dem getesteten Mann um einen ‚Grasfresser‘ handelt. Die Testergebnisse beziehen sich auf die Anzahl der angekreuzten Aussagen auf der Checkliste, welche Aufschluss darüber geben soll, zu wieviel Prozent ein Mann ein ‚Grasfresser‘ ist. Diese kommentiert die Autorin jeweils nur mit äußerst kurzen Bemerkungen.

Wenn hundert Prozent der Aussagen auf der Checkliste angekreuzt wurden, sei der getestete Mann (oder der Leser selbst) „der König der ‚grasfressenden Männer‘“ (125). Diese Person solle auch weiterhin den Fortschritt der Generation stetig vorantreiben (125). Wenn sechzig bis achtzig Prozent der Antworten angekreuzt wurden, ist der getestete Mann ein „waschechter Grasfresser“ und solle weiterhin seinen Weg in seinem eigenen Tempo gehen (125). Wurden nur dreißig bis fünfzig Prozent der Aussagen angekreuzt, sei diese Person wohl weder ‚Fleischfresser‘ noch ‚Grasfresser‘ (125). Demnach sei der Mann möglicherweise ein ‚Allesfresser-Typ‘ (*zasshokukei*), besäße aber die Essenz eines ‚Grasfressers‘. Was einen ‚Allesfresser-Mann‘ definiert, wird hier nicht näher ausgeführt. Wenn man überhaupt nichts angekreuzt habe, sei dieser Mann kein ‚Grasfresser‘. Habe man jedoch bereits daran gedacht, das Buch zu verkaufen, nachdem man es gelesen hat, so hätte man doch eine gewisse Veranlagung zum ‚Grasfresser-Mann‘ (125). Damit spielt Ushikubo erneut auf die Sparsamkeit an, die sie ‚grasfressenden Männern‘ zuschreibt.

An dieser Stelle wird noch nichts dazu gesagt, was die Leser*innen mit dem Testergebnis erreichen sollen. Ratschläge, um das Verhalten des ‚Grasfresser-Mannes‘ oder – falls man selbst ein solcher Typ Mann ist – das eigene Verhalten zu verbessern oder anzupassen, werden nicht gegeben. Ein Mann des ‚Grasfresser-Typs‘ zu sein, ist hier grundsätzlich positiv konnotiert.

In dem auf den Test folgenden Abschnitt des Abschlusskommentars werden dann nochmals in Form eines Fazits die Besonderheiten der ‚grasfressenden Männer‘ zusammengefasst. Dabei werden den Leser*innen dann Tipps zum Umgang mit diesem Typ Mann gegeben. Ushikubo weist darauf hin, dass es auch unter den ‚grasfressenden Männern‘ verschiedene Ideen, Interessen oder Geschmäcker gäbe (126). Die Autorin sieht es als wichtig an, sich mit der neuen Kultur (*aratana bunka*) auseinander zu setzen, die diese Männer hervorgebracht hätten (126). Für Ushikubo zeichnet sich diese neue Kultur insbesondere dadurch aus, dass die betreffenden Männer weiblich konnotierte Produkte wie Kosmetik, weibliche Kleidung (z.B. Büstenhalter) oder Süßigkeiten konsumieren. Auch die Zahl der jungen Männer, die in dem Kaufhaus Loft Bentoboxen kauft, sei wesentlich angestiegen (126). In diesem Zusammenhang werden ‚Bentō-Männer‘ (*bentō danshi*) und ‚Süßigkeiten-Männer‘ (*suītsu danshi*) als Beispiele für das Verhalten der ‚grasfressenden Männer‘ angeführt, das für ‚fleischfressende Frauen‘ und Männer der älteren Generationen unverständlich sei. Die Autorin erklärt jedoch, dass es durchaus Berührungspunkte mit der älteren Generation gäbe (127). Auch ‚fleischfressende Frauen‘ würden sich wünschen, dass Männer sanfter seien, im Haushalt helfen und Frauen nicht von oben herab behandeln (127).

Die ‚grasfressenden Männer‘ hätten schlichtweg auf diese Bedürfnisse reagiert (127). Als ‚fleischfressende Frauen‘ werden hier wohl Frauen aus denselben Generationen bezeichnet, die Ushikubo als die Generationen der ‚fleischfressenden Männer‘ betrachtet: die Babyboomer- sowie die Bubble-Generation. Was eine fleischfressende Frau auszeichnet, wird auch hier nicht näher beschrieben.

Schließlich gibt Ushikubo noch mehrere konkrete Ratschläge zum Umgang mit diesen Männern. Wenn der Mann, den man getestet hat, über siebzig Prozent Übereinstimmung mit dem Typus des *sōshokukei danshi* erzielt hätte, solle man sich ihm nur Schritt für Schritt nähern (127). Die Leser*innen sollen aber auch keine Angst haben, denn diese Männer würden niemandem Schaden zufügen wollen (127). Je länger man sich mit Männern des ‚Grasfresser-Typs‘ auseinandersetze, desto mehr könne man sich von feststehenden Vorstellungen lösen und könne sich für neue Lebensentwürfe öffnen (127). Ushikubo empfiehlt Frauen ‚grasfressende Männer‘ als Lebenspartner bzw. zukünftigen Bräutigam (127). Bis es zu einer stabilen Liebesbeziehung käme, müsse man sich jedoch Zeit nehmen (127). Über die „Fleischfresser-Onkel“ (*nikushoku ojisan*) solle man aber auch nicht zu hart urteilen, da diese ja auch nur die ‚grasfressenden Männer‘ und ihr Geheimnis, wie sie bei Frauen gut ankommen, verstehen möchten (2009:127). Abschließend bedankt sich die Autorin bei den hundert ‚grasfressenden Männern‘, die bei der Entstehung des Buches mitgewirkt haben sollen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Aufbau der ersten sechs Kapitel sich sehr stark ähnelt. Zunächst werden Aussagen von ‚Grasfressern‘ auf einer Checkliste angeführt, die die Leser*innen ankreuzen können. Danach folgt in jedem Kapitel Ushikubos Kommentar zu diesen Aussagen. Das siebte Kapitel unterscheidet sich von den anderen, indem es humoristische Geschichten enthält, die als überspitzt dargestellte Beispiele für das Verhalten von ‚grasfressenden Männern‘ dienen sollen. Am Ende des Ratgebers werden die Ergebnisse des Tests, den die Leser*innen durchführen können aufgedeckt.

Diese Publikation wird im Titel als „Bedienungshandbuch“ bezeichnet, was zunächst den Eindruck vermittelt, dass daraus ein praktischer Nutzen gezogen werden kann. Anstatt praktische Tipps zu geben konzentriert sich die Autorin jedoch darauf zu erklären, was denn ein ‚grasfressender Mann‘ sei. Indem man ihre Verhaltensweisen und Gewohnheiten versteht, solle man auch die Beziehung zu einem ‚grasfressenden Mann‘ verbessern können. Durch die Menge der Aussagen auf der Checkliste, welche sich zum Teil widersprechen, ist der Persönlichkeitstyp des ‚Grasfressers‘ sehr breit angelegt, was die Selbst- oder Fremdidentifikation dieser Männlichkeit einfach macht.

Wie die inhaltliche Analyse der Argumentationslinie zeigt, konstruiert Ushikubo den Typ des ‚grasfressenden Mannes‘ und seine als typisch wahrgenommenen Eigenschaften wie Eitelkeit, Sanftheit oder Sparsamkeit in erster Linie auf Basis seiner Konsumgewohnheiten und im Vergleich mit Männern der Bubble-Generation. ‚Grasfressende Männer‘ konsumieren nach Ushikubos Darstellung nicht nur weiblich konnotierte Produkte wie Kosmetik oder Mode, sondern sie lehnen auch andere Prinzipien von männlich markiertem Verhalten ab. Die Perspektive der Autorin ist die einer Frau aus der Bubble-Generation, welche mit einem anderen Bild von Männlichkeit aufwuchs – der hegemonialen Maskulinität des *sararīman*. Aus diesem Grund nimmt sie das Auftauchen dieser veränderten Form von Männlichkeit als einen Bruch mit vorherigen Generationen wahr. Die Thematisierung des Unverständnisses von jungen Frauen und älteren Männern gegenüber den ‚grasfressenden Männern‘ weist darauf hin, dass diese Publikation eine Reaktion auf die negative Berichterstattung in den Massenmedien darstellt.

7.3. Sprachlich-rhetorische Mittel

Im dritten Analyseschritt wird die Verwendung von Sprache im Diskursfragment untersucht. Dabei liegt der Fokus auf den sprachlichen Mitteln, Metaphern, Sinnbildern und Narrativen, die bei der Abgrenzung der Männlichkeit des ‚grasfressenden Mannes‘ von anderen Formen der Männlichkeit zur Anwendung kommen.

Dass das hier vorliegende Diskursfragment nicht nur in den Bereich der Beziehungsratgeber, sondern auch in den Bereich Entertainment einzuordnen ist, zeichnet sich auch auf sprachlicher Ebene ab. Da ein großer Teil dieser Publikation aus Aussagen von ‚grasfressenden Männern‘ besteht, die in Form einer Checkliste präsentiert werden, setzt sich ein Großteil des Textes aus gesprochener Sprache und Umgangssprache in verschriftlichter Form zusammen. Aber auch im Kommentarteil werden umgangssprachliche Ausdrücke, Ausrufe und direkte Rede verwendet, wodurch der sprachliche Stil zum Teil reißerisch wirkt. Der akademische Hintergrund der Autorin ist anhand des Sprachgebrauchs nicht zu erkennen. Das folgende Zitat aus der Einleitung dieser Publikation ist nur ein Beispiel dafür:

‚Grasfressende Männer? Das betrifft mich doch nicht.‘ So haben möglicherweise auch Sie gedacht. Bis kurz vor diesem Buch. Aber jetzt ist ein Zeitalter [angebrochen], in dem es gefährlich ist, so zu denken. (1)

Die Charakteristika der ‚grasfressenden Männer‘ werden hauptsächlich mithilfe von Umschreibungen ihrer Attribute konstruiert. Dabei wird auf der Checkliste meist ein Beispiel für ein bestimmtes Verhalten gegeben, das eine bestimmte Charaktereigenschaft impliziert.

Zum Beispiel wird der folgende Satz als Aussage eines ‚grasfressenden Mannes‘ angeführt: „Wenn ich Geld habe, spare ich es erst einmal“ (16). Diese Aussage suggeriert im Kontext dieses Persönlichkeits-Tests, dass ‚grasfressende Männer‘ sparsam sind. Da die Checkliste eine große Menge solcher Aussagen von ‚grasfressenden Männern‘ enthält, wird nur in Verbindung mit dem Kommentar des jeweiligen Kapitels klar welchen Eigenschaften Ushikubo besondere Bedeutung beimisst.

Grundsätzlich basiert die Konstruktion des Begriffs des ‚grasfressenden Mannes‘ auch bei Ushikubo auf einer figurativen Gleichsetzung von Mann und Tier, wie bei Morioka (2009). Ushikubo verweist auf die Männlichkeit vergangener Generationen, vor allem der Bubble-Generation, die als Wölfe, also fleischfressende Tiere, bezeichnet werden. Den Lebensentwurf dieser ‚fleischfressenden Männer‘ beschreibt die Autorin als *‚jibun daiichi‘* *‚shigoto daiichi‘* „Ich zuerst, die Arbeit zuerst“ (117). Männer zwischen 20 und 35 Jahren (im Jahr 2009) werden hingegen mit pflanzenfressenden Tieren verglichen. Ushikubo argumentiert, dass ‚Grasfresser‘ andere nicht überfallen würden um zu überleben, wie es ‚Fleischfresser‘ tun, sondern sie würden vor der Gefahr fliehen (117). Aufgrund dieses Verhaltens würde es manchen so erscheinen, als könne man sich nicht auf die ‚grasfressenden Männer‘ verlassen (*tayori nai*) (117). ‚Grasfressende Tiere‘ entkommen Angriffen, indem sie sich gegenseitig in der Gruppe schützen – einzelne Tiere besitzen jedoch nicht die Kraft alleine zu überleben (117). Deshalb würden ‚grasfressende Männer‘ ihren Weg im Leben gemeinsam mit Familie und Freunden gehen (117), im Gegensatz zu ‚fleischfressenden Männern‘, die sich als einsamer Wolf alleine durchkämpfen würden. Anhand dieses Sinnbildes werden die ‚Fleischfresser‘ der Bubble-Generation als stark und dadurch zuverlässig, aber auch als einzelgängerisch und aggressiv konstruiert. Die Generation der ‚grasfressenden Männer‘ wird hingegen als schwach und feige, aber auch als Teamplayer, die mehr Rücksicht auf andere nehmen, dargestellt.

Jedoch argumentiert die Autorin, dass die Überlebensstrategie der ‚grasfressenden Männer‘ in der Zeit der wirtschaftlichen Rezession mehr Sicherheit als die einzelgängerische Lebensweise der ‚Fleischfresser‘ bietet (117). Ushikubo zieht demnach den Schluss, dass durch das Wegfallen der lebenslangen Anstellungsgarantie, ein Familienverband, in dem mehrere Personen für den Lebensunterhalt sorgen, mehr Sicherheit bietet als ein Familienmodell, in dem der Mann der alleinige Ernährer der Familie ist. An dieser Stelle muss festgestellt werden, dass Ushikubos Vergleich einen Logikfehler enthält. Auch Wölfe leben im Rudel und schützen sich gegenseitig durch Zusammenhalt.

Ein Genderstereotyp, der in diesem Ratgeber zum Tragen kommt, ist das des *corporate warrior* (*kigyō senshi*). Gemeint ist damit der Archetyp eines fleißigen Angestellten, der wie

ein Soldat im Krieg für seine Firma und sein Land kämpft. Der *corporate warrior* entspricht einer alten Form der hegemonialen Männlichkeit des *sararīman*, welche aufgrund des Wandels gesellschaftlicher Verhältnisse in Japan sich seit den 1990er Jahren langsam verändert. Dieses Bild knüpft direkt an das zuvor erwähnte Narrativ des ‚fleischfressenden Mannes‘ an, der in Ushikubos Publikation als Vergleichsobjekt für den ‚grasfressenden Mann‘ dient. In diesem Diskursfragment werden Männer der Bubble-Generation sowie der Babyboomer-Generation als solche „Soldaten“ bezeichnet. Ushikubo erläutert, dass in diesen Generationen der Arbeitsplatz „das Schlachtfeld des Mannes“ (*otoko no senjō*) war, wo sich diese wie Soldaten für ihre Firma einsetzten (58). Diese Männer seien an den Wochenenden zum Golf oder zu Empfängen für Firmenangestellte gegangen und hätten dafür ihr Familienleben geopfert (58). Dafür seien die Männer dieser Generationen ihr ganzes Leben lang im Schutz der Firma gestanden (58). Als die Wirtschaftsblase platzte verschwand jedoch diese Sicherheitsgarantie (58). Aus diesem Grund habe sich der Lebensentwurf der nachfolgenden Generation der ‚grasfressenden Männer‘ geändert. An anderer Stelle wird erwähnt, dass die jetzige Generation der ‚grasfressenden Männer‘ ihr Land und ihre Firma nicht mehr verteidigen, wie es die *corporate warriors* getan haben – jedoch beschützen sie ihre Familie und Freunde durch Gruppenzusammenhalt (117). Hier schließt Ushikubo in ihrer Argumentation an das duale Bild der ‚grasfressenden‘ und der ‚fleischfressenden‘ Generationen an. Anstatt ihr Leben der Firma zu widmen, seien die ‚grasfressenden Männer‘ eine Generation, die mehr Wert auf das eigene Wohlbefinden legt (59). Im Gegensatz zu Arbeitskräften der Shōwa-Zeit seien sie nicht mehr so leidenschaftlich – sie seien passiver (*shōkyokuteki*) geworden (60). Im Allgemeinen sollen die ‚grasfressenden Männer‘ daher einen Lebensstil, der stärker auf Work-Life-Balance ausgerichtet ist, führen (58), aber dennoch seien sie wertvolle und loyale Angestellte (60). Von der Vorstellung, dass ein Mann anhand seiner Leistung bei der Lohnarbeit bewertet wird, grenzt sich Ushikubo daher nicht ab, wie auch unter Punkt 7.4 besprochen wird.

Ein weiteres Bild, das zur Beschreibung von ‚grasfressenden Männern‘ verwendet wird, ist das des *hako iri musuko*, des „Sohns in einer Schachtel“. Diese Redensart bedeutet, dass ein geliebtes Kind geschützt vor der Außenwelt mit Sorgfalt aufgezogen wurde (Shōgakukan/Kokugo jiten henshūbu 2002:288). Bei Ushikubo wird dieses Idiom im Zusammenhang mit folgender Aussage auf der Checkliste verwendet: „Entschuldigung, ich bin nämlich ein wohlbehüteter Sohn“ (*Suimasen hako iri musuko nande*; 82). In diesem Abschnitt des fünften Kapitels der Publikation werden Vorlieben der ‚grasfressenden Männer‘ bei der Ernährung beschrieben. Daher zeichnet der thematische Kontext im Zusammenhang mit diesem Idiom hier das Bild, dass der ‚grasfressende Mann‘ von der Familie zu Hause mit gutem Essen verwöhnt

wurde. Dies bestätigt sich durch eine Illustration auf derselben Seite (82), die einen Mann zeigt, der in einer Schachtel sitzt und Sushi isst (Siehe Abb.4). Die Verwendung des Idioms unterstreicht Ushikubos Behauptung, dass ‚grasfressende Männer‘ als Kinder verwöhnt worden seien, was zu ihrer Lebenseinstellung geführt haben soll, die dem persönlichen Wohlergehen eine höhere Priorität einräumt als Erfolg und Karriere.



Abbildung 3: „Sohn in einer Schachtel“ – Illustration aus Ushikubo (2009:82)

Andere Begriffe, die von Ushikubo zur Beschreibung der ‚grasfressenden Männer‘ verwendet wurden, sind *suitsu danshi* (Süßigkeiten-Mann), *bentō danshi* (Lunchbox-Mann) und *moisuchā danshi* (Feuchtigkeitscreme-Mann). Was diese Begriffe gemeinsam haben, ist, dass damit ein Verhalten verbunden wird, welches als für Männer ungewöhnlich oder neuartig konstruiert wird. Der Begriff *suitsu danshi* (Süßigkeiten-Mann) wird in diesem Diskursfragment als eine eigene Bezeichnung für Männer, die gerne süße Desserts essen, verwendet (126). Dass ‚Grasfressende Männer‘ an den ansonsten beliebten Rāmen-Restaurants und dergleichen kein Interesse haben, aber gerne Süßigkeiten essen, wird als eigentümlich dargestellt. Sogar der Lebensmittelhersteller Morinaga Milk würde deshalb die Entwicklung eines eigenen Puddings für Männer planen (126). Hier wird also von der Norm ausgegangen, dass Männer nicht gerne Süßigkeiten essen, sondern herzhaftere Speisen wie Rāmen bevorzugen¹³.

Auch der Konsum von süßen Getränken anstatt von Bier wird hier als ungewöhnlich für einen Mann dargestellt; dies kommt vor allen in der Checkliste zum Ausdruck, wo das gemeinsame Trinken von Alkohol mit den Arbeitskollegen (*nomikai*) thematisiert wird. Die folgenden beiden Aussagen der Checkliste folgen direkt aufeinander: „Zuerst bestelle ich immer ‚vorläufig ein Bier‘“, aber: „In Wahrheit möchte ich Mixgetränke oder ähnliches trinken“ (51). Bei Getränken würden Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ Mixgetränke mit

¹³ Jon Holtzman beschäftigte sich mit der Rolle, die der Konsum gewisser Lebensmittel für die Genderidentität von Männern im heutigen Japan spielt (2018).

Fruchtsäften bevorzugen. Jedoch sei es nicht gerne gesehen, solche Getränke zu konsumieren – zuerst ein Bier zu bestellen gehöre für einen Mann zum guten Ton. ‚Grasfressende Männer‘ würden sich aus diesem Grund an die Kollegen anpassen und auch zuerst ein Bier trinken. Sich nicht an die anderen anzupassen, würde womöglich für eine schlechte Atmosphäre sorgen, dies wäre den ‚Grasfresser-Männern‘ unangenehm. Hier werden die ‚grasfressenden Männer‘ aufgrund ihrer persönlichen Vorlieben bei Lebensmitteln und Getränken, welche nicht dem stereotypen Bild eines Mannes entsprechen, als anders konstruiert.

