

Kirsten Plicht-Kußmaul

**Die Entstehung und
Ausprägung der
Mediensysteme in Japan
und der Bundesrepublik
Deutschland**

Ein Strukturvergleich 1945-1990

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	12
Ergänzende Hinweise	15
I. Einleitung	17
II. Historische, politische und rechtliche Grundlagen	
1. <u>Japan</u>	21
1.1. Besatzungszeit	25
1.2. Das politische System	28
1.3. 40 Jahre auf dem Weg zur Industrienation	32
1.4. Rechtliche Grundlagen für die Medienstrukturen	40
2. <u>Bundesrepublik Deutschland</u>	49
2.1. Besatzungszeit	49
2.2. Das politische System	52
2.3. 40 Jahre auf dem Weg zur Industrienation	56
2.4. Rechtliche Grundlagen für die Medienstrukturen	60
III. Die Presselandschaft	
1. <u>Japan</u>	65
1.1. Historische Entwicklung der Tagespresse	66
1.2. Presse unter alliierter Kontrolle	73
1.3. Entwicklung der Tagespresse seit dem Ende der Besatzungszeit	76
1.3.1. Überregionale Zeitungen	83
1.3.2. Regionalzeitungen	87
1.3.3. Spezialzeitungen	91
1.3.4. Parteizeitungen	92
1.3.5. Anzeigenblätter	94
1.4. Das Vertriebssystem	99
1.5. Exkurs: Das Presseclub-System (<i>kisha-kurabu</i>)	106
2. <u>Bundesrepublik Deutschland</u>	112

2.1.	Historische Entwicklung der Tagespresse	113
2.2.	Presse unter alliierter Kontrolle	119
2.3.	Entwicklung der Tagespresse seit dem Ende der Besatzungszeit	122
2.3.1.	Die überregionalen Zeitungen	125
2.3.2.	Die Regional- und Lokalzeitungen	128
2.3.3.	Wochen- und Sonntagszeitungen	129
2.3.4.	Parteizeitungen	132
2.3.5.	Exkurs: Ausländerpresse	133
2.3.6.	Anzeigenblätter	134
2.4.	Das Vertriebssystem	137
IV.	Der Hörfunk	
1.	<u>Japan</u>	141
1.1.	Historische Entwicklung des Hörfunks	141
1.2.	Hörfunk unter alliierter Kontrolle	147
1.3.	Entstehung und Entwicklung des dualen Hörfunksystems	153
1.3.1.	<i>Nihon Hōsō Kyōkai</i> (NHK)	155
1.3.1.1.	Exkurs: Radio Japan (Überseedienst)	163
1.3.2.	Die kommerziellen Sender	166
2.	<u>Bundesrepublik Deutschland</u>	175
2.1.	Historische Entwicklung des Hörfunks	175
2.2.	Hörfunk unter alliierter Kontrolle	179
2.3.	Allgemeine Entwicklung des Hörfunks seit 1950	181
2.3.1.	Die öffentlich-rechtlichen Sender (Länderanstalten)	187
2.3.1.1.	Exkurs: Auslands-Hörfunkdienste	191
2.3.2.	Die kommerzieller Sender	193
V.	Das Fernsehen	
1.	<u>Japan</u>	199
1.1.	Entwicklung des dualen Fernsehensystems seit den 50er Jahren	199
1.1.1.	<i>Nihon Hōsō Kyōkai</i> (NHK)	203
1.1.2.	Die kommerziellen Sender	208
2.	<u>Bundesrepublik Deutschland</u>	214
2.1.	Entwicklung des Fernsehens seit den 50er Jahren	214
2.1.1.	Die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten	217
2.1.2.	Die kommerzieller Sender	221

