

# INHALT

Vorbemerkungen .....	V
Inhaltsverzeichnis .....	VII
Abkürzungsverzeichnis .....	XI
Abbildungsverzeichnis .....	XIII
Liste der besuchten und/oder befragten Institutionen .....	XVII
Devisenkurse .....	XX
Zusammenfassende Einschätzung - JAPAN .....	XXI
Hinweis auf Band I: GROSSBRITANNIEN (Gekürztes Inhaltsverz.)	XXVIII
Hinweis auf Band II: ITALIEN (Gekürztes Inhaltsverzeichnis)...	XXX
Hinweis auf Band IV: USA (Gekürztes Inhaltsverzeichnis) .....	XXXII
1 Entstehung und Entwicklung des Mediensystems .....	1
1.1 Politische, ökonomische und sozio-kulturelle Strukturdaten...	1
1.2 Medienspezifische Strukturdaten.....	2
2 Medienrecht .....	7
2.1 Verfassungsrechtliche Grundlagen.....	7
2.2 Bedeutung und Verflechtung von Gesetzen, Verwaltungs- richtlinien und Selbstkontrollbestimmungen.....	7
2.3 Presserecht.....	8
2.3.1 "Free Press".....	8
2.3.2 THE CANONS OF JOURNALISM - Ethikstatut für die Presse.....	8
2.3.3 Erklärung von NIHON SHIMBUN KYOKAI (NSK) über die "Befugnis zu redaktionellen Angelegenheiten" vom 16.3.1947.....	8
2.3.4 Weitere Bestimmungen.....	9
2.4 Rundfunkrecht.....	9
2.4.1 Rechtssystem und Verwaltungssystem für das Rund- funkwesen.....	9
2.4.1.1 Das "Gesetz für das Funkwesen" und das "Rundfunkgesetz".....	10
2.4.1.2 Das Ministerium für das Post- und Fern- meldewesen (MPT).....	10
2.4.2 Bestimmungen der Rundfunkgesetze und Kompeten- zen des MPT.....	11
2.4.2.1 Das duale Rundfunksystem: NHK und private Rundfunkunternehmen.....	11
2.4.2.2 Lizenzvergabe, Lizenzerteuerung und CHANNEL PLAN.....	11
2.4.2.3 Kontrolle der technischen Einrichtungen..	17
2.4.2.4 Bestimmungen über NHK im BROADCAST LAW (Aufgaben und Pflichten - Kontrolle der Regierung und des Parlaments über NHK - Bestimmungen über die Programm- gestaltung).....	18
2.4.2.5 Bestimmungen der Rundfunkgesetze für die privaten Rundfunkunternehmen ....	19

2.4.3	Die BROADCAST STANDARDS der NATIONAL ASSOCIATION OF COMMERCIAL BROADCASTERS IN JAPAN (NAB).....	22
2.4.3.1	Die Selbstkontroll-Bestimmungen (BROADCAST STANDARDS) in der Fassung von 1975.....	23
2.4.3.2	Bestimmungen über den Werbeumfang.....	23
2.5	Kabelfernsehen.....	24
2.5.1	Verabschiedung des KABELFERNSEHRUNDFUNKGESETZES.....	24
2.5.2	Bestimmungen des KABELFERNSEHRUNDFUNKGESETZES.....	24
2.5.3	Würdigung der Bestimmungen des KABELFERNSEHRUNDFUNKGESETZES aus juristischer Sicht.....	26
2.5.4	Das KABELFERNSEHRUNDFUNKGESETZ als Konfliktfeld .....	26
2.6	Kartellrecht.....	27
2.6.1	Pressebereich.....	28
2.6.2	Andere Medien.....	28
2.7	Urheberrecht.....	29
2.8	Satellitenfunk.....	29
2.9	Gesetzgebung für die UNIVERSITY OF THE AIR.....	31
2.10	Wahlgesetze für ein öffentliches Amt.....	32
2.11	Besondere institutionelle Vergünstigungen für Medienunternehmen.....	32
2.12	Gegendarstellungsrecht und Rechtsstreit der KPJ gegen den SANKEI-Verlag.....	32
3	Fernsehen.....	33
3.1	Die Struktur des Fernsehens in Japan.....	33
3.1.1	NETWORKS.....	33
3.1.1.1	NEWS NETWORKS.....	34
3.1.1.2	Programm-NETWORKS.....	43
3.1.2	NIPPON HOSO KYOKAI - NHK.....	48
3.1.3	Kabelfernsehen.....	51
3.1.3.1	Gegenwärtige Struktur der bereits bestehenden Kabelfernsehanlagen (Kabelrundfunk)....	51
3.1.3.1.1	Anlage- und Teilnehmerzahl....	52
3.1.3.1.2	Rechtsform und Anlageträgerschaften .....	52
3.1.3.1.3	Nutzungszwecke und Kombinationen.....	55
3.1.3.2	Gemeinschaftsantennenanlagen von NHK.....	55
3.1.3.3	Beispiele von Kabelrundfunkanlagen mit einem Lokalprogramm.....	56
3.1.3.3.1	TAMIZAWA CATV: Empfängergemeinschaft.....	60
3.1.3.3.2	SHIMODA CATV (SHK): Ein erfolgreicher Pionier .....	63