Auch dass Männer kochen wird hier als eine neue Entwicklung betrachtet. Im Text wird mehrmals der Begriff *bentō danshi* für ‚grasfressende Männer‘ verwendet (126). Als *bentō danshi* werden in Japan Männer bezeichnet, die ihr Essen für die Mittagspause in der Arbeit selbst zubereiten, was in Japan als traditionell weibliche Tätigkeit betrachtet wird (vgl. Yuen 2014). Männer des ‚Grasfresser-Typs‘ würden lieber zu Hause essen als ausgehen, da dies nicht nur gesünder, sondern auch günstiger sei (83). Zudem seien ihre Kochkünste auch bei Frauen sehr beliebt (86). Des Weiteren werden in diesem Zusammenhang auf der Checkliste die Fähigkeiten der ‚grasfressenden Männer‘ bei Tätigkeiten im Haushalt thematisiert. Da sie nicht nur bügeln, staubsaugen, kochen und Knöpfe annähen, sondern auch mit dem Geld haushalten können, seien sie darauf ausgerichtet Vollzeit-Hausmänner (*senkyō shufu*) zu sein (84). Diese Qualitäten des ‚grasfressenden Mannes‘ werden zwar in der Checkliste angeführt, jedoch wird der Lebensentwurf in Ushikubos Kommentaren nicht besprochen. In den Kommentaren, in denen die Autorin die für sie wichtigen Punkte herausstreicht, geht es alleine darum, dass ‚grasfressende Männer‘ nicht gegen die Aufteilung der Aufgaben im Haushalt in einer Partnerschaft seien (42).

Bei Ushikubo wird der Begriff *moisuchā danshi* (Feuchtigkeitscreme-Mann) im Kontext des Konsums von Kosmetikprodukten im vierten Kapitel auf der Checkliste zur Sprache gebracht (63). Mit diesem Begriff wird hier ein Mann bezeichnet, der sich durch Körperpflege und die Verwendung von Kosmetikprodukten um die Schönheit und Gesundheit seiner Haut kümmert. Zur Körperpflege der ‚grasfressenden Männer‘ gehöre nicht nur eine gründliche Hygiene, sondern auch das Zupfen der Augenbrauen, Feuchtigkeitscremes, Gesichtswasser, Lippenpflege, Deodorant, Parfum, Sonnenschutzcreme, Maniküre und Tücher gegen fettigen Glanz auf der Haut. Die penible Beschreibung von konsumierten Kosmetikartikeln in der Checkliste des Persönlichkeitstests zeigt, wie stark die Identität der ‚grasfressenden Männer‘ in der Darstellung von Ushikubo an Konsumpraktiken geknüpft ist. Als Grund für Schönheitspflege wird hier genannt, dass dies förderlich für das Selbstbewusstsein der ‚grasfressenden Männer‘ sei, an dem es ihnen im Vergleich zu Männern

vorhergehender Generationen mangeln würde (77). Diese Art der Selbstpflege zur Verbesserung des eigenen Ich, sei etwas, dass auch Frauen häufig betreiben würden (77). Der Konsum von Produkten zur eigenen Verschönerung wird also hier mit Weiblichkeit verbunden, wodurch die ‚grasfressenden Männer‘ als eine feminine Männlichkeit portraitiert werden.

Weiters erklärt Ushikubo, dass ein eigener Wagen ein Statussymbol für die Männer der Bubble-Generation gewesen sei, die ‚grasfressenden Männer‘ würden dieses jedoch nicht mehr benötigen um Frauen zu beeindrucken (76). Stattdessen würden Frauen Wert auf ein gepflegtes Äußeres legen, weshalb ‚grasfressende Männer‘ Kosmetikartikel konsumieren würden (76). Der Konsum von teuren Uhren und Automobilen, wird demnach mit dem finanziellen und gesellschaftlichen Status des Mannes – kurz dem hegemonialen Ideal von Männlichkeit – verbunden. Wie bereits unter Punkt 2.1.3. besprochen, definiert sich die hegemoniale Männlichkeit des *sararīman* neben der Arbeit, auch über die Rolle des Mannes als Ernährer der Familie (*daikokubashira*) (Dasgupta 2013:159). Statussymbole sind Ausdruck von Finanzkraft, die für die Erfüllung der hegemonialen Rolle des Mannes nötig ist.

Auf der anderen Seite wird der Konsum günstigerer Artikel, die zur Pflege des eigenen Körpers verwendet werden, als eine neue Entwicklung dargestellt. Dass die ‚grasfressenden Männer‘ andere Produkte kaufen als die Männer der Bubble-Generation wird hier mit einem veränderten Lebensstil und infolgedessen mit einer veränderten Männlichkeit verbunden. Die Autorin sieht diese jedoch nicht als etwas Negatives an und argumentiert, dass es erfreulich sei, wenn die Zahl der schönen Männer zunehme (77-78). Außerdem habe es positive Auswirkungen auf den Markt von Männerkosmetik gehabt, die dadurch einen wirtschaftlichen Zuwachs erfahren hätten (78). Obwohl in Japan Modebewusstsein sowie ästhetisch-orientierte Körperpflege bei Männern aufgrund von Vorbildern aus der Populärkultur wie den Popgruppen SMAP oder Arashi seit den 1990ern als weitgehend akzeptiert gilt (Charlesbois 2017:169), wird der ‚feminine‘ Konsum der ‚Grasfresser‘ bei Ushikubo als Veränderung eingestuft.

Im Kontext des Konsums von Schönheitsbehandlungen und Kosmetik wird auf der Checkliste auch erklärt, dass ‚grasfressende Männer‘ nicht homosexuell seien (66), womit implizit ausgedrückt wird, dass ‚grasfressende Männer‘ Verhaltensweisen an den Tag legen, die im Allgemeinen mit homosexueller Männlichkeit verbunden werden. Dies weist einerseits auf eine diskursive Verknüpfung von einem Interesse an Schönheitsprodukten mit homosexueller Männlichkeit hin, andererseits wird der ‚Grasfresser-Mann‘ dadurch als eine dezidiert heterosexuelle Männlichkeit dargestellt. Laut der Soziologin Connell wird feminin konnotiertes Verhalten, wie das Interesse an Kosmetik, bei Männern oftmals mit Homosexualität verbunden (Connell 2015:115). Connell erklärt dieses Phänomen wie folgt:

Alles, was die patriarchale Ideologie aus der hegemonialen Männlichkeit ausschließt, wird dem Schwul-sein zugeordnet; das reicht von einem anspruchsvollen innenarchitektonischen Geschmack bis zu lustvoll-passiver [...] Sexualität. Deshalb wird aus Sicht der hegemonialen Maskulinität Schwulsein leicht mit Weiblichkeit gleichgesetzt. (Connell 2015:115)

Diese Gleichsetzung von Verhaltensweisen, die von dem hegemonialen Bild eines Mannes abweichen, mit Weiblichkeit ist eine Praktik der Ausgrenzung und Diskriminierung homosexueller Männlichkeit, die im schlimmsten Falle in homophoben Attacken enden kann (Connell 2015:132). Wenn heterosexuelle Männer nicht in das hegemoniale Schema passen können sie ebenso „aus dem Kreis der Legitimierten ausgestoßen werden“, was in weiterer Folge auch zu ihrer Entwertung als Mann führt (Connell 2015:132). Wie Taga erklärt, werden in Japan Jungen, die sich nicht konform zum hegemonialen Bild des Mannes gehen mit herabwürdigenden Spitznamen wie *okama* (Tunte, Schwuler) bezeichnet (Taga 2006:43 zit.n. Charlesbois 2014:21). Dass die sexuelle Identität ‚grasfressender Männer‘ in dieser Weise bei Ushikubo angesprochen wird, zeigt eindeutig den oppositionellen Charakter dieser Männlichkeit gegenüber dem hegemonialen Ideal. Mit Ausnahme dieser Textstelle wird homosexuelle Männlichkeit bei Ushikubo nicht erneut thematisiert, weshalb nicht festgestellt werden konnte, welche Position die Autorin dazu einnimmt. Generell wird nicht-heterosexuellen Identitäten oder queeren Lebensentwürfen in dieser Publikation kein Raum gegeben.

7.4. Inhaltlich-ideologische Aussagen

Anhand der Analyse des Inhalts und der Konstruktionsmechanismen, die in diesem Diskursfragment zur Anwendung kamen, wurde auch die ideologische Positionierung dieser Publikation innerhalb des Diskurses zum *sōshokukei danshi* bestimmt. Im Allgemeinen lässt sich feststellen, dass die Autorin die Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ aus einem kapitalistischen Blickwinkel betrachtet. Der Ausdruck von Männlichkeit wird hier stark über deren Lifestyle und die damit verbundenen Konsumpraktiken definiert. Als neuartiges Verhalten dieser Männer wird dabei der Konsum von Produkten und Lebensmitteln, die sonst als dezidiert feminin wahrgenommen werden, betont. Zudem stellt Ushikubo den Lebensstil der ‚fleischfressenden Männer‘, die sich stärker auf ihre Karriere konzentrieren, und den Lebensstil der ‚grasfressenden Männer‘, die größeren Wert auf persönliches Wohlbefinden und familiären Zusammenhalt legen, einander gegenüber (117). Der Lebensentwurf der ‚grasfressenden Männer‘ wird dabei im Vergleich mit dem vorhergegangener Generationen als

anders, aber gleichwertig betrachtet. Ushikubo erläutert, dass es eine persönliche Präferenz sei, welchen Lebensstil Männer wählen würden und welchen Lebensstil eine Frau bei einem Mann bevorzugt (118). Allerdings wird der Lebensentwurf der ‚grasfressenden Männer‘ als passend für die gegenwärtige wirtschaftliche und gesellschaftliche Situation in Japan in Betracht (117).

Des Weiteren äußert sich Ushikubo positiv über die Einstellung der ‚grasfressenden Männer‘ zu Familienleben und Partnerschaft. Auch Frauen der vorherigen Generation, die hier verallgemeinert als ‚fleischfressende Frauen‘ bezeichnet werden, würden sich wünschen, dass Männer sensibler sind, mehr im Haushalt mithelfen und Frauen nicht von oben herab behandeln würden (127). ‚Grasfressende Männer‘ hätten auf die Wünsche dieser Generation reagiert (127). Die häuslichen Fähigkeiten wie Kochen, Putzen, Wäsche waschen etc., welche ‚grasfressenden Männern‘ attestiert werden, werden von Ushikubo ebenfalls positiv rezipiert. Daher empfiehlt Ushikubo ihren Leser*innen auch einen ‚grasfressenden Mann‘ als zukünftigen Bräutigam (127). Auch der Tendenz zu einer Auflösung von Genderbinarität steht Ushikubo durchaus positiv gegenüber. Die Autorin argumentiert, dass sich die Trennung nach Gender bei Konsumartikeln auflösen würde, wie sich anhand von Verkaufszahlen bestimmter Artikel zeige (98-99). Aus diesem Grund, behauptet Ushikubo, würde sich auch die Vorstellung, wie unterschiedlich Männer und Frauen sich zu benehmen haben, verändern (99). Die Abkehr von einer klaren Gendertrennung hält Ushikubo für einen Ausdruck größerer individueller Freiheit: „Jetzt ist jeder, sowohl Mann als auch Frau, frei das zu tun was er möchte“ (99).

7.5. Fazit aus der Analyse

Hier sollen nun nochmals die primären Charakteristika, die den ‚grasfressenden Männern‘ in der Publikation von Ushikubo zugeschrieben werden, rekapituliert werden. Obwohl Ushikubo die ‚grasfressenden Männer‘ in dieser Publikation als neue Gattung von Mensch (*shin janru no sonzai*) bezeichnet, welche die bislang gültigen Gender-Grenzen überschreitet (1), so repräsentieren sie im Endeffekt auch in diesem Diskursfragment eine Form von Männlichkeit. ‚Grasfresser‘ werden als eine Generation von Männern porträtiert, die ihr persönliches Wohlbefinden über eine große Karriere und ein hohes Gehalt stellen. Ein Leben wie das ihrer Väter, in dem die Arbeit die wichtigste Rolle spielt, lehnen sie ab. Teamarbeit und Freundschaft unter Kollegen bevorzugen sie gegenüber Wettkampf und Konkurrenzdenken zwischen Männern. Des Weiteren sind sie eng mit ihrer Familie, speziell mit der Mutter sowie Freunden verbunden und schätzen den Zusammenhalt und die Gemeinschaft. Außerdem werden sie als eitel und oberflächlich beschrieben – Äußerlichkeiten seien ihnen sehr wichtig. An ihrem Konsumverhalten zeige sich ein größeres Interesse an Kosmetik, Mode und Lifestyle-

Produkten als an Statussymbolen wie teuren Uhren und Automobilen. Zur selben Zeit wird den ‚grasfressenden Männern‘ Sparsamkeit, eine Ablehnung von Verschwendung sowie ein großes Umweltbewusstsein attestiert.

In zwischenmenschlichen Beziehungen sei die Gleichberechtigung von Mann und Frau für sie selbstverständlich. Der ‚grasfressende Mann‘ wird in diesem Diskursfragment als ein dezidiert heterosexueller Männertyp dargestellt – queere Lebensentwürfe oder andere sexuelle Orientierungen werden nicht besprochen. In einer Liebesbeziehung, aber auch bei Freundschaften verhalten sie sich Frauen gegenüber respektvoll, Streit und Gewalt lehnen sie ab. Zudem hätten ‚grasfressende Männer‘ kein Problem damit, bei Hausarbeit und Kindererziehung mitzuhelfen. Ein Beziehungsmodell, bei dem beide Partner arbeiten, sei für diese Männer ideal. Beim Kennenlernen von Frauen bräuchten sie viel Zeit um Vertrauen zu fassen. Da ihnen Stabilität wichtig sei, wären sie auch als Männer zum Heiraten gut geeignet.

Als Gründe für die Entstehung des ‚Grasfresser-Typs‘ wird die veränderte Wirtschaftslage der verlorenen Dekaden in Japan genannt. Aufgrund einer Zeit der wirtschaftlichen Rezession, die mit einem Verlust von finanzieller Sicherheit und lebenslanger Anstellung einherging, könne Männlichkeit nun nicht mehr auf den Werten und Statussymbolen der Vergangenheit aufgebaut werden.

Konstruktionsmuster, die hier zum Tragen kommen, sind der Vergleich mit Männlichkeiten der Bubble-Generation sowie der Babyboomer-Generation. Dabei wird besonders die Hinwendung der ‚grasfressenden Männer‘ zu weiblich konnotierten Interessen wie Mode und Schönheitspflege und häuslichen Tätigkeiten, wie Kochen, als neuartig wahrgenommen. Zudem wird die Männlichkeit des ‚grasfressenden Mannes‘ auf Basis eines eigenen, mit bestimmten Konsumgewohnheiten verbundenen Lebensstils aufgebaut – ähnlich einer Subkultur. Dabei wird das Streben nach individueller Freiheit, das sich in dieser Gender-Performance der ‚Grasfresser-Männer‘ ausdrückt, von der Autorin unterstützt. Auch einem Lebensentwurf, bei dem Männer sich stärker ins Familienleben einbringen und weniger Karriere-orientiert sind, steht die Autorin positiv gegenüber.

Alternative Lebensentwürfe von Männern, wie die Tätigkeit als Hausmann, werden nur am Rande angesprochen. Stattdessen stellt die Autorin eine Verbindung zwischen der alten Männlichkeit der ‚Fleischfresser‘ und der neuen Männlichkeit der ‚Grasfresser‘ her. Die Autorin erklärt, dass auch ‚grasfressende Männer‘ – trotz ihres ‚neuen‘ Lebensentwurfes – wertvolle und loyale Mitarbeiter einer Firma seien (60). Wie bereits unter Punkt 3.3. ausgeführt wurde, beruht das hegemoniale Ideal des *sararīman* auf der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Mannes. Daher kann Ushikubos Art der Argumentation als Versuch interpretiert werden,

die ‚grasfressende Männlichkeit‘ neben der hegemonialen Maskulinität zu legitimieren – ohne die hegemoniale Männlichkeit dabei abzulehnen. Wodurch die oppositionelle Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ als eine neue Kategorie gedeutet wird, die mit der hegemonialen Maskulinität gleichgestellt ist.

8. Diskursfragment 3: Sakuragi Pirokos *Lektionen in der Liebe für fleischfressende Frauen: Wie verschlingen sie wohl die grasfressenden Männer?*

Dieses Kapitel ist der Feinanalyse des dritten Diskursfragments, Sakuragi Pirokos *Nikushokukei joshi no ren‘aigaku: Kanojotachi wa ika ni sōshokukei danshi o kuimakuru no ka* (Lektionen in der Liebe für ‚fleischfressende Frauen‘: Wie verschlingen sie wohl die ‚grasfressenden Männer‘?) aus dem Jahr 2009 gewidmet. Dabei werden, wie in den vorhergehenden Kapiteln, angelehnt an die kritische Diskursanalyse nach Jäger der institutionelle Kontext, die Textoberfläche und inhaltliche Dimension, sowie die sprachlich-rhetorischen Mittel und die inhaltlich-ideologischen Aussagen in diesem Ratgeber analysiert. Zuletzt wird ein Fazit aus der Analyse gezogen, wobei die wichtigsten Erkenntnisse der Feinanalyse zusammengefasst werden.

8.1. Institutioneller Kontext

Bei diesem Diskursfragment handelt es sich um einen Ratgeber zum Thema Liebe und Sexualität von jungen Männern und Frauen in Japan, der sich sowohl mit den ‚grasfressenden Männern‘ als auch mit den ‚fleischfressenden Frauen‘ auseinandersetzt. Die Publikation erschien 2009 als Taschenbuch mit Umschlag bei dem Verlag Tokuma Shoten, der sich in erster Linie auf den Bereich Entertainment spezialisiert. Neben Selbsthilfeliteratur wird hier auch Unterhaltungsliteratur, Zeitschriften wie *Asahi geinō*, Manga sowie Kinderliteratur (darunter auch Buchadaptionen von Filmen von Studio Ghibli) publiziert. Die Preisempfehlung für die vorliegende Publikation beträgt 1200 Yen. Dieser Ratgeber wurde laut einer Autorennotiz von Sakuragi im Jahr 2010 in verschiedenen asiatischen Ländern (diese werden nicht näher definiert) in Übersetzung veröffentlicht (Sakuragi 2010).

Sakuragi Piroko, die Autorin dieser Publikation, wird in der Autorennotiz des Buches als *moteraitā*, eine Autorin von Ratgebern, die den Leser*innen zur Beliebtheit bei potentiellen Partner*innen verhelfen sollen, bezeichnet (2009). Auf der Website des Online-Marktplatzes Amazon Japan werden derzeit 13 Bücher von Sakuragi Piroko, die der Thematik Liebe und Sexualität gewidmet sind, zum Kauf angeboten (Amazon Japan 2018a). Zudem gibt Sakuragi

in ihrem persönlichen Blog an, sich auf humoristische Liebesratgeber zu spezialisieren, und bezeichnet sich selbst als Comedy-Schriftstellerin (*o-warai raitā*) (Sakuragi 2018b).

Die Zielgruppe ihrer Ratgeber sind sowohl Männer als auch Frauen. Der Ratgeber für Männer *Onna ga muchū ni naru sekkusu* (Sex, von dem Frauen hingerissen sein werden, 2012) soll Männern dabei helfen, die weibliche Sexualität besser zu verstehen, und auch das Ansprechen und Einladen von Frauen durch die Anwendung bestimmter Strategien erleichtern. Als ein Beispiel für Ratgeber für Frauen kann *Ikemen wa naze koshi o furanai no ka* (Warum bewegen gutaussehende Männer ihre Hüfte nicht?, 2010) genannt werden. In dieser Publikation beschäftigt sich Sakuragi mit *ikemen* (gutaussehenden Männern), die ihrer Ansicht nach keine guten Partner darstellen, da sie sich in einer Beziehung keine Mühe geben würden. Wie Frauen einen guten Partner finden und behalten können, wird ebenfalls erläutert. Darüber hinaus beziehen sich manche Ratgeber auch speziell auf die weibliche Sexualität, wie zum Beispiel *Motto shiritai! Onna no ko no hitori ecchi* (Ich möchte mehr wissen! Masturbation für junge Frauen, 2011), der versucht, jungen Frauen dabei zu helfen, ihren Körper besser kennen zu lernen und dadurch ihre Lust zu steigern.