VI. Neue Medien

1.	<u>Japan</u>	227
1.1.	Erweiterte Rundfunkdienste	228
1.1.1.	Kabelrundfunk	228
1.1.2.	Satellitenrundfunk	235
1.2.	Andere technologische Entwicklungen	240
1.3.	Exkurs: <i>Hôshô daigaku</i> (Rundfunkuniversität)	246
2.	<u>Bundesrepublik Deutschland</u>	250
2.1.	Erweiterte Rundfunkdienste	250
2.1.1.	Kabelrundfunk	250
2.1.2.	Satellitenrundfunk	253
2.2.	Andere technologische Entwicklungen	256

VII. Mediennutzung

1.	<u>Japan</u>	259
1.1.	Mediengesamtangebot	259
1.2.	Reichweitenentwicklung	260
1.2.1.	Zeitung	261
1.2.2.	Hörfunk	261
1.2.3.	Fernsehen	261
1.3.	Nutzungsdauer	262
1.3.1.	Zeitung	262
1.3.2.	Hörfunk	263
1.3.3.	Fernsehen	264
1.4.	Nutzungsgewohnheiten	266
1.4.1.	Zeitung	267
1.4.2.	Hörfunk	268
1.4.3.	Fernsehen	269
1.5.	Nutzung der Neuen Medien	271
2.	<u>Bundesrepublik Deutschland</u>	272
2.1.	Mediengesamtangebot	273
2.2.	Reichweitenentwicklung	273
2.2.1.	Zeitung	274
2.2.2.	Hörfunk	274
2.2.3.	Fernsehen	275
2.3.	Nutzungsdauer	276
2.3.1.	Zeitung	277

2.3.2.	Hörfunk	277
2.3.3.	Fernsehen	279
2.4.	Nutzungsgewohnheiten	280
2.4.1.	Zeitung	281
2.4.2.	Hörfunk	282
2.4.3.	Fernsehen	283
2.5.	Nutzung der Neuen Medien	284
VIII. Massenmedien und Werbung		
1.	<u>Japan</u>	287
1.1.	Entwicklung und Bedeutung des Werbegeschäftes	287
2.	<u>Bundesrepublik Deutschland</u>	295
2.1.	Entwicklung und Bedeutung des Werbegeschäftes	295
IX. Medienkonzentration		
1.	<u>Japan</u>	303
2.	<u>Bundesrepublik Deutschland</u>	310
X. Vergleich		
1.	Parallelen und Unterschiede Japan - Bundesrepublik Deutschland	317
1.1.	Dimension der Rahmenbedingungen des Mediuemfeldes	317
1.2.	Historische Dimension der Mediengattungen	323
1.3.	Dimension der mediengattungsspezifischen Strukturmerkmale	327
1.4.	Dimension der Neuen Medien	340
1.5.	Rezipientenorientierte Dimension	342
1.6.	Ökonomische Dimension	345
2.	Versuch einer Ergebnisinterpretation	349
XI. Zukunftweisender Ausblick		
1.	<u>Japan</u>	355
2.	<u>Bundesrepublik Deutschland</u>	359
2.1.	Bedeutung der Wiedervereinigung für den Mediensektor	359
2.2.	Aspekte zum EG-Binnenmarkt	363
	Literaturverzeichnis	347

Anhang A: Japan

Japankarte	378
Glossar	379
Zeittafel Japan	385
Verteilung der Haushalte und der Bevölkerung nach Präfekturen	392
Distribution Map of Commercial TV Broadcasting Companies	394
Distribution Map of Commercial Radio Broadcasting Companies	395
Organisationsstruktur von NSK	396
The Canons of Journalism	398
Grundsätze für Presseclubs	400
Newspaper Sales Code	401
Newspaper Advertising Code of Ethics and Advertising Publication Standard	402
Standards of NHK's Domestic Broadcast Programs	404
Grundzüge der Programmstandards von NAB	407
Broadcast Law of Japan	409

Anhang B: Bundesrepublik Deutschland

Deutschlandkarte inklusiv der neuen Bundesländer	482
Zeittafel Deutschland	483
Publizistische Grundsätze (Pressekodex)	490