	3.1.3.3.3	NIHON NETWORK SERVICE (NNS): Das grösste Kabelrundfunkunternehmen in Multi-Media-Besitz.....	68
	3.1.3.3.4	CHIBA GARDENTOWN CATV (CTS): Kabelrundfunk in einer Neubausiedlung.....	72
	3.1.3.3.5	IKEDA CATV: Gemeinde-Kabelrundfunk für die lokale Kommunikation.....	75
	3.1.3.3.6	AJUHARA-NÖKYŌ (ANK): Kabelrundfunk der landwirtschaftlichen Genossenschaft.....	76
	3.1.3.3.7	JAPAN CABLE TELEVISION (JTV): Kabelrundfunk für Hotels und Ausländerwohnungen.....	79
3.2		Finanzierung.....	83
	3.2.1	NETWORKS.....	83
	3.2.1.1	Geschäftsbereiche und Geschäft der KEY STATIONS.....	84
	3.2.1.2	Rundfunkgeschäft.....	91
	3.2.2	NHK.....	96
	3.2.3	Kabelfernsehen.....	102
3.3		Programme und Rezipientenverhalten.....	113
	3.3.1	Überblick.....	113
	3.3.2	Programme der privaten Fernsehunternehmen.....	114
	3.3.2.1	Gesamtprogramm und verkaufte Sendezeit.....	114
	3.3.2.2	Programmproduktion der KEY STATIONS und Lokalsender.....	114
	3.3.2.3	Rolle der Werbung bei der Programmplanung.....	114
	3.3.2.4	Programmangebote.....	122
	3.3.2.5	Finanzierung der Programme.....	142
	3.3.3	Programme von NHK.....	145
	3.3.4	Rezipientenverhalten.....	172
	3.3.4.1	Übersicht.....	172
	3.3.4.2	Einschaltquoten nach Programmen.....	186
4		Presse.....	188
	4.1	Pressestruktur.....	188
	4.2	Wirtschaftliche Situation.....	190
	4.3	Presseinhalte.....	192
	4.4	Intermediäre Konzentration.....	193
5		Filmindustrie.....	196
	5.1	Übersicht.....	196
	5.2	Verhältnis von Filmindustrie und Fernsehindustrie.....	198

6	Werbeindustrie.....	201
6.1	Übersicht.....	201
6.2	Zusammensetzung der Werbeeinnahmen bei den einzelnen Medien.....	204
6.3	Die grössten Werbungtreibenden.....	204
6.4	Die grössten Werbeagenturen.....	206
7	Bürgerinitiativen und Mediengewerkschaften.....	208
8	Zusammenfassung .....	215
8.1	Beitrag des Programmangebots der kommerziellen Rundfunk- unternehmen zum gesamten Informationsangebot der Medien ..	215
8.2	Nutzung und Stellenwert der kommerziellen Programmange- bote im inter- und intramediären Vergleich .....	221
8.3	Auswirkungen des kommerziellen Rundfunks auf das japanische Mediensystem, insbesondere die Presse .....	223
	ANMERKUNGEN .....	239
	Tabellenverzeichnis .....	291
	Tabellen .....	295