Weiters ist die Autorin als Freelancerin, Event-Begleitung und Organisatorin von Single-Treffen (*gō-kon*) tätig (Sakuragi 2009; 2010). Laut ihrem Profil auf der Social Media-Plattform Twitter sei sie auch in TV-Formaten der Sender NHK oder Terebi Tōkyō aufgetreten (Sakuragi 2018c). Eine Einbindung in wissenschaftliche Spezialdiskurse konnte nicht festgestellt werden. Aufgrund der Beliebtheit des Modeworts der ‚fleischfressenden Frau‘, als Gegenpart des ‚grasfressenden Mannes‘, erlangte die Autorin 2009 eine gewisse Prominenz. Auch im Jahr 2018 bewirbt Sakuragi ihre Publikationen auf ihrem persönlichen Blog noch mit den Worten „Lehren in der Liebe für ‚fleischfressende Frauen‘“ und gibt sich als Expertin für Liebe und Sexualität aus (Sakuragi 2018a). Ihre Position im Diskurs zeichnet sich demnach vor allem durch ihre Selbstidentifikation als eine ‚fleischfressende Frau‘ (2018a) sowie durch ihre Stellung als beliebte Autorin von Beziehungsratgebern aus.

8.2. Textoberfläche

Aufgrund des bunten sowie provokativen Designs des Umschlages wird die Nähe des Diskursfragments zum Entertainment-Bereich deutlich. Auf dem Cover ist eine riesige, blonde Frau in einem geblühten Kleid auf rotem Hintergrund zu sehen, die kleine, hilflos wirkende Männer in den Händen hält (Sakuragi 2009). Rechts neben der Figur der ‚fleischfressenden Frau‘ werden wehrlos erscheinende kleine Figuren von Männern in einem Fluss fortgespült; am Flussufer sind ein Totenkopf und ein Knochen zu sehen, die aus dem Boden ragen. Die

comichafte Illustration vermittelt den Eindruck, dass die Männer der übermächtigen Riesin völlig ausgeliefert sind, die sie wie ein Kind sein Spielzeug zu behandeln scheint (Siehe Abb.5.). Die Machtposition der ‚fleischfressenden Frau‘ gegenüber dem ‚grasfressenden Mann‘ wird dabei stark betont. Abgesehen von der Illustration auf dem Cover bzw. Umschlag des Buches werden im ersten Kapitel noch weitere Illustrationen verwendet, die die Weiblichkeit der ‚fleischfressenden Frau‘ als stark oder grausam darstellen, während ‚grasfressende Männer‘ als schwach oder ängstlich porträtiert werden. Als Beispiel kann hier die Illustration im zweiten Abschnitt des ersten Kapitels genannt werden: Hier wird ein Mann gezeigt, der ängstlich vor mehreren Frauen zurückweicht, die sich aggressiv auf ihn stürzen (33)¹⁴. Andere Illustrationen in dieser Publikation werden beispielsweise im zweiten Kapitel zur Darstellung der verschiedenen, im Buch vorgestellten Typen von ‚fleischfressenden Frauen‘ eingesetzt. Diese werden dabei als attraktiv, schlank, und betont weiblich dargestellt. Sie haben langes Haar, tragen Make-up und sind mit Kleidern oder Röcken sowie Stöckelschuhen bekleidet (65).

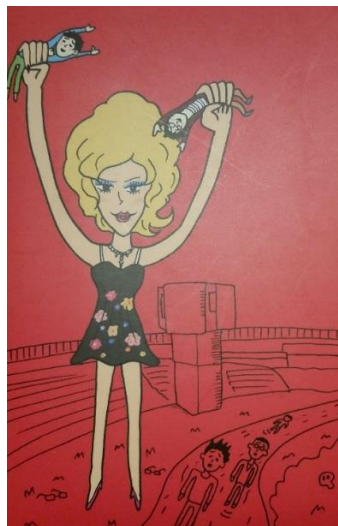


Abbildung 4: „Fleischfressende Frau“ – Illustration des Buchcovers von Sakuragi (2009)

Strukturell ist die Publikation in eine Einleitung, sechs Kapitel, die den Hauptteil bilden, und einen Schlusskommentar unterteilt. Die sechs Kapitel des Hauptteiles sind in zahlreiche kleinere Unterabschnitte gegliedert, wodurch viele kurze thematische Einheiten entstehen. Kurze Anekdoten aus dem Leben von ‚grasfressenden Männern‘ und ‚fleischfressenden Frauen‘, die als Beispiele für deren Verhalten dienen, bilden dabei meist eine solche Sinneinheit, die jeweils mit einer Überschrift versehen wird. Es dominieren Erzählungen aus der Perspektive einer dritten Person. Anhand dieser kurzen Sinneinheiten werden zahlreiche Kategorien von Frauen und Männern vorgestellt, die in diesem Diskursfragment konstruiert wurden. Im ersten,

¹⁴ Im Folgenden beziehen sich alle Seitenzahlen in Klammern auf Sakuragi (2009), wenn nicht anders angegeben.

vierten und sechsten Kapitel liegt der thematische Fokus auf den ‚grasfressenden Männern‘, während das zweite, dritte und fünfte Kapitel den ‚fleischfressenden Frauen‘ gewidmet ist. Die beiden Typen werden jedoch im gesamten Diskursfragment stets in Relation zueinander betrachtet, wie im Folgenden noch näher erläutert wird.

In der Einleitung spricht die Autorin aus ihrer Sicht problematische, aktuelle Entwicklungen in der japanischen Gesellschaft an, die sie zum Verfassen dieses Ratgebers motiviert habe sollen. Sakuragi behauptet, dass ‚grasfressende Männer‘ in der Öffentlichkeit als sanfte Männer dargestellt werden, die in der Liebe nicht gierig sind, Streit verabscheuen und mit dem anderen Geschlecht gut befreundet sind (1). Sie verweist in dieser Einleitung auf Morioka Masahiros erstes Buch *Sōshokukei danshi no ren‘aigaku* (Lessons in Love for Herbivore Men) (2009). Dieses Buch sei zum Bestseller geworden, da die Zahl der ‚grasfressenden Männer‘ so stark angestiegen sei (2). Die Autorin argumentiert, dass aufgrund des abnehmenden Sexualtriebs der Männer Japans jedoch eine sinkende Geburtenrate zum Problem geworden sei (1). Auch japanische Frauen würden sich beschweren, dass es keine „guten Männer“ (*ii otoko*) mehr gäbe (2). Bereits in diesem Abschnitt lässt Sakuragi Kritik an Moriokas Werk anklingen, die sich in weiterer Folge durch das gesamte Diskursfragment zieht.

Das Antonym zum ‚grasfressenden Mann‘ ist nach Sakuragi die ‚fleischfressende Frau, die sich in der Liebe aktiv (*sekkyokuteki*) verhält und einen starken Sexualtrieb hat – Frauen seien zu Jägerinnen (*hantākei joshi*) geworden (2). Dieses aktive Verhalten würde von der Öffentlichkeit nun stärker anerkannt werden, was Sakuragi mit den Worten „sie sind erst so spät zu sich gekommen, dass es schon beinahe lächerlich ist“ kommentiert (2). Die Autorin erklärt, dass sie selbst sehr ungehemmt in ihrem Umgang mit Männern war, weshalb sie viel Erfahrung dabei hätte, über Liebesdinge zu sprechen (3). Sie selbst ist stolz auf ihren sexuell aktiven Lebensstil, obwohl bisher sexuell aktive Frauen von der Gesellschaft abschätzig bewertet und als „Schlampe“ (*yariman*) bezeichnet worden seien (3). Dies habe sich nun geändert. Des Weiteren erklärt sie, bereits etwa 2000 Mal an Single-Treffen (*gō-kon*) teilgenommen zu haben, wobei sie viele Erfahrungen mit Männern gesammelt habe (2). Außerdem habe sie sich die Meinungen von zehntausend Frauen angehört, um die Entstehung von ‚fleischfressenden Frauen‘ nachvollziehen zu können (4). Damit begründet Sakuragi ihre Eignung als Autorin von Liebesratgebern. Dieses Buch sei nun der Frage gewidmet, warum im Jahr 2009 Frauen zu ‚Fleischfresserinnen‘ und Männer zu ‚Grasfressern‘ geworden seien (4). Im ersten Kapitel dieser Publikation wird vor allem die Beziehung zwischen ‚grasfressenden Männern‘ und ‚fleischfressenden Frauen‘ erläutert, deren Entwicklungen miteinander in Zusammenhang stehen. Die Autorin spricht hier von dem sogenannten „Phänomen der

Umkehrung von Penis und Vagina“ (16), womit der Wandel der etablierten Genderrollen bezeichnet wird. Dabei verwendet Sakuragi einen biologistischen¹⁵ Ansatz für die Legitimation hegemonialer, binär angelegter Geschlechterrollen. Das Prinzip von Männern als der sexuell aktive (*nōtō*) und Frauen als der passive (*jūtō*) Part sei in der Biologie so vorgegeben (16). Auf Basis dieser Annahme argumentiert die Autorin, dass gegenwärtig Männer konträr dazu die unterwürfige und Frauen die führende Rolle beim Geschlechtsverkehr übernehmen würden (17). Männer hätten kein Geltungsbedürfnis und keine Autorität mehr (17). Demnach sei es „äußerst natürlich“, dass Frauen zu ‚Fleischfresserinnen‘ geworden seien (2009:17). Männlichkeit und Weiblichkeit werden hier im Rahmen des *gender binary* als reaktiv verknüpft betrachtet. In dieser Vorstellung zieht eine veränderte Männlichkeit auch automatisch einen Wandel der Weiblichkeit nach sich. Constanze Noack konnte dieses Narrativ auch in veränderter Form in der ausländischen Berichterstattung finden, in der die veränderte Stellung der Frau in der japanischen Gesellschaft in Zusammenhang mit der Veränderung von Männlichkeit und der Entstehung der ‚grasfressenden Männer‘ gebracht wurde (Noack 2014:219). In diesem Diskursfragment verhält es sich jedoch genau umgekehrt: Bei Sakuragi soll der Wandel der Männlichkeit dem Wandel von Weiblichkeit vorausgegangen sein.

Es habe sich geändert, dass der Mann die Initiative ergreift, die Frau um eine Verabredung bittet und versucht sie zu verführen (17). Heutzutage hätten Männer ihren Sexualtrieb verloren und würden keine Liebesgeständnisse mehr machen (19). Des Weiteren verweist Sakuragi hier auf die Autor*innen Fukasawa Maki und Morioka Masahiro, welche andere Teilnehmer*innen des Diskurses um die Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ darstellen. Dabei kritisiert Sakuragi Moriokas Zugänge als veraltet: Dass von Männern als wilden Tieren, Bestien oder Wölfen gesprochen wurde, sei der Stoff von Märchen (18). Dies habe mit der aktuellen Situation der ‚grasfressenden Männer‘ in Japan nichts zu tun. Die Autorin bestreitet die von Morioka postulierte These, dass das Verhalten von ‚grasfressenden Männern‘ in Zusammenhang mit der Gleichberechtigung von Mann und Frau steht. Zudem behauptet Sakuragi, dass die ‚grasfressenden Männer‘ wie Frauen seien – sie würden gerne mit ihren weiblichen Freundinnen einkaufen oder in Kaffeehäuser gehen (19). Bei solchen Aktivitäten würden sie nicht versuchen jemanden zu verführen, weiters hätten sie auch kein Interesse an Hostclubs oder dem Besuch von Prostituierten (19). Dieses als weiblich rezipierte Verhalten der ‚grasfressenden Männer‘ wird von der Autorin negativ bewertet.

¹⁵ Dies bezieht sich auf eine in der Soziobiologie propagierte Vorstellung einer biologischen Determination der Geschlechterunterschiede bzw. der Vorstellung einer ‚natürlichen‘ Männlichkeit, die in den Genen des Mannes festgelegt sein soll (Connell 2015:97).

Im nächsten Abschnitt konstruiert Sakuragi drei Typen von ‚grasfressenden Männern‘ anhand von Geschichten, die ihr verschiedene Frauen erzählt haben sollen. Dabei wird die Begegnung zwischen dem ‚grasfressenden Mann‘ und der ‚fleischfressenden Frau‘ als ein Kampf um die Vormachtstellung dargestellt. Der erste ‚Grasfresser-Typ‘, den Sakuragi vorstellt, ist „der Mann der überhaupt nichts sagt“ (20). In diesem Abschnitt wird ein Erlebnis einer ‚fleischfressenden Frau‘ in Form einer Anekdote wiedergegeben. Hier wird von einem ‚grasfressenden Mann‘ berichtet, der einer Frau, in die er sich verliebt hat, nie ein Liebesgeständnis macht, weshalb sich die beiden nicht näherkommen. Sakuragi argumentiert, dass die Frau begonnen hätte, sich für diesen ‚Grasfresser-Mann‘ zu interessieren, wenn dieser sich stärker um sie bemüht hätte (22). Der zweite ‚Grasfresser-Typ‘, der hier präsentiert wird, ist „der Mann, der nach einer umgekehrten Vergewaltigung in Tränen ausbricht“ (23). Hier wird die Vergewaltigung eines jungen Mannes durch eine ältere Frau beschrieben. Dabei problematisiert die Autorin nicht, dass auch Männer zum Opfer sexueller Gewalt werden können. Stattdessen wird diese Geschichte als Beispiel für den geringen Sexualtrieb von ‚grasfressenden Männern‘ verwendet, welche auf der Annahme basiert, dass ein Mann mit einem gesunden Sexualtrieb immer bereit zum Geschlechtsverkehr mit einer Frau ist. In Abschnitt 6.3. wird dies näher erläutert.

Als dritten Typ von ‚grasfressenden Männern‘ nennt Sakuragi den „Mann, der zu vertrauensselig ist“ (25). Dabei wird die Geschichte eines ‚grasfressenden Mannes‘ erzählt, der um sein Hab und Gut betrogen wurde, da er einer Frau blind vertraut hat, die ihn bat einen Kredit für sie aufzunehmen. Der ‚grasfressende Mann‘ in dieser Erzählung ist nicht wütend auf die Frau, die ihn betrogen hat, und hofft bis zuletzt, dass sie zu ihm zurückkehrt. Sakuragi nutzt diese Geschichte als Beispiel für die Behauptung, dass ‚grasfressende Männer‘ leichtgläubig, schwach, feige und erbärmlich seien (27), da sie sich so einfach von Frauen ausnutzen lassen würden. Abgeschlossen wird dieser Abschnitt mit der Zusammenfassung der charakteristischen Eigenschaften von ‚grasfressenden Männern‘. Diese werden hier als ängstlich, passiv, naiv, und kindlich bezeichnet (28). Laut Sakuragi hätten ‚grasfressende Männer‘ einen schwachen Sexualtrieb und keine Erfahrung mit realen Frauen (28). Männer des ‚Grasfresser-Typ‘ hätten kein Selbstvertrauen, sie seien zu ehrlich und hätten keinen Stolz, keinen Standpunkt, kein Geltungsbedürfnis und keinen Kampfgeist (28). Auch der feministisch geprägte Begriff *gender free*¹⁶ (*jenda furī*) wird hier als eine negative Eigenschaft interpretiert: „Man nennt es wohl *gender free*, ihnen ist nicht bewusst, dass es einen Unterschied zwischen Männern und Frauen gibt“ (28). Wie sich hier deutlich zeigt, konstruiert Sakuragi die Eigenschaften der

¹⁶ Auf den Begriff *gender free* und seine Implikationen wird im Abschnitt 6.4. noch näher eingegangen.

‚grasfressenden Männer‘, insbesondere die Abwendung von etablierten Genderrollen, als negativ oder sogar schädlich. Auch im nächsten Abschnitt wird erneut anhand von Beispielen die Beziehung zwischen ‚grasfressenden Männern‘ und ‚fleischfressenden Frauen‘ besprochen. Zunächst wird das Verhalten von ‚grasfressenden Männern‘ bei Single-Treffen (*gō-kon*) thematisiert. Auch hier verwendet Sakuragi eine Anekdote aus dem Leben einer ‚fleischfressenden Frau‘ als Beispiel für das Verhalten dieser Männer. Die Autorin kritisiert hier, dass ‚grasfressende Männer‘ zu diesen Treffen kommen würden, ohne die Absicht zu haben, Liebe oder Sex zu finden – im Gegensatz zu den Frauen (34). Diese Männer würden sich bei den Treffen wie bei einem gemeinsamen Umtrunk (*nomikai*) mit Arbeitskollegen oder Freunden benehmen (34). Damit es zu einem Austausch von Kontaktadressen komme, müsse die Frau den ersten Schritt tun, da ‚grasfressende Männer‘ nicht die Initiative ergreifen würden (35).

Die nächste Thematik, die hier angesprochen wird, sind sexuelle Beziehungen ohne eine romantische Bindung. Erneut wird eine Anekdote einer ‚fleischfressenden Frau‘ präsentiert. Es wird die Geschichte einer Frau erzählt, die sich keinen Partner wünscht, sondern nur einen Liebhaber, und die deshalb einem unerfahrenen ‚grasfressenden Mann‘ das Herz bricht. Sakuragi behauptet an dieser Stelle, dass ‚grasfressende Männer‘ denken würden, Frauen hätten keine Libido (40). Die Zahl der Männer, die denken, dass Frauen nur mit jemandem sexuell intim wären, wenn sie in diese Person verliebt wären, sei sehr hoch (40). Die Autorin argumentiert, dass es jedoch viele Frauen gäbe, die sich keine Beziehung wünschen und daher nur rein sexuelle Verhältnisse eingehen (41). ‚Grasfressende Männer‘ seien gegenüber solchen Frauen zu treuherzig und würden ihnen jedes Wort glauben (41). Für diese Frauen sei es jedoch nur *pillowtalk*, wenn sie den Männern in intimen Situationen etwas versprochen (41).

Weiters wird erneut das Verhalten von ‚grasfressenden Männern‘ beim Kennenlernen von Frauen angesprochen. Sakuragi behauptet, dass viele Männer darauf warten würden, dass eine Frau sie anspricht und mit ihnen flirtet (41). Dieses Verhalten wird hier prägnant als *gyaku nan machi* („Warten auf die umgekehrte Anmache“) bezeichnet (41). Anhand einer weiteren Anekdote wird erläutert, dass es kaum Männer gebe, die auf Frauen zugehen, weshalb Frauen dies nun selbst in die Hand nehmen würden. ‚Grasfressende Männer‘ seien nicht ‚aktiv‘, deshalb sei es für sie angenehm wenn die Frau den Flirt einleiten würde (46). Sakuragi behauptet jedoch, dass Frauen es sich gewiss nicht wünschen würden, dass sie selbst die Initiative ergreifen müssen (46-47). Das Risiko sich zu blamieren, wenn man abgelehnt würde, sei für Frauen höher als für Männer (47). Wieso dieses Risiko bei Männern geringer sein soll als bei Frauen, wird hier allerdings nicht näher erläutert.

Auch die Thematik von Enthaltensamkeit innerhalb einer Beziehung (*sexusuresu*), in der der Mann kein Interesse an sexueller Intimität hat, wird in diesem Abschnitt anhand einer Anekdote besprochen (47). Hier wird die Geschichte einer Frau erzählt, deren Freund aufgrund einer psychischen Krankheit das Interesse an partnerschaftlicher Intimität verliert, weshalb sich die Frau verschiedene Liebhaber sucht und ihren Freund betrügt (47). Hier zitiert die Autorin eine Studie aus Ushikubo Megumis Buch *Sōshokukei danshi ,o-jō man‘ ga nihon o kaeru* (Die ‚ladymen‘ des Grasfresser-Typs verändern Japan, 2008). Diese Studie soll belegen, dass 23.7% von verheirateten Paaren in der ersten Ehe in Japan aus einer älteren Frau und einem jüngeren Mann bestehen (51). Dieses Beziehungsmodell wird hier als aktueller Trend verstanden. Sakuragi behauptet nun, dass sich ältere Frauen besser um die ‚grasfressenden Männer‘ kümmern würden. Im Gegensatz zu jüngeren Frauen würden sie Harmonie verbreiten und nicht ihren Willen durchsetzen wollen (51). Ältere Frauen seien sanfter und würden den Mann mehr verwöhnen (*amayakasu*), weshalb sie von ‚grasfressenden Männern‘ bevorzugt würden (51). An dieser Stelle zeigt sich, dass die Autorin das konservative Bild einer sanften, passiven und mütterlichen Frau propagiert.

Des Weiteren problematisiert die Autorin das fehlende Interesse an Sexualität als krankhaft: Die heutige Jugend habe mit der Zunahme von Sexlosigkeit oder erektiler Dysfunktion zu kämpfen (52). Diese Behauptungen werden nicht durch quantitativ erhobene Daten oder Quellen gestützt. ‚Grasfressende Männer‘ selbst würden diese krankhafte Sexlosigkeit jedoch nicht als Problem ansehen, wofür Sakuragi Unverständnis ausdrückt (52). Zudem werden vor dem Abschluss dieses Kapitels Machtverhältnisse bzw. unterwürfiges und dominantes Verhalten in der Sexualität thematisiert. Hier wird von einer ‚fleischfressenden Frau‘ berichtet, die mit ihrem Partner, einen Mann des ‚Grasfresser-Typs‘, BDSM¹⁷ praktiziert. Die ‚fleischfressende Frau‘ übernimmt hierbei die dominante Rolle, während der ‚grasfressende Mann‘ sich als „Sklave“ (*dorei*) unterwirft (53). Nicht nur bei sexuellen Handlungen begibt sich dieser Mann in eine submissee Rolle, sondern er übernimmt auch die häuslichen Pflichten wie Putzen und Kochen, was ebenfalls als unterwürfiges Verhalten interpretiert wird (54). Aus dieser Geschichte schlussfolgert die Autorin, dass sich ‚grasfressende Männer‘ beim Sex generell gerne in eine unterwürfige Rolle begeben (56). Des Weiteren argumentiert sie, dass sich Machtspiele in der Sexualität auch in den Machtverhältnissen in einer Beziehung zwischen Mann und Frau zeigen würden (55). Deshalb sei es auch möglich, dass es in Zukunft mehr

¹⁷ Die Abkürzung BDSM steht für „Bondage and Discipline, Dominance and Submission, Sadism and Masochism“ und bezeichnet eine Reihe sexueller Verhaltensweisen, die einen impliziten oder expliziten erotischen Machtaustausch beinhalten (Carlström 2018:209).

„Hausmänner“ gäbe (56). An dieser Stelle wird Sakuragis hierarchische Vorstellung der Genderrollen innerhalb einer Beziehung deutlich. Das Verhalten des Mannes in dieser Anekdote, der sich bewusst in eine weiblich konnotierte Rolle begibt (er trägt auf den Wunsch der Frau auch Frauenkleider), wird von der Autorin als Schwäche interpretiert und negativ beurteilt. In ihrer Vorstellung muss der Mann der dominante Part, und die Frau der unterwürfige Part sein – sowohl in Sexualität als auch im häuslichen Zusammenleben.

Das zweite Kapitel beschäftigt sich in erster Linie mit ‚fleischfressenden Frauen‘ und ihren Eigenschaften. Sakuragi teilt sie in vier Typen ein, die sie nach verschiedenen Wildkatzen, z.B. Löwin oder Tigerin, benennt. Diese Art der Kategorisierung erscheint widersprüchlich, da Sakuragi selbst Moriokas Bezugnahme auf das Bild des Mannes als Wolf im ersten Kapitel als unzeitgemäß kritisiert. Damit schreibt Sakuragi selbst die Metapher des Raubtiers fort, mit dem auch bei Morioka der sexuell aktive Part in einer Beziehung bezeichnet wird.

Folgende Eigenschaften werden allen ‚fleischfressenden Frauen‘ attestiert: Sie seien offen in Bezug auf Sexualität, weshalb sie auch über Masturbation sprechen, was für andere Frauen Tabu sei (87-88). Dieser Typ Frau hätte nur wenige weibliche Freundinnen (89). Außerdem seien diese Frauen alterslos und würden sich nicht davon einschränken lassen, wie man sich in einem gewissen Alter als Frau kleiden soll (90). Da sie sich selbstbewusst verhalten würden, wirken sie anziehend auf das andere Geschlecht (90). Frauen des ‚Fleischfresser-Typs‘ seien der Ansicht, dass Männer grundsätzlich unterwürfig seien (91). Des Weiteren würden diese Frauen die führende Rolle beim Sex übernehmen, da sie gerne Kontrolle hätten und das Gefühl von Überlegenheit gegenüber dem Mann genießen würden (92). Wenn der Mann nicht bereit zu Oralsex bei der Frau wäre, würde die ‚fleischfressende Frau‘ ihn verlassen, da dies wichtig für sie sei, um zum Höhepunkt zu kommen (94). Besonders ‚grasfressende Männer‘ würden Oralsex bei der Frau aufgrund von „sexueller Aversion“ (*seikeno*) nicht durchführen (94). Sakuragi nimmt außerdem an, dass hinter dem wiederholten Erobern von Männern Männerhass steckt (95). Da die ‚fleischfressenden Frauen‘ die Jagd genießen, würden sie sich nach gewisser Zeit mit jedem Mann langweilen, was ihren Hass gegen Männer verstärken würde. Schließlich erklärt sie, dass ‚fleischfressende Frauen‘ einen Cinderella-Komplex hätten, weshalb sie auf den „Prinz auf dem weißen Ross“ warten würden (96). Demnach hätten diese Frauen eine unrealistische Vorstellung von dem perfekten Mann. Einerseits würden ‚fleischfressende Frauen‘ ein unbekümmertes Leben führen und seien sehr beliebt, andererseits wäre der daraus folgende Männerhass sowie der Cinderella-Komplex bemitleidenswert (*awarena sonzai*) (97).

Im dritten Kapitel wird die Entwicklung des Verhaltens von unverheirateten japanischen

Frauen bezüglich Liebe und Sexualität von den 1980er Jahren bis 2009 beschrieben. Dabei listet die Autorin verschiedene Weiblichkeitstypen auf, wie zum Beispiel die *enkō gyaru* (hier Schulmädchen, die sich für Geld oder Geschenke mit Männern verabreden) (104), die nach Jahreszahl geordnet sind. Hierbei bezeichnet Sakuragi den Zeitraum um 1996¹⁸, in dem sich eine Art von Verabredung etablierte, bei der junge Mädchen für ihre Gesellschaft bezahlt wurden (*enjo kōsai*), als den Beginn der Entwicklung von Frauen zu ‚Fleischfresserinnen‘ (104). Als Auslöser für diesen Prozess nennt sie vor allem die Entstehung von ‚grasfressenden Männern‘, aufgrund derer Frauen selbst die aktive Rolle beim Kennenlernen von Partnern und in der Sexualität hätten übernehmen müssen (113). Während dieser Zeit habe es sich etabliert, dass ‚fleischfressende Frauen‘ Männer für den persönlichen Gewinn ausnutzen (112). Dadurch sei auch die Wahrnehmung von Männern als „nutzloses Dasein“ (*damena sonzai*) entstanden (105). ‚Fleischfressende Frauen‘, die im Jahr 2009 zwischen 25 und 30 Jahre alt waren, seien solche Schulmädchen gewesen, die sich als Jugendliche für Geschenke und Geld mit Männern getroffen hätten (112). Sakuragi geht hier nur sehr oberflächlich auf das Phänomen von *enjo kōsai* ein und sieht diese Art von Verabredungen primär als eine Form von Prostitution an, die eine hierarchische Beziehung zwischen dem Mann als ‚ausgebeutetem Kunden‘ und der Frau als ‚Profitmacherin‘ voraussetzt. Nach dem Soziologen Miyadai Shinji kann der Begriff *enjo kōsai* jedoch sowohl bloße Verabredungen als auch Prostitution umfassen, und kann nicht nur von Schulmädchen sondern auch von erwachsenen Frauen ausgeübt werden (Caßing-Nakamura 2000:212). Auch die Problematik der Prostitution Jugendlicher wird hier verharmlost.

Im zweiten Abschnitt dieses Kapitels spricht Sakuragi von den „Opfern“ der fleischfressenden Frauen – damit sind Personen gemeint, zu denen diese Frauen keine gute Beziehung haben (116). Auch hier stehen die Verhaltensweisen dieser Frauen in zwischenmenschlichen Beziehungen im Mittelpunkt. Sakuragi behauptet, dass ‚fleischfressende Frauen‘ kaum weiblichen Freund*innen hätten, da die Rivalität mit anderen Frauen zu groß sei (118). Frauen würden den Großteil ihres Selbstbewusstseins durch ihr Aussehen beziehen, weshalb es wichtig sei schön zu sein (118). Daher könnten ‚Fleischfresserinnen‘ andere Frauen, die sehr gut aussehend sind, nicht ausstehen (119), und seien Einzelgängerinnen. Außerdem erklärt die Autorin, dass ‚fleischfressende Frauen‘ zugleich Täter und Opfer von Stalking wären, vor allem aufgrund ihrer Promiskuität. Sex- oder Liebessüchtig seien diese Frauen jedoch nicht, vielmehr würden sie immer weiter nach dem perfekten Partner suchen (117). Am Ende des Kapitels erläutert Sakuragi, dass die

¹⁸ Auch wenn der Begriff *enjo kōsai* bereits zuvor vereinzelt in den japanischen Medien auftauchte, wurde die Thematik 1996 zum Zentrum journalistischer Aufmerksamkeit (Caßing-Nakamura 2000:212).

meisten ‚fleischfressenden Frauen‘ ein gutes Herz hätten und man sie besser nicht als „Schlampe“ (*yariman*) bezeichnen solle (129). Die ‚grasfressenden Männer‘ seien laut Autorin allerdings ein Ärgernis (116). Interessant ist hier, dass Sakuragi den ‚fleischfressenden Frauen‘ eine gewisse menschliche Schwäche zugesteht, während ‚grasfressende Männer‘ streng verurteilt werden. Demnach wendet die Autorin bei der Beurteilung dieser Genderrollen einen Doppelstandard an.

Das vierte Kapitel ist der Frage gewidmet, wie ‚fleischfressende Frauen‘ ‚grasfressende Männer‘ wahrnehmen. Im ersten Abschnitt des Kapitels werden verschiedene Arten des ‚Grasfresser-Typs‘ und ihre typischen Eigenschaften vorgestellt. Als erster Typ wird der „wahre Grasfresser-Typ“ genannt, der den Urtyp des ‚Grasfressers‘ darstellt (132). Dieser sei an Sexualität im Allgemeinen nicht interessiert und würde die geistige Verbindung zwischen zwei Menschen der körperlichen vorziehen (133). Daher sei dieser ‚Grasfresser-Typ‘ sexuell unerfahren und unbeholfen (134). Sexuelle Intimität mit einer Person, für die er keine Gefühle hegt, käme für so einen Mann nicht in Frage (134). Betont weiblich aussehende Frauen würden diesem Typ Mann nicht gefallen, er würde kurze Haare und kleine Brüste bevorzugen (133). Auch Frauen, die sehr offen mit ihrer Sexualität umgehen, seien diesen Männern unangenehm (134). Dieser „waschechte“ ‚Grasfresser-Typ‘ sei nicht sehr gesprächig und würde auch keine Liebesgeständnisse machen (133). Seinen Gefühlen Ausdruck zu verleihen, zu weinen oder zu schreien, sei ihm fremd (135). Des Weiteren wird diese Männlichkeit als kindlich dargestellt: Zu seinen Hobbies gehöre Spielzeug für Kinder (133) und er trage gerne Kleidung, die mit Comicfiguren bedruckt ist (134). Für seinen Kleidungsstil sei es typisch, eine Brille zu tragen, sowie günstige Kleidung von Modeketten zu kaufen (134). Beruflich sei dieser Typ von ‚Grasfresser‘ in der IT-Branche, in den Massenmedien, in Kaffeehäusern oder in Schulen tätig (135). Viele dieser ‚grasfressenden Männer‘ würden auch den Betrieb ihrer Eltern weiterführen (135). Da sie Einzelkinder gewesen sind, seien sie sehr folgsam gegenüber ihren Eltern (135). In diesem Abschnitt lässt sich eindeutig eine diskursive Verbindung zu Ushikubo Megumi erkennen, die die ‚grasfressenden Männer‘ als sparsam und zur selben Zeit als verwöhnt darstellt (Siehe Punkt 5.).

Sakuragi behauptet, dass der fehlende Sexualtrieb sowie das fehlende Aggressionspotential auf biologische Faktoren, wie die männlichen Sexualhormone, zurückzuführen sei (136). Diesen Gedanken führt sie jedoch nicht näher aus. Die Autorin behauptet, dass der Frieden, in dem diese Männer aufgewachsen seien, zu fehlendem Aggressionspotential und in weiterer Folge zu einem fehlenden Sexualtrieb geführt habe, da diese beiden Empfindungen miteinander verbunden seien (136). Das Bedürfnis, sich zu

verschönern, käme allein davon, sich selbst genug zu sein, und diene nicht dem Zweck Frauen zu gefallen (136). Dieser Typ Mann sei zum „Narzissen“ (*narushisuto*) geworden, da er von seinen Eltern verhätschelt wurde (136). Für diese Behauptungen führt Sakuragi keinerlei wissenschaftliche Belege oder Quellen an.

Des Weiteren wird hier ein ‚Grasfresser-Typ‘, der kurz als ‚Verlierer‘ bezeichnet werden kann, beschrieben (137), welcher sich stark vom zuvor genannten ‚waschechten Grasfresser‘ unterscheidet. Der ‚Verlierer‘ habe für einen ‚Grasfresser-Mann‘ einen relativ starken Sexualtrieb und sei masochistisch veranlagt, weshalb er sich wünsche, von der Frau dominiert zu werden (139). Dabei sei ihm die Befriedigung der Frau wichtiger als seine eigene Lust (139). Da er dazu tendiere, Frauen Geld zu geben und es ihnen recht machen zu wollen, wird er auch als anhänglich, sanft und unterwürfig beschrieben. Bei Verabredungen würde er alles bezahlen (137). Gefälschte Uhren von Luxusmarken wie Cartier, seien ein typisches Accessoire dieses Männertyps (140). Beruflich bewege sich dieser ‚Grasfresser‘ in kriminellen Kreisen und sei als Zuhälter, in Hostclubs oder ähnlichen Etablissements tätig (140). An den Umgang mit Frauen sei er gewöhnt, weshalb er auch viele Verabredungen habe (142). Aufgrund seines Geldes, seines guten Aussehens und seiner Sanftheit, sei er eine beliebte „Beute“ von ‚fleischfressenden Frauen‘ (141).

Den unselbstständige ‚Grasfresser-Typ‘ (*tarikihongankata sōshokukei danshi*) definiert Sakuragi als eine Form von ‚Grasfresser-Mann‘, die sich stets auf die Unterstützung anderer verlässt (142). Da dieser Typ selbstsüchtig und eigenwillig sei, würde er toben, wenn etwas nicht nach seiner Vorstellung geschieht (142). Männlichkeit (*otokorashisa*) sei diesem ‚Grasfresser-Mann‘ fremd (143). Als Kind sei er von den Eltern verwöhnt worden, darum würde er weder arbeiten, noch sich um den Haushalt kümmern (143). Sein Wunschberuf sei Gigolo (*himo*), obwohl er nicht gut im Bett sei (143-144). Zudem sei er passiv „wie ein toter Fisch“ (*maguro*) beim Sex und habe Probleme zum Höhepunkt zu kommen (144). Auch wenn dieser Typ sehr eingebildet sei, würde sich das nicht in seinem Kleidungsstil widerspiegeln, sondern er würde eher günstige Kleidung kaufen (145). Beruflich sei er im Unterhaltungsgewerbe, als NEET, FREETER oder nicht erfolgreicher Schauspieler etc. tätig (145). Lange Partnerschaften habe dieser ‚Grasfresser-Typ‘ nicht (144). Unter allen Typen von ‚grasfressenden Männern‘ stelle dieser einen besonders „schlechten Teil“ (*damena bubun*) dar (146). Da er als Kind die Erfahrung gemacht habe, dass jemand anders die Arbeit übernimmt, wenn er selbst nichts tut, würde er die Arbeit immer der Frau überlassen (146).

Als die definierende Eigenschaft der nächsten Kategorie von Männlichkeit wird seine Tendenz zur Flucht aus der Realität genannt. Dieser ‚eskapistische Grasfresser-Typ‘ wird auch

als *otaku*¹⁹ bezeichnet, jedoch unterscheide er sich von den *otaku* der 1980er Jahre durch seine Geselligkeit (147). Auch wenn dieser Typ Mann einen gesunden Sexualtrieb habe, so habe er dennoch Angst vor Frauen (150). Figuren aus Anime für Erwachsene sowie aus Erotikspielen würden daher zum Objekt seiner Lust, weshalb er sich in seine Vorstellung zurückziehen würde (148). Wenn dieser Typus des ‚Grasfresser-Mannes‘ zu Frauen Kontakt aufnimmt, dann täte er dies über das Internet, da direkter Kontakt zu beängstigend sei (148). Auch hier werden ‚grasfressende Männer‘ sowie *otaku* als passiv (*shōkyokuteki*) und schwach (*yowai*) bezeichnet (150).

Die Beschreibungen dieser einzelnen Kategorien von ‚grasfressenden Männern‘ sind sehr speziell und erwecken den Eindruck, dass dabei einzelne Individuen beschrieben werden. Wie bereits im Kapitel davor scheint die Autorin auf Erzählungen und Anekdoten von ihr bekannten Frauen zurück zu greifen. Wieso speziell diese Arten von Männern als ‚grasfressende Männer‘ bezeichnet werden ist unklar, da auch die prägnanteste Eigenschaft, die geringe sexuelle Motivation, die normalerweise zur Charakterisierung dient, nicht bei jeder dieser Männlichkeiten vorkommt.

Am Ende dieses Abschnittes fasst Sakuragi ihre Gedanken zu diesen Typen von ‚Grasfresser-Männern‘ zusammen. Dabei zeichnet die Autorin ein äußerst negatives Bild dieser Männlichkeit. Da diese Männer verwöhnt worden seien, hätten sie jeglichen „Kampfgeist“ verloren (151). Die Fähigkeit, zwischen Freundlichkeit und Unbestimmtheit (*aimiasa*) zu unterscheiden, würde ihnen fehlen (151). Aufgrund ihrer Unselbstständigkeit seien sie psychisch sowie finanziell auf die Unterstützung anderer angewiesen (151). Das einzige, das sie beherrschen, sei das Weglaufen (151). Besonders in diesem Abschnitt wird ein äußerst negatives Bild der ‚grasfressenden Männer‘ gezeichnet.

Im darauffolgenden Abschnitt wird die Entstehung des ‚Grasfresser-Typs‘ besprochen, wobei die Autorin verschiedene Jahreszahlen als zeitliche Referenz für bestimmte Entwicklungen nennt. Eingeleitet wird dieser Abschnitt mit einer an die Naturwissenschaften angelehnte Erklärung für die zunehmende „Verweiblichung“ (*joseika*) der menschlichen Spezies (152). Auf biologistischen Argumentationsstrategien, die hier zum Tragen kommen,

¹⁹ Der Begriff *otaku* bezeichnet im Allgemeinen leidenschaftliche Fans von Anime, Manga oder japanischer Populärkultur. Nakamori Akio, ein Autor von Amateur-Manga (*dōjinshi*), soll den Begriff erfunden haben, als er ihn 1983 in einer Serie mit dem Titel „Otaku kenkyū“ (von Kinsella übersetzt als „Your home investigations“) in dem Magazin *Manga burikko* verwendete (Kinsella 1998:311). In den 1980er Jahren wurde dieser Begriff von Mitgliedern dieser Subkultur verwendet, um „Sonderlinge“ (*henjin*) zu beschreiben, die die meiste Zeit zu Hause verbringen und nicht an die Gesellschaft von anderen gewöhnt waren (Kinsella 1998:310). 1989 wurde der 26-jährige Kindesmörder Miyazaki Tsutomu verhaftet, der in den Medien als *otaku* präsentiert wurde, da in seinem Haus eine große Sammlung von Manga und Anime gefunden wurden (Kinsella 1998:290). Die Furcht und Abscheu vor dem Täter wurde in den Medien mit dem Begriff *otaku* verknüpft, wodurch die *otaku* zum Sinnbild einer verdorbenen Jugend wurden und eine „Medien-Hetzjagd“ begann (Kinsella 1998:308).

wird in Abschnitt 6.3. noch näher eingegangen. Nach dieser Einleitung folgt der Versuch der Autorin, die Entwicklung der Männer in Japan hin zu ‚grasfressenden Männern‘ entlang von gesellschaftlichen Entwicklungen nachzuvollziehen.

Den Anfang habe dieser Prozess in den 1980er Jahren gefunden, als das Selbstbewusstsein von Männern vor allem auf den Faktoren Arbeit und Geld basierte (153). Aufgrund der guten finanziellen Lage seien die Menschen in Japan dem Hedonismus verfallen (154). Geld für eine Frau auszugeben galt als ein Zeichen für den hohen Status eines Mannes (154). Zu dieser Zeit seien auch Männer aufgetaucht, die sich von Frauen wegen ihres Geldes benutzen ließen (154). Hinter den teuren Geschenken habe jedoch noch der Wunsch gestanden, mit der Frau sexuell intim zu werden (154). Um das Jahr 1995 herum, als die Wirtschaftsblase platzte, sei den Männern dann jedoch die Grundlage ihres Selbstbewusstseins – Arbeit und Geld – genommen worden (155). Daher habe zu diesem Zeitpunkt die rapide „Schwächung“ (*jakutaika*) der japanischen Männer begonnen (155).

Anschließend, um das Jahr 1996, habe es einen Boom von *enjo kōsai* (Rendezvous gegen Geld oder Geschenke) gegeben (155). Dabei sei eine Machtverschiebung zwischen Mann und Frau geschehen. Da Männer nun auch begannen, für alltägliche Tätigkeiten wie zusammen spazieren zu gehen, einzukaufen oder zu telefonieren zu bezahlen, hätten die Frauen die Oberhand gewonnen (155). Sakuragi sieht dieses Jahr als den Wendepunkt in der Entwicklung hin zu ‚grasfressenden Männern‘ (156). Bereits um das Jahr 1983 herum sei der Begriff *otaku* (leidenschaftliche Fans von Anime oder Manga) entstanden, jedoch habe sich der Lolita-Komplex, die Fetischisierung von jungen Mädchen, erst um 1996 entwickelt (156). Dabei hätten diese Männer das Interesse an realen Frauen verloren, da die in 2D dargestellten Lolitas schwache junge Mädchen seien, die nicht in der Lage wären jemanden zu verletzen (156). Der Begriff *moe* (die Verehrung und Liebe virtueller Figuren) habe um das Jahr 2005 einen Boom erlebt (157). Laut Sakuragi, markiere dieses Jahr den Beginn des Verfalls des Sexualtriebs der Männer in Japan (157). Virtuelle Erotik-Spiele hätten es Männern nun erlaubt, sich endgültig von realen Frauen abzuwenden und sich stattdessen der Liebe für fiktive Figuren hinzugeben (157). Des Weiteren habe sich im Jahr 2005 der Begriff *otaku* durch das *terebi dorama* (TV-Serie) *Densha otoko* in Japan etabliert (157-158). Diese Serie habe eine Rolle dabei gespielt, dass Männer sich später selbstbewusst als ‚Grasfresser‘ outeten (158).

Als die Geburtsstunde des Begriffs des ‚Grasfresser-Mannes‘ sieht Sakuragi das Jahr 2006 an, als Fukasawa Maki den Begriff erstmals in ihrer Kolumne bei *Nikkei Bijinesu Online* verwendete (158). Die Publikation von Morioka Masahiros Werk *Sōshokukei danshi ren‘aigaku* im Jahr 2008 sieht sie als weiteren wichtigen Zeitpunkt in der Verbreitung des

Begriffs an (158). Mit diesem Werk, in dem er ‚Grasfressern‘ Tipps für die Liebe gibt, habe es der Philosoph Morioka auf die Bestseller-Listen von großen Buchhändlern geschafft (158). Sakuragi stimmt mit Moriokas Ansichten zu den ‚grasfressenden Männern‘ nicht überein. Männer, die starke Frauen mögen und gerne die Rolle des „Sklaven“ (*dorei*) übernehmen würden, habe es immer schon gegeben; jedoch seien diese Männer noch durch ihren Sexualtrieb motiviert gewesen (159). In diesem Punkt würden sich die ‚grasfressenden Männer‘ von „unterwürfigen Männern“ (*Motoko*) unterscheiden (159).

Durch den Verlust des Selbstbewusstseins, der mit dem Platzen der Wirtschaftsblase einherging, habe die Angst davor, verletzt zu werden, und das Unvermögen, Geld für Frauen auszugeben, Männer dazu getrieben ihre Bedürfnisse virtuell auszuleben (159). Im Jahr 2009 habe dies in einer Unzahl von Männern resultiert, die kein Interesse an Sex mehr haben (160). Reale Frauen seien mühsam und furchterregend für die ‚grasfressenden Männer‘ geworden (160). Während Männer sich der Liebe in 2D widmen würden, würden Frauen sich in die Fantasiewelt von koreanischen Fernsehspielen flüchten (160). Auch die Untreue von Frauen gegenüber ihren Partnern wird als eine neue Entwicklung, die mit der Veränderung der Genderrollen einhergeht, wahrgenommen (162). Durch die Entwicklung zu ‚Grasfressern‘ seien Männer nutzlos (*zenzen dame*) geworden (161). Sakuragi wolle, dass die Leser*innen auf das Schlimmste gefasst seien, weshalb sie diese über diese Entwicklungen aufklären wolle (162).

Im fünften Kapitel wird die Psyche von ‚fleischfressenden Frauen‘ besprochen, wobei sich Sakuragi psychologischer Erklärungsversuche für das Verhalten dieses Frauentyps bedient. Im ersten Abschnitt wird die Vaterbeziehung von Frauen mit deren Erwartungen in der Liebe in Bezug gesetzt. Einleitend verweist die Autorin auf C.G. Jungs „Animus“, um ihre Behauptung zu untermauern, dass der Prototyp eines männlichen Lebenspartners immer der eigene Vater einer Frau sei (165). Danach werden drei Fälle von ‚fleischfressenden Frauen‘ angeführt, die – überspitzt ausgedrückt – aufgrund der Beziehung zu ihrem Vater zu rastlosen ‚Fleischfresserinnen‘ wurden, die nicht aufhören können zu jagen (174). Eine Frau, die vom Vater zu sehr geliebt und verwöhnt wurde, weshalb ihre Ansprüche an Männer zu hoch sind, wird als der erste Fall vorgestellt (166). Als zweites Fallbeispiel wird die Geschichte einer Frau erzählt, die ihren Vater aufgrund der Trennung der Eltern nicht kannte und ihn dadurch idealisierte (168). Zudem wird als drittes Fallbeispiel von der traumatischen Kindheit einer Frau berichtet, die von ihrem Vater misshandelt wurde, weshalb sie versucht, einen Mann zu finden, der ihr diese fehlende Liebe geben kann (172). Die gemeinsame Eigenschaft dieser Frauen sei, dass sie nicht aufhören können, von einem Mann zum nächsten weiter zu ziehen. Demnach

jagen ‚fleischfressende Frauen‘ immer weiter nach dem idealen Mann, der laut Sakuragi wie der eigene Vater sei (173). An dieser Stelle lässt sich ein Widerspruch in der Argumentationslinie der Autorin feststellen: Einerseits werden ‚fleischfressende Frauen‘ sowie ‚grasfressende Männer‘ als eine neue Entwicklung im heutigen Japan präsentiert; andererseits wird das Verhalten von ‚fleischfressenden Frauen‘ durch psychologische Traumata und psychische Krankheiten erklärt, die definitiv nicht als neuartig bezeichnet werden können.

Im zweiten Abschnitt dieses Kapitels versucht die Autorin erneut anhand von Anekdoten ‚fleischfressender Frauen‘ deren Verhalten zu erklären. Sakuragi schreibt ‚fleischfressenden Frauen‘ hier einen „Minderwertigkeitskomplex“ (*konpurekkusu*) zu, der dazu führen soll, dass sie nach der Aufmerksamkeit und Bestätigung von vielen Männern suchen (175). Dabei argumentiert sie, dass die japanische Kultur Menschen, die anders sind, ausschließt, und damit die Entstehung von ‚grasfressenden Männern‘ und ‚fleischfressenden Frauen‘ begünstigt habe (176). Da ‚grasfressende Männer‘ sanft seien, würden sie diese Frauen nicht wegen ihrer Makel verspotten und ihnen positiv begegnen (176-177). Dadurch würden Frauen mit Komplexen zu ‚Fleischfresserinnen‘ werden, da sie die Bestätigung dieser Männer suchen würden (177). Als Beispiele für diese Behauptung präsentiert Sakuragi drei Anekdoten von ‚fleischfressenden Frauen‘. Die erste Geschichte handelt von einer Frau, die aufgrund einer Essstörung die Bestätigung von Männern sucht, um sich ihrer äußerlichen Attraktivität zu versichern. Zweitens wird die Geschichte einer Frau geschildert, die aufgrund der Erziehung ihrer Eltern denkt, dass es das wichtigste im Leben einer Frau sei zu heiraten. Weiters wird von einer Frau berichtet, die arm aufgewachsen ist und deshalb Männer benutzt um an Geld zu kommen. In diesen Anekdoten wird ‚fleischfressende Frauen‘ ein Mangel an Selbstvertrauen und Selbstständigkeit zugeschrieben. Zudem behauptet die Autorin, dass die Vorstandsvorsitzende der NPO *Hōjin nihon kazoku mondai sōdan renmei* (Körperschaft der Vereinigung zur Besprechung der Thematik der japanischen Familie) die folgenden vier Eigenschaften identifiziert habe, die Frauen von Männern erwarten würden: Entscheidungskraft, Tatkraft, männliche Stärke und Verlässlichkeit (186). Auch ‚fleischfressende Frauen‘ seien „gewöhnliche Frauen“, die sich auf einen starken Mann verlassen wollen (187). Die Quelle der hier hinzugezogenen Studie wird jedoch nicht angegeben. Weiters behauptet die Autorin, dass Frauen nun einmal das „empfangende Geschlecht“ (*ukeireru sei*) seien (187). An dieser Stelle zeigt sich deutlich das konservative Bild, das die Autorin von Geschlechterrollen hat. Sakuragi sieht es falsch an, dass die ‚fleischfressende Frauen‘ in Partnerschaften eine aktive Rolle übernehmen. Aus ihrer Sicht hätten sich die Geschlechterrollen auf unnatürliche Weise entwickelt, wobei Mann und Frau die Rollen getauscht hätten.

Erst das sechste und letzte Kapitel ist praktischen Ratschlägen für ‚fleischfressende Frauen‘ und ‚grasfressende Männer‘ gewidmet. Zunächst wird jedoch darüber reflektiert, wie ‚fleischfressende Frauen‘ von Männern im Allgemeinen wahrgenommen werden. Hierbei sammelte die Autorin verschiedene kurze Kommentare von Männern, die sie in eine affirmative und eine ablehnende Gruppe einteilt. Zudem erklärt die Autorin, dass dieser Typ Frau stark polarisiert. In Nachtclubs sei jedoch in letzter Zeit die Nachfrage nach starken, sadistischen Frauen sowie die Zahl unterwürfiger Männer gestiegen (192). Diese Information habe die Autorin von einem Mann, der in einem solchen Etablissement tätig sei (192). Im Anschluss daran betont Sakuragi erneut, dass auch die Zahl der ‚fleischfressenden Frauen‘ gestiegen sei und diese nicht nur in der Altersgruppe zwischen 25 und 30 Jahren zu finden seien (193).

Des Weiteren werden hier auch Ratschläge gegeben, wie sich ‚Grasfresser‘ gut von ‚fleischfressenden Frauen‘ fangen lassen können (193). Hier fordert Sakuragi die ‚Grasfresser‘ dazu auf, nicht faul oder mürrisch zu sein, keine Abwehrhaltung einzunehmen und nicht auf die ‚Fleischfresserinnen‘ herabzuschauen (194). Stattdessen sollen sie flirten, lachen und sich anstrengen (194). Außerdem sei es wichtig, nicht immer zu Hause Videospiele zu spielen, sondern auch auszugehen (195). Das wichtigste sei es den Anschein zu erwecken, dass man „erbeutet werden möchte“ (*kararetai*) (195). Des Weiteren formuliert die Autorin einige kurze Sätze, die die Männer für einen Flirt verwenden können sollen. Dabei fordert Sakuragi die ‚grasfressenden Männer‘ dazu auf, aktiv auf Frauen zugehen und ihnen Komplimente zu machen. Es sei besser, sich wie ein „Don Juan“ zu verhalten und das alte Modell der „männlichen Haltung“ (*otoko mae*) einzunehmen (199). Frauen würden sich wünschen, dass der Mann aktiv auf sie zukommt und sie bedrängt „weil er ein Mann ist“ (199). Anhand dieser Textstelle ist ersichtlich, dass die Autorin versucht, diesen Typ Mann dazu zu erziehen, sich wieder an alten Formen von Männlichkeit zu orientieren und sich von der neuen Männlichkeit der ‚Grasfresser‘ abzuwenden.

Schließlich gibt sie auch ‚fleischfressenden Frauen‘ Ratschläge, wie diese sich beim Kennenlernen von Männern verhalten sollen. Erneut betont Sakuragi, dass Frauen aufgrund ihrer körperlichen Beschaffenheit das „empfangende Geschlecht“ sind (200). Als Frau müsse man auf der Hut sein, da die Entwicklungen, die das Leben von ‚fleischfressenden Frauen‘ vereinfacht haben, bald wieder zu Ende sein können (200). Die Autorin schlägt diesen Frauen vor, einfach zu verbergen, dass sie ‚Fleischfresserinnen‘ sind (201). Dazu sollen sie ihre Stimme beim Sprechen senken, sich zurückhaltend, würdevoll und geschmackvoll verhalten, sowie keine Abwehrhaltung einnehmen (201). ‚Grasfressende Männer‘ seien Feiglinge (*okubyō*) (201). Solch eine Beute zu jagen würde unnötig Zeit und Mühe kosten (201). Sich zu

stark zu verhalten, zu viel Druck auszuüben und sich zu willig zu präsentieren, sei schlecht (2009:201). ‚Grasfressende Männer‘ seien so naiv, dass dies nicht nötig sei (201). Einfach freundlich zu sein, zu lächeln und zu empfangen sei besser (201). Bei der Jagd um einen Ehemann sei es auch legitim zu lügen und sein wahres Gesicht erst nach der Hochzeit zu zeigen (201).

Anhand der direkt an die Leser*innen gerichteten Beratung, die am Ende dieses Diskursfragments stattfindet, wird deutlich, dass die Autorin versucht die ‚grasfressenden Männer‘ dazu zu bewegen, ihre Genderperformance wieder der hegemonialen Maskulinität anzupassen und ‚männliche Dominanz‘ auszuüben. Zudem versucht Sakuragi, die ‚fleischfressenden Frauen‘ wieder in die etablierte Form von Weiblichkeit, die mit empfangender Passivität verbunden wird, zurück zu erziehen.

8.3. Sprachlich-rhetorische Mittel

Im Allgemeinen ist der Sprachgebrauch in diesem Diskursfragment umgangssprachlich geprägt und nähert sich stark der japanischen Alltagssprache bzw. gesprochenen Sprache an. Dabei wird auf der einen Seite eine saloppe Ausdrucksweise verwendet, die Slangwörter, vor allem im Zusammenhang mit Sexualität, sowie Schimpfwörter beinhaltet. Dazu gehören beispielsweise *ecchi* (vulgär für Sex), *M-otoko* (unterwürfiger Mann), *chinko* (vulgär für Penis), *manko* (vulgär für Vagina), *yariman* (Schlampe) oder *nikubenki* (andere Bezeichnung für Schlampe). Diese Verwendung von tabuisierter Sprache verleiht dem Diskursfragment einen provokativen Charakter.

Auf der anderen Seite werden vereinzelt Worte aus der naturwissenschaftlichen Fachsprache, im Speziellen aus dem Gebiet der Biologie, verwendet. Als Beispiele können hier folgende Begriffe genannt werden: Hippocampus (*kaiba*), Hypothalamus (*shishōkabu*), Androgen (*androgen*), Testosteron (*tesutosuteron*) oder biologisch (*seibutsugakuteki*). Eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Thematik findet jedoch nicht statt, auch wenn durch den Sprachgebrauch der Eindruck erweckt wird, es handle sich um eine wissenschaftliche, induktive oder empirisch geleitete Vorgehensweise. Stattdessen basiert Sakuragis Argumentation zum Großteil auf Hypothesen, die nicht nachvollziehbar hergeleitet werden und nicht überprüft oder kritisch hinterfragt werden.

In diesem Diskursfragment wurde eine Vielzahl von Männlichkeiten von ‚grasfressenden Männern‘ konstruiert und kategorisiert, welche sich zum Teil stark voneinander unterscheiden. In Passagen, in denen Sakuragi ihre Ausführungen rekapituliert, werden jedoch Eigenschaften aufgezählt, die sie allen Formen von Männlichkeit des

‚Grasfresser-Mannes‘ zuschreibt. Attribute, die verwendet werden, um die ‚grasfressenden Männer‘ generell zu beschreiben, lauten wie folgt: geringer Sexualtrieb (*seiyoku ga usui*), zaghaft/ängstlich (*odoodo suru*), passiv (*shōkyokuteki*), naiv (*hitsuyō ijō junjō*), kindlich (*osana*), ohne Selbstvertrauen (*jishin ga nai*), stupide ehrlich (*baka shōjiki*), gender free (*jendā furī*), ohne Kampfgeist (*tōsōhon ‘nō ga nai*), schwach (*yowai*) bzw. Schwächling (*hetare*), kein Rang, Stolz oder Charme (*ichi ya puraido, mie to iu mono o mochiawasete inai*), unselbstständig (*jishusei ga nai*), verwöhnt (*amaeru*) und nutzlos (*dame*).

Wie diese Beispiele zeigen überwiegen deutlich negativ besetzte Attribute bei der Beschreibung ‚grasfressender Männer‘ im Sprachgebrauch dieses Diskursfragments. Durch einen Vergleich der Attribute, die für alle ‚grasfressenden‘ Männlichkeiten gelten sollen, mit den Eigenschaften einzelner Typen, konnten einige Widersprüche festgestellt werden. Manchen Formen dieser Männlichkeit wird das Vorhandensein eines normalen bis relativ starken Sexualtriebes attestiert, was mit der Behauptung, dass die Libido der ‚grasfressenden Männer‘ generell schwach sei, nicht übereinstimmt. Über den ‚eskapistischen Grasfresser-Typ‘ sagt Sakuragi beispielsweise: „Er gehört zu denen, die einen Sexualtrieb haben“ (150). Warum für manche der ‚grasfressenden‘ Männlichkeiten diese Ausnahme gilt, wird nicht erläutert. Ein weiteres Beispiel für einen solchen Widerspruch ist die Behauptung, dass der ‚waschechte Grasfresser-Typ‘ ein Narzisst (*narushisuto*) sei (136) und daher auf sein Äußeres achten würde, obwohl das Fehlen von Selbstbewusstsein an anderer Stelle als eine typische Eigenschaft für ‚grasfressende Männer‘ erwähnt wird. Gewissen Sub-Kategorien des ‚grasfressenden Männer-Typus‘ werden also bei Sakuragi Eigenschaften zugeschrieben, die der generalisierenden Beschreibung entgegengesetzt sind.

Auch in diesem Diskursfragment findet sich das Narrativ von der ‚Passivität‘ der ‚grasfressenden Männer‘. Diese werden hier in Kontrast zur ‚Aktivität‘ der ‚fleischfressenden Frauen‘ konstruiert. Diese beiden Ausprägungen von männlichem und weiblichem Gender bilden dabei entgegengesetzte Pole in der binären Genderkonstruktion und sind reaktiv miteinander verbunden. Fachausdrücke sowie der Verweis auf die Biologie des Menschen werden zur Untermauerung biologistischer Argumente instrumentalisiert, die wiederum zur Rechtfertigung hegemonialer Männlichkeit herangezogen werden, wie das unten angeführte Zitat erkennen lässt.

Was die Liebe oder den Sex betrifft, so sind Männer aktiv, Frauen sind passiv. Diese Form [von Gender] ist in jeder Generation und egal auf welches Umfeld bezogen die Norm. Auch in der Biologie ist das die ideale Form (Sakuragi 2009:16).

Ausgehend von dieser Vorstellung ‚natürlichen Geschlechts‘ spricht die Autorin von der Entstehung alternativer Genderformen als einem „Phänomen der Umkehrung von Mann und Frau“; dabei hätten Männer ‚weibliches Verhalten‘ angenommen und Frauen ‚männliches Verhalten‘ (16). Aus diesem Grund sei die oben genannte ‚ideale Form von Gender‘ nicht mehr gegeben, weshalb das Verhalten dieser neuen Männer und Frauen als ‚wider die Natur‘ aufgefasst wird. Das ‚passive Verhalten‘, das den ‚grasfressenden Männern‘ hier zugeschrieben wird, beinhaltet Unterwürfigkeit (vor allem in der Sexualität) sowie fehlende Autorität, Geltungsbedürfnis und Libido (16; 17). Auch an Selbstbewusstsein soll es diesen Männern mangeln, da das „Fundament des Selbstbewusstseins des Mannes Geld und Arbeit“ sei, was ‚grasfressende Männer‘ aufgrund der Rezession der japanischen Wirtschaft nicht mehr vorzuweisen hätten (121). Hier zeigt sich eine diskursive Verbindung zu Ushikubo Megumi, die ebenfalls das ‚fehlende Selbstbewusstsein‘ der ‚grasfressenden Männer‘ thematisiert (Ushikubo 2009:77). Während die Männlichkeit der ‚Grasfresser‘ jedoch bei Ushikubo positiv bewertet wird, lehnt Sakuragi die Abwendung von der Arbeit als dem Lebenssinn des Mannes ab. Des Weiteren liegt dem Konstrukt der Passivität von ‚grasfressenden Männern‘ die Annahme zugrunde, dass die Libido zu schwach sei, wenn der Mann keine Initiative beim Kennenlernen von Partner*innen ergreift. Andere Gründe für ein solches Verhalten, wie beispielsweise Schüchternheit, werden nicht eingeräumt. Die Autorin bezeichnet die ‚grasfressenden Männer‘ als „Schwächlinge“ (*hetare*), da sie Frauen nicht ansprechen oder bei einem Flirt nicht die Initiative ergreifen würden (1).

Aus Reaktion auf diese ‚verweiblichte‘ Männlichkeit der ‚Grasfresser‘ habe sich die hier männlich konnotierte Weiblichkeit der ‚fleischfressenden Frauen‘ entwickelt (115). Das ‚aktive‘ Verhalten dieser Frauen wird vor allem durch das Bedürfnis nach sexueller Dominanz bzw. Herrschaft über Männer und andere Frauen definiert. ‚Grasfressende Männer‘ seien lediglich leichte Beute für diese Art von Frau, die einen Mann nach dem anderen ‚verschlingt‘. Dabei pathologisiert Sakuragi die „Jagd“ der ‚fleischfressenden Frauen‘ nach Männern – dies sei die Reaktion auf psychische Traumata und ein geringes Selbstwertgefühl (176). Obwohl sie den ‚fleischfressenden Frauen‘ ein krankhaftes Verhalten zuschreibt, erklärt sie: „Die meisten dieser Frauen haben ein großes Herz“ (129). Hierbei ist zu festzuhalten, dass Sakuragi sich selbst als eine ‚fleischfressende Frau‘ identifiziert und dieser Weiblichkeit deshalb wohl eine gewisse menschliche Fehlerhaftigkeit zugesteht. Anstatt sie wie die ‚grasfressenden Männer‘ als nutzlos zu bezeichnen, bittet Sakuragi um Verständnis für die ‚fleischfressenden Frauen‘, die aufgrund ihrer traumatischen Vergangenheit und ihren psychischen Problemen ein schwereres Leben hätten. Demnach wird bei der Bewertung der ‚grasfressenden

Männlichkeit‘ und der ‚fleischfressenden Weiblichkeit‘ ein Doppelstandard angewendet. Auch wenn sie beide Genderidentitäten nicht als die optimale Form ansieht, so sind nur die ‚fleischfressenden Frauen‘ in Sakuragi Augen Menschen mit einem individuellen Schicksal. ‚Grasfressenden Männern‘ hingegen wird keine Empathie gewährt; diesen Männern wird die Schuld für die Entwicklung von Frauen zu ‚Fleischfresserinnen‘ zugeschoben.

Das Motiv der ‚Umkehrung von Mann und Frau‘ spiegelt sich auch in den Wortschöpfungen wieder, die hier zur Anwendung kommen. Wenn Frauen bei einem Flirt die Initiative ergreifen, nennt Sakuragi dies *gyaku nan* oder *gyaku nanpa* (umgekehrte Anmache) (16), was impliziert, dass eigentlich immer der Mann die ‚aktive‘ Rolle übernehmen müsste. Weiters verwendet die Autorin den Begriff *gyaku reipu* (umgekehrte Vergewaltigung) zur Beschreibung der Vergewaltigung eines Mannes durch eine Frau im ersten Kapitel (23-25). Diese Begriffskonstruktion basiert auf dem Gedanken, dass eine solche Gewalttat nicht passieren könne, wenn der Sexualtrieb des Mannes stark genug sei. Durch seine Mangelhaftigkeit habe der Mann dies selbst verschuldet: „Den Sexualtrieb nicht unterdrücken zu können, es tun zu wollen, eine solche Empfindung kann Herr B nicht verstehen“ (23). Sakuragi geht von der Vorstellung aus, dass die ‚Aktivität‘ bzw. sexuelle Aggressivität des Mannes ‚biologisch vorgegeben‘ sei und die ‚grasfressenden Männer‘ daher krank sein müssten, da ihnen diese Eigenschaft fehlt. Im Gegensatz zu Männern früherer Generationen würde „die Zunahme von Sexlosigkeit oder erektiler Dysfunktion für die heutige Jugend zum Problem“ werden (52). Jedoch werden keinerlei Daten angeführt, die diese Behauptung belegen würden.

Die Soziologin und Männlichkeitsforscherin Connell stellt fest, dass die „von der Soziobiologie propagierte natürliche Männlichkeit [...] fast zur Gänze Fiktion [ist]“ (Connell 2015:97). Vielmehr ist Geschlechtszugehörigkeit und Geschlechtsidentität als das Produkt fortlaufender sozialer Prozesse aufzufassen, durch die eine „sozial folgenreiche Unterscheidung hervorgebracht und reproduziert wird“ (Gildemeister 2004:137). Aufgrund der überwältigenden Menge von Hinweisen, die eine historische und interkulturelle Mannigfaltigkeit von Gender nahelegen, ist beispielsweise die Behauptung, dass Männer von Natur aus aggressiv seien und zu Vergewaltigung neigen würden, nicht tragbar (Connell 2015:79). Im biologischen Determinismus, bei dem monokausale Zusammenhänge zwischen Biologischem und Sozialem hergestellt werden, wird der Körper des Mannes metaphorisch mit einer Maschine gleichgesetzt, wie Connell im folgenden Zitat treffend beschreibt:

Die Macht dieser Denkweise liegt vielmehr in der Verwendung einer Maschinenmetapher für den Körper. Der Körper „funktioniert“ und „arbeitet“. Die Forscher entdecken im Verhalten einen biologischen „Mechanismus“. Die „Schaltkreise“ des Gehirns produzieren Männlichkeit; Männer sind genetisch zur Dominanz „programmiert“; Aggression ist Teil unseres „Biogramms“. Sowohl akademische als auch journalistische Texte sind mit solchen Metaphern gespickt. (Connell 2015:98)

Auch Sakuragi stellt derartige monokausale Zusammenhänge in ihrer Argumentationslinie her, jedoch ohne wissenschaftlich vorzugehen, was ihre Beweisführung *ad absurdum* führt. Im zweiten Unterkapitel des vierten Kapitels bespricht Sakuragi die Entwicklung der japanischen Männer zu ‚Grasfressern‘. Sakuragi behauptet hier, dass Männer aufgrund ihres Y-Chromosoms nicht in der Lage wären, Gendefekte auszugleichen, im Gegensatz zu Frauen (152). Diese Behauptung wird nicht durch wissenschaftliche Quellen belegt. Des Weiteren zitiert sie einen Artikel aus dem Magazin *Nature*, worin ein australischer Professor berechnet haben soll, dass das Y-Chromosom in etwa 5 bis 6 Millionen Jahren aussterben wird (153). Die körperliche Schwäche der Männer läge also in der Biologie des Menschen begründet (153). Diese äußerst polemische und simplifizierte Erklärung für die körperliche Schwäche, die den ‚grasfressenden Männern‘ zugeschrieben wird, zeigt, dass in diesem Diskursfragment eindeutig biologistische Konstruktionsmechanismen festzustellen sind. Der Körper des ‚grasfressenden Mannes‘ wird als eine defekte Maschine wahrgenommen, die keine männliche Stärke und Autorität mehr produzieren kann. Auch wenn die Autorin in der Folge versucht, die Entwicklung der ‚grasfressenden Männlichkeit‘ anhand gesellschaftlicher Veränderungen und Ereignisse herzuleiten, so sind solch willkürliche Verweise auf die Biologie des Menschen doch charakteristisch für dieses Diskursfragment. Durch diese wird das Bild einer ‚natürlichen Hierarchie‘ gezeichnet, die durch die ‚grasfressenden Männer‘ aus dem Gleichgewicht gebracht wurde.

8.4. Inhaltlich-ideologische Aussagen

Wie bereits im vorhergehenden Analyseschritt erläutert wurde, führt Sakuragi Argumente an, die auf biologischem Determinismus basieren und anhand derer sie eine als natürlich angenommene Hierarchie zwischen Mann und Frau verteidigt. Die hegemoniale Männlichkeit, die sich über Geld und Arbeit definiert, gilt hier als die ‚natürliche‘ Männlichkeit, der Selbstbewusstsein, Autorität und sexuelle ‚Manneskraft‘ innewohnt. Aufgrund der Rezession der japanischen Wirtschaft, die zum Verlust sicherer Anstellung führte, seien Japans Männer ‚entmannt‘ worden, wodurch die ‚grasfressende‘ Männlichkeit entstand. Mit dieser dem Diskursfragment zugrunde liegenden Vorstellung positioniert sich die Autorin innerhalb eines

konservativen Diskurses, bei dem versucht wird, eine oppositionelle Männlichkeit gegenüber der hegemonialen Männlichkeit zu entwerten.

Als ein weiteres Indiz dafür kann die Position Sakuragis gegenüber dem feministischen *gender free*-Konzept genannt werden. Der Begriff *jendā-furī* (*gender free*) wird von der Autorin im Zuge einer Auflistung negativer Charakteristika der ‚Grasfresser-Männer‘ als eine solche Eigenschaft genannt. Sakuragi schreibt hier über die ‚grasfressenden Männer‘, sie seien wohl „*gender free*, oder besser gesagt, es ist ihnen nicht bewusst, dass es einen Unterschied zwischen Mann und Frau gibt“ (28).

Ursprünglich wurde der Begriff *gender free* in einer Broschüre der Tokyo Women’s Foundation 1995 für Lehrende in Japan verwendet, die darauf abzielte, stereotype Vorstellungen von Gender und die damit verbundene Benachteiligung von Frauen bereits in Schulen zu bekämpfen (Yamaguchi 2014:546). Der Terminus wurde durch die feministische Bewegung Japans aufgegriffen und als eine fortschrittlichere Version des Begriffs *danjō byōdō* (Gleichberechtigung von Mann und Frau) verstanden (Yamaguchi 2014:555). Dabei entstand jedoch eine Debatte über die genaue Definition des Begriffes bzw. die Frage danach, ob dieser nun die Bedeutung von der Gleichstellung von Mann und Frau habe, oder ob es dabei um die komplette Loslösung von den binären Genderrollen ginge (vgl. Yamaguchi 2014).

Nach der Einführung des Basic Law for a Gender-equal Society (*Danjo byōdō kyōdō sankaku shakai kihonhō*) 1999 wurde heftige Kritik an der Verwendung des *gender free*-Begriffs laut und eine Gegenbewegung entstand, die auch das Konzept von *gender free* ablehnte (Suzuki 2011:21/95). Dieser *backlash* wurde von konservativen Politiker*innen, Journalist*innen und Intellektuellen angeführt, die eine Invasion der Lokalpolitik durch den Feminismus befürchteten (Yamaguchi 2014:558). Dazu gehörten Medien wie die Zeitung *Sankei shinbun* sowie die größte konservative Organisation Japans, die Gesellschaft für die Erstellung neuer Geschichtsbücher (*Atarashii kyōkasho o tsukuru kai*) (Suzuki 2011:21). Einen weiteren Teil der Gegenbewegung bildeten japanische Vollzeithausfrauen, die die Gefährdung der Wertschätzung ihrer Rolle in der Familie befürchteten und sich daher auf die Seite der konservativen Gegenbewegung schlugen (Suzuki 2011:32). Aus konservativer Sicht war das Ziel der *gender free*-Bewegung die Zerstörung von etablierten Genderrollen, die die Vernichtung der japanischen Kultur und Tradition zur Folge hätten (Yamaguchi 2014:559). Im extremsten Fall wurde sogar befürchtet, dass durch die Auslöschung kultureller und biologischer Unterschiede der Geschlechter alle Menschen zu geschlechtslosen Wesen „wie Schnecken“ gemacht werden würden (Yamaguchi 2014:559). Betrachtet man Sakuragis Argumentationsweise und ihre abfällige Verwendung des Begriffes *gender free*, so kann die

Autorin ideologisch auf der Seite dieses konservativen Diskurses eingeordnet werden. Auch wenn Sakuragi nicht vom Verfall japanischer Kultur spricht, so positioniert sie sich doch deutlich gegen die Auflösung der hegemonialen Männlichkeit in Japan.

8.5. Fazit aus der Analyse

Anders als in den beiden anderen Diskursfragmenten, die in dieser Arbeit einer Feinanalyse unterzogen wurden, wird die oppositionelle Männlichkeit der ‚Grasfresser‘ in der Publikation von Sakuragi Piroko grundlegend abgelehnt. Diese als ein neues Phänomen bewertete Männlichkeit wird dabei im Vergleich zur ‚fleischfressenden‘ Weiblichkeit konstruiert, die komplementär angelegt ist. In dieser Publikation wird das Übernehmen einer passiven Rolle in einer heterosexuellen Beziehung als ein wichtiges Charakteristikum der ‚grasfressenden Männer‘ hervorgehoben. Dabei kritisiert die Autorin, dass diese Männer zu unterwürfig, schwach und ängstlich seien, weshalb die aktive Rolle sowohl beim Kennenlernen von Partner*innen als auch bei der Sexualität von den Frauen übernommen werden müsse. Daher hätten sich die ‚natürlichen‘ Geschlechterrollen von Mann und Frau umgekehrt – ein Gedanke, der stark auf einer biologischen Determination von Gender beruht. Somit wird die in den *men's studies* sowie Gender Studies erforschte soziale Konstruktion von Gender verleugnet. Im Zuge der Beratung ihrer Leser*innen richtet die Autorin den Appell an die ‚grasfressenden Männer‘, sich wieder an der hegemonialen Männlichkeit zu orientieren. Sie fordert diese Männer dazu auf, in Liebe und Sexualität wieder aggressiver Initiative zu ergreifen, und Frauen zu „bedrängen“ (199). Dadurch trägt dieses Diskursfragment zur Reproduktion stereotyper Geschlechterrollen bei.

Die Autorin behauptet, dass zum Zeitpunkt der Publikation fast alle Männer in Japan ‚grasfressende Männer‘ seien (132). Als Gründe für die Entstehung dieser neuen Männlichkeit wird vor allem die Rezession der japanischen Wirtschaft genannt, die Männer der beiden größten Faktoren für ihr Selbstbewusstsein beraubt habe: Arbeit und Geld (121). Die von Sakuragi als ‚natürlich‘ konstruierte Männlichkeit kann eindeutig als hegemoniale Männlichkeit identifiziert werden, die sich stark über die wirtschaftliche Kraft sowie Dominanz des Mannes definiert. Der ‚grasfressende Mann‘ steht in klarer Opposition dazu.

Als weitere Gründe für die Entwicklung des ‚Grasfresser-Typus‘ werden Hormonstörungen sowie ein defektes Y-Chromosom genannt. Biologistische Argumentationsstrategien, die die ‚grasfressende Männlichkeit‘ als krank oder wider die Natur darstellen, spielten in diesem Diskursfragment daher ebenfalls eine wesentliche Rolle und werden eingesetzt, um die Vorherrschaft der hegemonialen Männlichkeit zu unterstützen.

Zudem konnte festgestellt werden, dass die Argumentation in diesem Diskursfragment stark durch Polemik und Widersprüchlichkeit geprägt ist. Zudem wird bei der Bewertung von Männlichkeit und Weiblichkeit ein Doppelstandard angewendet. Beide Genderidentitäten werden als ‚unnatürlich‘ wahrgenommen, jedoch wird um Verständnis für die ‚fleischfressenden Frauen‘ gebeten, die sich aufgrund von psychischen Traumata derartig entwickelt hätten. Den ‚grasfressenden Männern‘ wird kein Verständnis gewährt, sondern sie werden für die Entwicklung dieser Frauen zu ‚Fleischfresserinnen‘ verantwortlich gemacht.

Des Weiteren konnten diskursive Verknüpfungen mit Werken der anderen beiden Diskursteilnehmer*innen, deren Publikationen hier einer Feinanalyse unterzogen wurden, festgestellt werden. Den Thesen Ushikubo Megumis wird hier zum Teil zugestimmt, insbesondere was die Entstehung der ‚Grasfresser-Männer‘ durch wirtschaftliche Faktoren sowie deren Charakteristika wie Sparsamkeit und geringes Selbstbewusstsein betrifft. Morioka Masahiros These, dass die Eigenschaften der ‚grasfressende Männer‘ wie Sanftheit, Zurückhaltung und geringes Aggressionspotential von Vorteil in einer Beziehung sein können, wird jedoch abgelehnt.

Im Allgemeinen lässt sich sagen, dass dieses Diskursfragment stark in dem Konstrukt binärer Genderrollen, sowie in der Vorstellung einer hierarchischen Beziehung zwischen Mann und Frau, die einen dominanten und einen unterwürfigen Part verlangt, verhaftet ist. Alternative Lebens- bzw. Gesellschaftsentwürfe, die Homo- oder Transsexualität miteinschließen, wurden hier völlig außer Acht gelassen.

9. Ergebnisse

Basierend auf dem Konzept der hegemonialen Männlichkeit von Connell (2015) wurde in dieser Arbeit anhand eines Samples von drei Diskursfragmenten die Darstellung der oppositionellen Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ in japanischen Beziehungsratgebern aus dem Jahr 2009 untersucht. Der Fokus dieser Arbeit lag dabei auf der Frage, ob die alternativen Lebensentwürfe dieser Männer im Diskurs unterstützt werden. Zur Ausführung des Forschungsvorhabens wurde Jägers Methodik zur kritischen Diskursanalyse herangezogen, welche auf einem Foucaultschen Diskursbegriff beruht.

Bei der Betrachtung des Gesamtdiskurses im Rahmen der Strukturanalyse wurde festgestellt, dass der Diskursstrang, in dem die *sōshoku danshi* als mögliche Partner für Frauen diskutiert werden, Teil eines größeren Sachbuchdiskurses ist, der außerdem noch zwei weitere

Diskursstränge enthält²⁰. Im Gegensatz zum stark konservativ-patriarchal gefärbten Diskurs in den japanischen Massenmedien, in dem die oppositionelle Männlichkeit der ‚Grasfresser-Männer‘ im Rahmen eines *backlashs* angegriffen wurde, ließ sich hier eine größere Vielfalt an Perspektiven erkennen. Insbesondere in dem im Fokus dieser Arbeit stehenden Diskursstrang um die zwischenmenschlichen Beziehungen der ‚grasfressenden Männer‘ stellte sich großteils eine Akzeptanz gegenüber dieser Männlichkeit heraus. Von den im Jahr 2009 erschienenen Beziehungsratgebern zum Verhalten der ‚grasfressenden Männer‘ in Liebe und Sexualität wurde in zwei Dritteln der Diskursfragmente die oppositionelle Männlichkeit der ‚Grasfresser‘ positiv aufgenommen. Die positive Darstellung beruht dabei auf der Annahme, dass ‚grasfressende Männer‘ aufgrund ihrer speziellen Charakteristika gute Partner für langfristige Partnerschaften bzw. für die Ehe darstellen. Ein Drittel der Diskursfragmente zeigte jedoch einen stark von konservativen Vorstellungen über japanische Geschlechterrollen geprägten Diskurs, und eine starke Ablehnung der ‚grasfressenden‘ Männlichkeit.

Die drei für die Feinanalyse ausgewählten Diskursfragmente repräsentieren verschiedene Positionen im untersuchten Diskursstrang. Dabei zeigt sich: Je wissenschaftlicher der Zugang der Autor*innen ist, desto positiver bewerten sie die ‚grasfressende Männlichkeit‘ und desto deutlicher findet eine Abwendung von der hegemonialen Männlichkeit statt. Der Akademiker Morioka Masahiro, der an der Waseda-Universität in der School of Human Sciences tätig ist, kann als Beispiel für das wissenschaftliche Ende des Spektrums gelten. Der Autor rühmt die ‚grasfressenden Männer‘ als Begründer einer neuen Männlichkeit, welche die japanische Gesellschaft zur Gender-Gleichberechtigung führen wird, und bezeichnet sie dabei als „herbeigesehnte Verkörperung der Gleichberechtigungs-Ideologie“ (*danjo byōdō shisō no mōshigō*) (Morioka 2009:39). Er lehnt die hegemoniale Maskulinität und die damit verbundene Vorstellung eines sexuell aggressiven Mannes ab. Auch Ushikubo Megumi, die an wirtschaftswissenschaftlicher Forschung beteiligt ist, bewertet die ‚grasfressenden Männer‘ als Teil einer Veränderung der japanischen Gesellschaft, die zur Auflösung der strikten Gender-Trennung führen wird (Ushikubo 2009:99). Diese Veränderung sieht die Autorin als einen Gewinn an individueller Entscheidungsfreiheit über Lebensentwurf und Genderperformance. Ushikubo wendet sich jedoch nicht wie Morioka völlig von der hegemonialen Männlichkeit ab, sondern versucht, die ‚grasfressende Männlichkeit‘ als eine weitere mögliche Form neben dieser zu legitimieren.

Am anderen Ende des Spektrums ist Sakuragi Piroko einzuordnen, die keinen

²⁰ Diese richten ihr Hauptaugenmerk auf das Konsumverhalten und das Verhältnis der *sōshoku danshi* zu Arbeit und Beruf (für Details siehe Kapitel 3).

akademischen Zugang zu der Thematik hat und als Entertainment-Autorin tätig ist. Sakuragi bewertet die ‚grasfressende Männlichkeit‘ als schädlich für die japanische Gesellschaft; sie macht diese Männer für den Rückgang der Geburtenrate sowie die Zunahme von „Sexlosigkeit“ (*sekkusuresu*) in Partnerschaften in Japan verantwortlich. Im Hinblick auf die Gesamtheit der Publikationen aus dem Jahr 2009 stellt Sakuragis negative Rezeption dieser Männlichkeit jedoch eine Ausnahme dar. Denn andere Diskursteilnehmer*innen, die ebenfalls keinen wissenschaftlichen Zugang haben, wie die Beziehungsratgeber-Autorin Artesia (2009), bewerten die ‚grasfressende Männlichkeit‘ als vorteilhaft für eine langfristige heterosexuelle Partnerschaft bzw. Ehe.

Anhand der drei ausgewählten Beziehungsratgeber wurden verschiedene Positionen im Diskurs im Rahmen einer Feinanalyse in der Tiefe untersucht. Ein Set von positiv konnotierten Eigenschaften und Verhaltensweisen, die den ‚grasfressenden Männern‘ attestiert werden, bildet die Basis der affirmativen Beurteilung dieser neuen Männlichkeit. Anhand der Feinanalyse konnte festgestellt werden, dass ‚grasfressende Männer‘ als nicht sexuell aggressiv oder übergriffig gelten, sondern als zurückhaltend und stark auf die Wahrung von *consent*, also die gegenseitige Zustimmung zu sexuellen Handlungen, bedacht seien. Zudem käme Untreue in einer Partnerschaft sowie der Besuch von Prostituierten für diese Männer nicht in Frage, da rein körperliche Beziehungen für sie keine Bedeutung hätten. Auch häusliche Gewalt würden diese Männer, aufgrund ihres sanften Gemüts, ablehnen. Dieses Verhalten gehe außerdem mit einem Respekt vor Frauen und einer auf Gender-Gleichstellung ausgelegten Einstellung einher. Zudem sei der Lebensmittelpunkt der ‚grasfressenden Männer‘ nicht mehr die Arbeit, die eigene Leistungsfähigkeit und der finanzielle Gewinn; stattdessen streben sie eine ausgewogene *work-life-balance* sowie ein harmonisches häusliches Zusammenleben mit der Familie an und halten das Pflegen von Freundschaften für wichtig. Dabei wird argumentiert, dass daraus der Vorteil einer partnerschaftlichen Aufteilung der Pflichten im Haushalt sowie der Kindererziehung für die Lebenspartnerin eines ‚grasfressenden Mannes‘ resultieren würde. Die Möglichkeit, dass der Mann die Rolle eines Vollzeit-Hausmannes übernimmt, wird nur am Rande erwähnt – hierbei wird diese jedoch positiv konnotiert. Es zeigt sich ein Wandel der Idealvorstellungen von der ehelichen Partnerschaft, weg vom Modell des Mannes als Hauptverdieners und des Haushalts als der Hauptaufgabe der Frau, hin zu einer gemeinschaftlichen Aufteilung von Haushalt, Kindererziehung und dem Aufkommen für den Lebensunterhalt der Familie. Der Diskurs um die ‚grasfressenden Männer‘ in Beziehungsratgebern ähnelt Diskursen um die *ikumen*, Männer, die sich in der Kindererziehung

engagieren. Beide Diskurse behandeln die veränderte Einstellung von Männern zu der Rollenverteilung in einer heterosexuellen Partnerschaft.

Im Gegensatz dazu wird in Sakuragis Ratgeber, der die andere Seite des Spektrums repräsentiert, die Männlichkeit der ‚Grasfresser‘ als eine Entwicklung wahrgenommen, die ‚wider die Natur‘ geht. Biologischer Determinismus prägt die Argumentationslinie der Autorin, welche jeglicher wissenschaftlichen Grundlage entbehrt und sich durch Polemik auszeichnet. Dadurch wird die Stellung der hegemonialen Maskulinität als ‚natürliche‘ Männlichkeit untermauert, während die als feminin wahrgenommene Genderperformance der ‚grasfressenden Männer‘ als Schwäche bzw. als Resultat von psychischer oder körperlicher Krankheit dargestellt wird. Anhand der zentralen Aussagen in diesem Diskursfragment konnte eine Nähe zu konservativen Diskursen in Japan festgestellt werden, die sich seit dem Beginn des 21. Jahrhunderts gegen das feministische Bestreben stellt, eine Gesellschaft zu schaffen, die frei von Benachteiligung aufgrund von Gender (*gender free*) ist. Auch eine diskursive Verbindung zum patriarchalen Massenmedien-Diskurs konnte bei Sakuragi gefunden werden. Ein Beispiel dafür ist die Behauptung der Autorin, dass der geringe Sexualtrieb der *sōshoku danshi* zur sinkenden Geburtenrate in Japan beigetragen habe (Sakuragi 2009:1). Wie bereits Schad-Seifert feststellte, wurde in den japanischen Tageszeitungen zwischen 2009 und 2010 das zurückhaltende Verhalten und die Enthaltensamkeit der ‚grasfressenden Männer‘ als Ursachen für den demographischen Wandel Japans dargestellt (Schad-Seifert 2016:275).

Problematisch bei einer Vielzahl von Liebes- und Beziehungsratgebern für Frauen ist, dass ihnen der Gedanke zugrunde liegt, dass die Frau ihr Verhalten auf irgendeine Art und Weise an die Bedürfnisse des Mannes anpassen müsse, um einen Lebenspartner zu finden (Crawford 2004:65). Crawford und Marececk bezeichneten dies als das *woman-as-a-problem* Prinzip, wobei die psychologische Mangelhaftigkeit der Frau als die Ursache von Problemen in ihrem Leben gesehen wird, die durch eine Veränderung des individuellen Selbst behoben werden kann (Crawford/Marececk 1989; zit.n. Crawford 2004:64). Die Ergebnisse der, in der vorliegenden Arbeit durchgeführten Analyse zeigen jedoch, dass in den affirmierenden Beziehungsratgebern die Schwierigkeiten in der Partnerschaft oder Sexualität mit einem ‚grasfressenden Mann‘ nicht als die Schuld der Frau dargestellt werden.

Stattdessen werden Frauen in diesen Diskursfragmenten dazu angehalten, feminin konnotiertes Verhalten bei Männern zu tolerieren, oder sie sollen dazu bewogen werden, dieses sogar zu schätzen. Um die Vorteile einer Partnerschaft mit einem ‚grasfressenden Mann‘ nutzen zu können müssten sich Frauen auf diese ‚neue‘ Männlichkeit einlassen. Zwar wird auch hier an Frauen appelliert bestimmte Tipps zu befolgen; diese beziehen sich jedoch nicht auf eine

Veränderung des Individuums, sondern auf das Entwickeln von Verständnis für die alternative Männlichkeit der ‚Grasfresser‘. Morioka erläutert beispielsweise, eine Frau könne nun nicht mehr erwarten, dass der Mann die gesamte Rechnung bei Verabredungen übernehme, da ‚grasfressende Männer‘ auch die finanzielle Belastung im Sinne der Gleichberechtigung teilen würden (Morioka 2009:39). Bei Ushikubo wird um Verständnis für die als feminin wahrgenommene Genderperformance der ‚grasfressenden Männer‘ gebeten. So argumentiert sie beispielsweise in Bezug auf die Verwendung von Kosmetikprodukten und Schönheitsbehandlungen von ‚grasfressenden Männern‘: „[D]ie Zunahme von schönen Männern ist doch etwas Erfreuliches“ (Ushikubo 2009:75-76).

Im gesamten Diskursstrang wurden verschiedene Männlichkeiten und Weiblichkeiten durch die Kategorisierung verschiedener Persönlichkeitstypen definiert und gegeneinander abgegrenzt, wodurch der herkömmliche Gender-Dualismus hier zu einem Gender-Pluralismus wird. Die Männlichkeit der ‚grasfressenden Männer‘ wurde entweder begrüßt oder abgelehnt, doch keiner der untersuchten Ratgeber lenkte den Fokus von der Kategorie ‚Mann‘ weg und hin zu zwischenmenschlichen Interaktionen, bei denen die Genderidentität keine Rolle mehr spielt, wie es zum Beispiel Deutsch (2007) vorschlägt. Stattdessen gingen die Autor*innen der affirmativen Diskursfragmente nach wie vor von ‚Männlichkeit‘ und ‚Weiblichkeit‘ als zwei entgegengesetzte Polen (also von einer der Gender-Dichotomie) aus, versuchten dann aber, deren partielle Gemeinsamkeiten hervorzuheben, wodurch sich diese einander annähern.

Die ‚grasfressenden Männer‘ werden im hier untersuchten Diskursstrang als eine *equality masculinity* nach Charlesbois (2017:176) dargestellt, da sie zu einer gleichberechtigten Rollenverteilung in einer heterosexuellen Beziehung tendieren und mit dem hegemonialen Ideal des dominanten Mannes brechen. Der alternative Lebensentwurf der ‚grasfressenden Männer‘ wird in der Mehrheit der untersuchten Beziehungsratgeber unterstützt: Vier von sechs Diskursfragmenten im Jahr 2009 befürworten diese Männlichkeit, wobei die beiden ablehnenden Diskursfragmente von derselben Diskursteilnehmerin stammen. Daher kann der Diskursstrang als förderlich für die gesellschaftliche Akzeptanz von Formen von Männlichkeit betrachtet werden, die von der hegemonialen Maskulinität abweichen. Die diskursive Legitimierung einer individuellen Lebensgestaltung wie die der ‚grasfressenden Männer‘ erlaubt es heterosexuellen Männern, stärker in der Vaterrolle aufzugehen oder sich vermehrt im Haushalt zu engagieren. Diese Ablösung von der hegemonialen Rollenverteilung trägt zur sozialen Gleichstellung von Mann und Frau in der japanischen Gesellschaft bei.

Quellenverzeichnis

Abe, Tsunehisa 阿部 恒久 et al. (Hg.)

2006 *Danseishi 1: Otokotachi no kindai* 男性史 1 男たちの近代 [Geschichte des Mannes 1: Die Gegenwart der Männer]. Tōkyō: Nihon Keizai Hyōronsha 日本経済評論社.

Amazon Japan

2018a „Sakuragi Piroko: Books by Sakuragi Piroko“, *Amazon.co.jp*.
<https://amzn.to/2HPG2CZ> (04.04.2018).

2018b „Sōshokukei bijinesuman no tame no sutoresu furī shigotojutsu: shōhin no setsume: naiyo shōkai“, 草食系ビジネスマンのためのストレスフリー仕事術: 商品の説明: 内容紹介 [Stress-freie Arbeitstechniken für Businessmänner vom Typ Grasfresser: Beschreibung der Ware: Vorstellung des Inhalts], *Amazon.co.jp*.
<https://amzn.to/2IafEH7> (22.01.2018).

Artesia アルテイシア

2009 *Sōshokukei danshi ni koi sureba* 草食系男子に恋すれば [Wenn man sich in einen Mann des Grasfresser-Typs verliebte]. Tōkyō: Media Faktorī メディアファクトリー.

Carlström, Carlotta

2018 „BDSM, interaction rituals and open bodies“, *Sexuality & Culture* 22, 209–219.
<https://doi.org/10.1007/s12119-017-9461-7> (09.05.2018).

Caßing-Nakamura, Katja

2000 „Bezahltes Dating: Die Darstellung von *enjo kōsai* in japanischen Zeitschriften oder Die Skandalisierung eines Phänomens“, *Japanstudien* 11/1, 211–233.

Charlesbois, Justin

2013 „Herbivore masculinity as an oppositional form of masculinity“, *Culture, society & masculinities* 5/1, 89–104.

2014 *Japanese femininities*. London und New York: Routledge.

2017 „Herbivore masculinities in post-millennial Japan“, Xiaodong Lin et al. (Hg.): *East Asian men: Masculinity, sexuality and desire*. London: Palgrave Macmillan UK, 165–181.

Chen, Steven

2012 „The rise of 草食系男子 (sōshokukei [sic!]danshi) masculinity and consumption in contemporary Japan“, Cele C. Otnes und Linda Tuncay Zayer (Hg.): *Gender, culture and consumer behavior*. New York: Routledge, 285–307.

Connell, Raewyn

2015 *Der gemachte Mann: Konstruktion und Krise von Männlichkeiten*. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer VS [¹1999/*Masculinities*].

Connell, R.W. und James W. Messerschmidt

2005 „Hegemonic masculinity: Rethinking the concept“, *Gender and society* 19/6, 829–859.

Crawford, Mary

2004 „Mars and Venus collide: A discursive analysis of marital self-help psychology“, *Feminism & psychology* 14/1, 63–79.

Crawford, Mary und Marecek, J.

1989 „Psychology reconstructs the female“, *Psychology of women quarterly* 13, 147–66.

Christensen, Paul A.

2015 *Japan, alcoholism, and masculinity: Suffering sobriety in Tokyo*. Lanham: Lexington books.

- Dasgupta, Romit
 2000 „Performing masculinities? The ‘salaryman’ at work and play“, *Japanese studies* 20/2, 189–200.
 2003 „Creating corporate warriors: The ‘salaryman’ and masculinity in Japan“, Kam Louie und Morris Low (Hg.): *Asian masculinities: The meaning and practice of manhood in China and Japan*. New York: RoutledgeCurzon, 118–134.
 2009 „The ‘lost decade’ of the 1990s and shifting masculinities in Japan“, *Culture, society, & masculinity* 1/1, 79–95.
 2010 „Globalization and the bodily performance of ‘cool’ and ‘un-cool’ masculinities in corporate Japan“, *Intersections: Gender and sexuality in Asia and the pacific* 23. <http://intersections.anu.edu.au/issue23/dasgupta.htm> (15.01.2018).
 2013 *Re-reading the salaryman in Japan: crafting masculinities*. London: Routledge.
- Deacon, Chris
 2013 „All the world’s a stage: Herbivore boys and the performance of masculinity in contemporary Japan“, Brigitte Steger und Angelika Koch (Hg.) *Manga girl seeks herbivore boy: Studying Japanese gender at Cambridge*. Wien: Lit Verlag, 129–176.
- Demetriou, Demetrakis Z.
 2001 „Connell’s concept of hegemonic masculinity: A critique“, *Theory and society* 30, 337–361.
- Deutsch, Francine M.
 2007 „Undoing Gender“, *Gender and society* 21/1, 106–127.
- Foucault, Michel
 2015 *Archäologie des Wissens*. Frankfurt am Main: Suhrkamp [¹1969/L’Archéologie du savoir].
 2017 *Der Wille zum Wissen: Sexualität und Wahrheit I*. Frankfurt am Main: Suhrkamp [¹1976/Histoire de la sexualité, I: La volonté de savoir].
- Frühstück, Sabine und Anne Walthall (Hg.)
 2011 *Recreating Japanese men*. Berkeley: University of California Press.
- Fukasawa, Maki 深澤 真紀
 2006 „Dai 5 kai sōshoku danshi“ 第 5 回 草食男子 [Folge 5: Grasfresser-Männer], *Nikkei bijinesu online* 日経 ビジネス online. <http://business.nikkeibp.co.jp/article/skillup/20061005/111136/> (16.10.2017).
 2009 *Sōshoku danshi sedai: Heisei danshi zukan* 草食男子世代—平成男子図鑑 [Generation der grasfressenden Männer: Eine illustrierte Enzyklopädie der Heisei-Männer]. Tōkyō: Kōbunsha 光文社.
 2015 „Sōshoku danshi, sono jittai wa...“ 草食男子、その実態は... [Der wahre Sachverhalt der grasfressenden Männer], *Yomiuri online*. <http://www.yomiuri.co.jp/komachi/plus/kuragetlogy/20150515-OYT8T50071.html> (30.01.2017).
- Gildemeister, Regine
 2010 „Doing Gender: Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung“, Ruth Becker und Beate Kortendiek (Hg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden: Springer, 137–145.
- Hidaka, Masaru 日高 優 et al.
 2015 „Gendai no seinen ni okeru „sōshokukei danshi“ no zōka gensetsu no kentō: Ren‘ai ni tai suru taido ni chūmoku shite“ 現代の青年における「草食系男子」の増加言説の検討: 恋愛に対する態度に注目して (A study on the discourse “herbivore men“ who

- are not active to love are increasing among present-day young people), *Kagawa daigaku kyōiku gakubu kenkyū hōkoku dai 1 bu* 香川大学教育学部研究報告 第1部 144, 1–14.
- Hidaka, Tomoko
2010 *Salaryman masculinity: The continuity and change in the hegemonic masculinity in Japan*. Leiden: Brill.
- Holtzman, Jon
2018 „The weakness of sweetness: Masculinity and confectionary in Japan“, *Food, culture & society*. <https://doi.org/10.1080/15528014.2018.1451037> (04.05.2018).
- Infinity
2017 „Daihyō - Ushikubo Megumi ni tsuite“ [Über Ushikubo Megumi – Repräsentantin], *Infiniti inc.: Marketing company*. <http://www.hachinoji.com/ushikubo/profile.html> (05.03.2018).
- Ishida, Nobuo 石田 信夫
2011 „„Otoko to onna’ ron, gakusei wa dō kiita ka“ 〈男と女〉論、学生はどう聞いたか (About gender gaps : How Japanese students accept them), *Hijiyama daigaku gendai bunka gakubu kiyō* 比治山大学現代文化学部紀要 18, 63–171.
- 2013 „Joshi kara no daburu mesēji: ,sōshoku danshi’ no imēji o yomu“ 女子からのダブルメッセージ・「草食男子」のイメージを読む (Woman’s[sic!] double messages for sōshoku [sic!] danshi, „herbivore men“), *Hijiyama daigaku gendai bunka gakubu kiyō* 比治山大学現代文化学部紀要 20, 177–183.
- Ishii-Kuntz, Masako
2013 „Work environment and Japanese fathers’ involvement in child care“, *Journal of family issues* 34/2, 250–269.
- Itō, Kimio 伊藤 公雄
1993 *„Otokorashisa’ no yukue: Dansei bunka no bunka shakaigaku <男らしさ>のゆくえ: 男性文化の文化社会学 [Die Zukunft der Männlichkeit: Kulturosoziologie der Männer-Kultur]*, Tōkyō: Shinyōsha 新曜社.
- Itō, Kimio 伊藤 公雄 et al.
2011 *Joseigaku danseigaku (kaiteihan): Jendā-ron nyūmon* 女性学・男性学・改訂版: ジェンダー論入門 [Frauenforschung, Männerforschung (Revidierte Auflage): Einführung in Gender Studies]. Tōkyō: Yūhikaku Aruma 有斐閣アルマ.
- Jäger, Siegfried
2001 „Diskurs und Wissen: Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse“, Reiner Keller et al. (Hg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 1: Theorien und Methoden*. Opladen: Leske + Budrich. 81–112.
- 2015 *Kritische Diskursanalyse: Eine Einführung*. Münster: Unrast.
- Kanda, Yasuko 神田 靖子
2011 „„Otoko rashisa’ no kiki ka? Burogu ni miru ,sōshoku danshi’ e no hyōka“ 「男らしさ」の危機か? ブログに見る「草食男子」への評価 (Masculinity in crisis? : Bloggers’ evaluation on ,herbivorous boys‘), *Dai 14 kai taikai happyō ronbunshū dai 7 gō* 大会発表論文集第7号, 261-264.

- Keller, Reiner
2004 *Diskursforschung: Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen*. Opladen: Leske + Budrich.
- Kinsella, Sharon
1998 „Japanese subculture in the 1990s: Otaku and the amateur manga movement“, *The journal of Japanese studies* 24/2, 289–316.
- Klomp makers, Inge
2008 *Japanese erotic prints: Shunga by Harunobu und Koryūsai*. Leiden: Hotei Publishing.
- Knudson, Sarah
2014 „Getting laid and growing close: Constructions of masculinity in relationship advice for heterosexual men“, *Qualitative Sociology Review* 10/3, 116–137.
- Koch, Angelika und Brigitte Steger (Hg.)
2013 *Manga girl seeks herbivore boy: Studying Japanese gender at Cambridge*. Wien: Lit Verlag.
- Kumagai, Keichi 熊谷 圭知
2010 „Sōshokukei danshi, otaku, neo(puchi) nashonarisuto: Henyō suru nihon no danseisei to chiriteki sōzōryoku no yukue“ 草食系男子、オタク、ネオ(プチ)ナショナリスト: 変容する日本男性性と地理的想像力の行方 („Herbivorous boy“, „otaku“ and neo-(pettit-) [sic!] nationalist“: Shifting Japanese masculinities and geographical imagination), *Jinbunchirigaku-kai daikai kenkyū happyō yōshi* 人文地理学会大会研究発表要旨, 126–127.
- Kumata, Kazuo 熊田 一雄
2005 *„Otoko rashisa‘ to iu yamai? Poppu karuchā no shindanseigaku*. <男らしさ>という病? ポップカルチャーの新男性学 [Eine Krankheit namens Männlichkeit? Populärkultur in der neuen Männlichkeitsforschung]. Tōkyō: Fubaisha 風媒社.
- Link, Jürgen
1982 „Kollektivsymbolik und Mediendiskurse, zur aktuellen Frage, wie subjektive Aufrüstung funktioniert“, *Kulturrevolution: Zeitschrift für angewandte Diskurstheorie* 1, 6–20.
- Mackie, Vera
2003 *Feminism in modern Japan*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mackintosh, Jonathan D.
2010 *Homosexuality and manliness in postwar Japan*. London: Routledge.
- Makino, Tomokazu
2010 „„Shūkatsuyō jiko keihatsu bunseki manyuaru‘ ga motomeru jiko to sono kinō“ 「就職用自己分析マニュアル」が求める自己とその機能: 「自己のテクノロジー」という観点から (The self demanded by self-analysis manuals for university student's employment search and their functions: Analysis from [sic!] ,technologies of the self ‘), *Japanese sociological review* 61/2, 150–167.
- 2012 *Jiko keihatsu no jidai: Jiko no bunka shakaigakuteki kenkyū* 自己啓発の時代: 「自己」の文化社会学的探究 [Das Zeitalter der Selbstentwicklung: Das ‚Selbst‘ in der kultursoziologischen Forschung]. Tōkyō: Keisō shobō 勁草書房.
- Mathews, Gordon
2003 „Can ‚a real man‘ live for his family? Ikigai and masculinity in today’s Japan“, James

- Roberson und Suzuki Nobue (Hg.): *Men and masculinities in contemporary Japan: Dislocating the salaryman doxa*. London: Routledge, 108–125.
- Matsuoka, Tadashi 松岡 律
- 2012a „Sōshokukei danshi o meguru shakaigakuteki kōsatsu (1): Media ga aoru jendā kaosu“ 草食系男子をめぐる社会学的考察 (1)メディアが煽るジェンダーカオス [Eine soziologische Betrachtung in Bezug auf die Grasfresser-Männer (1): Das Gender-Chaos, das die Medien anfachen], *Jinken 21: chōsa to kenkyū* 人権 21 : 調査と研究 219, 26–31.
- 2012b „Sōshokukei danshi o meguru shakaigakuteki kōsatsu (2): Jendā furī to fukyō“ 草食系男子をめぐる社会学的考察 (2) ジェンダーフリーと不況 [Eine soziologische Betrachtung der Grasfresser-Männer (2): Genderneutralität und Unzufriedenheit], *Jinken 21: chōsa to kenkyū* 人権 21 : 調査と研究 220, 54–59.
- Messerschmidt, James W.
- 2011 „The struggle for heterofeminine recognition: Bullying, embodiment, and reactive sexual offending by adolescent girls“, *Feminist criminology* 6/3, 203–233.
- Meuser, Michael
- 2010 *Geschlecht und Männlichkeit: Soziologische Theorie und kulturelle Deutungsmuster*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Meuser, Michael und Ursula Müller (Hg.)
- 2015 „Männlichkeiten in Gesellschaft: Zum Geleit“, *Der gemachte Mann: Konstruktion und Krise von Männlichkeiten*. 4. Auflage Wiesbaden: Springer VS [¹1999].
- Mikanagi, Yumiko
- 2011 *Masculinity and Japan's foreign relations*. Boulder: First Forum Press.
- Miyadai, Shinji 宮台 真司 (Hg.)
- 2009 „Otokorashisa“ no kairaku: popyurā bunka kara mita sono jittai 「男らしさ」の快樂 ポピュラー文化からみたその実態 [Das Vergnügen von ‚Männlichkeit‘: Betrachtung des wahren Sachverhalts anhand von Populärkultur]. Tokyo: Keisō Shōbō 勁草書房.
- Mizukoshi, Kosuke et al.
- 2015 „Japan's ikumen discourse: Macro and micro perspectives on modern fatherhood“, *Japan forum*, 1–21.
- Morioka, Masahiro 森岡 正博
- 2008 *Sōshokukei danshi no renaigaku* 草食系男子の恋愛学 (Lessons in love for herbivore men), Tōkyō: Media Faktori メディアファクトリー.
- 2009 *Saigo no koi wa sōshokukei danshi ga motte kuru* 最後の恋は草食系男子が持ってくる (Herbivore men will bring your last love). Tokyo: Magajin Hausu マガジンハウス.
- 2011 „Sōshokukei danshi‘ no genshōgaku-teki kōsatsu 「草食系男子」の現象学的考察 (A phenomenological study of ‚herbivore men‘), *The review of life studies* 1, 13–28.
- 2017a „About this site“, *Lifestudies.org: Philosophical study of life, death and nature*. <http://lifestudies.org/index.html> (31.12.2017).
- 2017b „Profile of Masahiro Morioka“, *Lifestudies.org: Philosophical study of life, death and nature*. <http://lifestudies.org/profile.html> (31.12.2017).
- 2017c „Philosophy of life, and life studies“, *Lifestudies.org: Philosophical study of life, death and nature*. <http://www.lifestudies.org/lifestudies.html> (05.01.2018).

- 2017d „Book: Life studies approaches to bioethics“, *Lifestudies.org: Philosophical study of life, death and nature*. <http://www.lifestudies.org/lifestudiesapproaches00.html> (05.01.2018).
- Nakatake, Atsushi
- 2014 *Ima, motomerareru, sōshokukei rīdā ‘no tame no, ya-wa-ra-ka’ shidōjutsu* いま、求められる「草食系リーダー」のための“やわらか指導術” [Jetzt, lockere Führungstechniken für die gefragten Führungspersonen des Grasfresser-Typs]. Tōkyō: Mirai paburissingu みらいパブリッシング.
- Nakatani, Ayami
- 2006 „The emergence of ‚nurturing fathers‘: Discourses and practices of fatherhood in contemporary Japan“, M. Rebeck und A. Takenaka (Hg.): *The changing Japanese family*. London: Routledge, 94–108.
- Napier, Susan
- 2011 „Where have all the salarymen gone? Masculinity, masochism, and technomobility in *Densha Otoko*“, Sabine Frühstück und Anne Walther (Hg.): *Recreating Japanese men*. Berkeley: University of California Press, 154–176.
- Nietzsche, Friedrich Wilhelm
- 2005 *Götzen-Dämmerung*. Projekt Gutenberg - DE. Kindle-Ausgabe.
- Nihei, Chikako
- 2013 „Resistance and negotiation: ‘Herbivorous men’ and Murakami Haruki’s gender and political ambiguity“, *Asian studies review* 37/1, 62–79.
- Noack, Constanze
- 2014 „Wissenskonstruktionen von Männlichkeit am Beispiel des Pflanzenfresser-Manns (*sōshoku danshi*) im Diskurs englischer und deutschsprachiger Onlineartikel“, Nora Kottman et al. (Hg.): *Familie – Jugend – Generation: Medienkulturwissenschaftliche und japanwissenschaftliche Perspektiven*. Wiesbaden: Springer, 205–222.
- OECD
- 2018 „Gender wage gap (indicator)“, *OECD Data*. doi: 10.1787/7cee77aa-en (8.5.2018).
- Okuda, Hiromi 奥田 弘美
- 2009 *Sōshokukei bijinesuman no tame no sutoresufurī shigotojutsu* 草食系ビジネスマンのためのストレスフリー仕事術 (Stress free life hacks for herbivorous businessmen). Tōkyō: Sōshisha 草思社.
- Precht, Richard David
- 2010 *Liebe: Ein unordentliches Gefühl*. München: Wilhelm Goldmann.
- Roberson, James und Suzuki Nobue (Hg.)
- 2002 *Men and masculinities in contemporary Japan: Dislocating the salaryman doxa*. London: Routledge Curzon.
- Sakuragi, Piroko 桜木 ピロコ
- 2009 *Nikushokukei joshi no renaigaku: kanojo tachi wa ika ni sōshokukei danshi o kuimakuru no ka* 肉食系女子の恋愛学: 彼女たちはいか草食系男子を食いまくるのか [Lektionen in der Liebe für fleischfressende Frauen: Wie verschlingen sie wohl die grasfressenden Männer?]. Tōkyō: Tokuma Shoten 徳間書店.
- 2010 *Ikemen wa naze koshi o furanai no ka* イケメンはなぜ腰を振らないの [Warum bewegen gutaussehende Männer ihre Hüfte nicht?]. Tōkyō: Mirion Shuppan ミリオン出版.

- 2011 *Motto shiritai! Onna no ko no hitori ecchi* もっと知りたい!オナナのコのひとりえ
 っち [Ich möchte mehr wissen! Masturbation für junge Frauen]. Tōkyō: Core magazine
 コアマガジン.
- 2012 *Onna ga muchū ni naru sekkusu* 女が夢中になるセックス [Sex, von dem Frauen
 hingerissen sein werden] (2012) Tōkyō: East Press イーストプレス.
- 2018a „Nikushokukei joshi no renaigaku: Sakuragi Piroko ofisharu burogu“ 肉食系女子の恋
 愛学 桜木ピロコオフィシャルブログ, *Ameba*. (Blog) <https://ameblo.jp/sakuragi-piroko/> (08.04.2018).
- 2018b „Sakuragi Piroko: Purofairu“ 桜木ピロコ プロファイル, *Ameba*. (Blog)
<http://profile.ameba.jp/sakuragi-piroko> (08.04.2018).
- 2018c „Sakuragi Piroko“ 桜木ピロコ, *Twitter*. (Website) <https://twitter.com/sakuragipiroko>
 (08.04.2018).
- Saladin, Ronald
- 2015 „Between gyaru-o and sōshokukei danshi: Body discourses in lifestyle magazines for
 young Japanese men“, *Contemporary Japan* 27/1, 53–70.
- 2017 „„Gras(fr)essende Männer‘ in der Küche: Yoshimoto Bananas Kitchen und der
 sōshokukei danshi – Diskurs“, *Informationen des Akademischen Arbeitskreises Japan:*
Minikomi 86, 19–28.
- Sawatari, Amane
- 2014 *Muri shinai kara muda mo nai ,sōshokukei‘ shain no tame no o-tegaru kyaria*
manejimento 無理しないから無駄もない 「草食系」社員のためのお手軽キャ
 リアマネジメント [Es zu übertreiben ist Unsinn: Einfaches Karrieremanagement für
 Angestellte des Grasfresser-Typs]. Tōkyō: Nikkan kōgyō shinbunsha 日刊工業新聞社.
- Schad-Seifert, Anette
- 2016 „Der ‚Grasfresser-Mann‘ als mediales Trendwort im Diskurs um Japans *Lost*
Generation“, Stefan Köhn und Monika Unkel (Hg.): *Prekarisierungsgesellschaften in*
Ostasien? Aspekte der sozialen Ungleichheit in China und Japan. Wiesbaden:
 Harrassowitz, 261–281.
- Shōgaku-kan und Kokugo jiten henshūbu
- 2002 *Reikai gakushū kotowaza jitendai: dai ni han* 例解学習ことわざ辞典: 第二版
 [Sprichwort Wörterbuch - Lernen anhand von Beispielen: Zweite Auflage]. Tōkyō:
 Shōgakukan 小学館.
- Shu Min, Yuen
- 2014 „From men to ‚boys‘ - The cooking *danshi* in Japanese mass media“, *Women's studies*
international forum 44, 220–227.
- Suzuki, Atsuko (Hg.)
- 2007 *Gender and career in Japan*. Melbourne: Trans Pacific Press.
- Suzuki, Ayaka 鈴木 彩加
- 2011 „Shufu tachi no jendā furī bakkurasshu“ 主婦たちのジェンダーフリー・バックラ
 ッシュ (Female backlash against gender equality in Japan), *Soshioroji* ソシオロジ
 56/1, 21–37, 95.
- Suzuki, Suguru 鈴木 傑
- 2010 „Chōsa dēta ni miru ,imadoki no wakamono zō‘: ,Sōshokukei danshi‘ to ,nikushokukei

- joshi‘ wa hontō ka“ 調査データにみる“いまどきの若者像”・「草食系男子」と「肉食系女子」は本当か [Eine Betrachtung von Umfragedaten zu Bildern der heutigen Jugend: Sind ‚grasfressende Männer‘ und ‚fleischfressende Frauen‘ real?], *Shijō chōsa* 市場調査 286, 4–16.
- Tachibanaki, Toshiaki
 2010 *The new paradox for Japanese women: Greater choice, greater inequality*. Tōkyō: International House of Japan.
- Taga, Futoshi 多賀 太
 2006 *Otokorashisa no shakaigaku: Yuragu otoko no raifukōsu* 男らしさの社会学: 揺らぐ男のライフコース [Soziologie der Maskulinität: Der sich wandelnde Lebensverlauf von Männern]. Kyōto: Sekaishisōsha 世界思想社.
- Tan, Teri
 2017 „Japanese self-help books keep on coming“, *Publishers weekly*. <https://bit.ly/2HPnVAS> (03.05.2018).
- Toyota, Yuki 豊田 由貴
 2015 „Nihon no shakai-keisaiteki henka to danseisei no henyō – ‚sōshokukei danshi‘ ‚otaku‘ ‚neto uyo‘, „日本の社会経済的变化と男性容: 「草食系男子」「オタク」「ネトウヨ」 [Japans gesellschaftliche und wirtschaftliche Veränderungen und die Umgestaltung von Männlichkeit – *sōshokukei danshi*, *otaku* und *neto uyo*], *Rikkyō daigaku jendā fōramu nenbō* 立教大学ジェンダーフォーラム年報 第 16, 27–30.
- Trujillo, Nick
 1991 „Hegemonic masculinity on the mound: Media representations of Nolan Ryan 1991 and American sports culture“, *Critical studies in mass communication* 8/3, 290–308.
- Uchida, Minoru 内田 成
 2012 „Ningen ruiki to shōhisha kōdō“ 人間類型と消費者行動 (Diversity on types of human behavior: A[sic!] introductory study of human behavior and consumer behavior), *Takasaki shōka daigaku kiyō* 高崎商科大学紀要 27, 115–125.
- Ushikubo, Megumi 牛窪 恵
 2008 *Sōshokukei danshi ‚o-jō man‘ ga nihon o kaeru* 草食系男子「お嬢マン」が日本を変える [Die ‚lady-men‘ des Grasfresser-Typs verändern Japan]. Tōkyō: Kōdansha 講談社. Kindle-Ausgabe.
- 2009 *Sōshokukei danshi no toriatsukai setsumeisho: torisetsu* 草食系男子の取扱説明書: トリセツ [Das Bedienungshandbuch für Männer des Grasfresser-Typs]. Tōkyō: Bijinesusha ビジネス社.
- 2013a *Baburu onna‘ to iu nihon no shisan* 「バブル女」という日本の資産 [,Bubble-Frauen‘ als Japans Kapital]. Tōkyō: Sekaibunkasha 世界文化社.
- 2013b *Otona ga shiranai ‚satori sedai‘ no shōhi to honne* 大人が知らない「さとり」世代の消費とホンネ [Der Konsum und das wahre Gesicht der ‚Erleuchteten Generation‘,

die den Älteren unbekannt ist]. Tōkyō: PHP Kenkyūjo PHP 研究所

- 2015 *Ren'ai shinai wakamono tachi: Konbinika suru sei to kosupaka suru kekkon* 恋愛しない若者たち コンビニ化する性とコスパ化する結婚 [Jugend die nicht liebt: Das konbinisierende Geschlecht und die Kosten-Nutzen-Heirat]. Tōkyō: Discover 21 ディスカヴァートゥエンティワン.

Waseda Universität

- 2018 „Shimei: Morioka Masahiro” 氏名: 森岡正博 [Voller Name: Morioka Masahiro], *Waseda daigaku kenkūsha dētabēsu* 早稲田大学研究者データベース. <http://researchers.waseda.jp/profile/ja.a7ee97a01b6603e3275ba9666000a2a3.html> (8.05.2018).

Wetherell, Margret und Nigel Edley

- 1999 „Negotiating hegemonic masculinity: Imaginary positions and psycho-discursive practices“, *Feminism and psychology* 9/3, 335–356.

Yamaguchi, Tomomi

- 2014 „Gender free feminism in Japan: A story of mainstreaming and backlash“, *Feminist Studies* 40/3, 541-572.

Zimmerman, Schindler Toni et al.

- 2001 „A decade of advice for women and men in the best-selling self-help literature“, *Family Relations* 50/2, 122-33.

Abstract

In der vorliegenden Arbeit wird der Diskurs um die Maskulinität der ‚grasfressenden Männer‘ in japanischen Beziehungsratgebern aus dem Jahr 2009 untersucht. Ausgehend von der These, dass alternative männliche Lebensentwürfe, die von der hegemonialen Maskulinität des *sararīman* abweichen, in diesen Publikationen unterstützt werden, wurde ein Sample von drei ausgewählten Beziehungsratgebern analysiert. Dabei konnte festgestellt werden, dass die ‚grasfressenden Männer‘ aufgrund der ihnen zugeschriebenen Eigenschaften von Zurückhaltung und Familienorientierung als gute Partner für eine gleichberechtigte heterosexuelle Beziehung wahrgenommen werden. Der hier diskutierte Diskursstrang um die zwischenmenschlichen Beziehungen von ‚grasfressenden Männern‘ kann daher als Gegendiskurs zum patriarchal-geprägten Diskurs der konservativen japanischen Massenmedien betrachtet werden.