



universität
wien

MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

„Mediensysteme in Ostasien“

Über den Zusammenhang von Medien und Politik in Japan, Südkorea und der
Volksrepublik China

Verfasserin

Eva Rohrhofer, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Master of Arts (MA)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 864

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Wirtschaft und Gesellschaft Ostasiens

Betreuer:

Univ.-Prof. Mag. Dr. Rüdiger Frank

Ich widme diese Arbeit meiner Familie:
Doris Werner, Günther Werner, Erich Rohrhofer, Doris Pulker-Rohrhofer
und Christian Pichler.

Danke für Eure Unterstützung.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabellenverzeichnis | 6 |
| Abkürzungsverzeichnis | 7 |
| Begriffsbestimmungen | 9 |
| | |
| 1. Einleitung und Fragestellungen | 11 |
| 2. Material und Methodik | 13 |
| 3. Theoretischer Rahmen | 14 |
| 3.1 Definitionen: System - Medien – Mediensystem | 14 |
| 3.2 Vergleichsdimensionen | 16 |
| 3.2.1 Regierungssystem | 18 |
| 3.2.2 Politische Kultur | 20 |
| 3.2.3 Medienfreiheit | 21 |
| 3.2.4 Medienbesitz | 23 |
| 3.2.5 Medienfinanzierung | 25 |
| 3.2.6 Politischer Parallelismus | 27 |
| 3.2.7 Staatskontrolle über die Medien | 32 |
| 3.2.8 Medienkultur | 34 |
| 3.2.9 Medienorientierung | 37 |
| 3.3 Kurze Vorstellung der Modelle | 39 |
| 4. Politik und Medien in Ostasien | 41 |
| 4.1 Japan | 41 |
| 4.1.1 Überblick: Medien in Japan | 41 |
| 4.1.2 Regierungssystem | 43 |
| 4.1.3 Politische Kultur | 45 |
| 4.1.4 Medienfreiheit | 47 |
| 4.1.5 Medienbesitz | 50 |
| 4.1.6 Medienfinanzierung | 53 |
| 4.1.7 Politischer Parallelismus | 55 |
| 4.1.8 Staatskontrolle über Medien | 60 |
| 4.1.9 Medienkultur | 64 |
| 4.1.10 Medienorientierung | 66 |

| | |
|--|-----|
| 4.2 Südkorea | 69 |
| 4.2.1 Überblick: Medien in Südkorea | 69 |
| 4.2.2 Regierungssystem | 71 |
| 4.2.3 Politische Kultur | 73 |
| 4.2.4 Medienfreiheit | 74 |
| 4.2.5 Medienbesitz | 77 |
| 4.2.6 Medienfinanzierung | 81 |
| 4.2.7 Politischer Parallelismus | 83 |
| 4.2.8 Staatskontrolle über Medien | 87 |
| 4.2.9 Medienkultur | 91 |
| 4.2.10 Medienorientierung | 93 |
| 4.3 Volksrepublik China | 96 |
| 4.3.1 Überblick: Medien in der Volksrepublik China | 96 |
| 4.3.2 Regierungssystem | 100 |
| 4.3.3 Politische Kultur | 102 |
| 4.3.4 Medienfreiheit | 103 |
| 4.3.5 Medienbesitz | 106 |
| 4.3.6 Medienfinanzierung | 111 |
| 4.3.7 Politischer Parallelismus | 115 |
| 4.3.8 Staatskontrolle über Medien | 118 |
| 4.3.9 Medienkultur | 122 |
| 4.3.10 Medienorientierung | 125 |
| 5. Konklusion | 128 |
| Quellenangaben | 138 |
| Anhang | 153 |
| Zusammenfassung (Deutsch) | 153 |
| Abstract (English) | 154 |
| Lebenslauf | 155 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|---|-----|
| Tabelle 1: Der „Erweiterte Vergleichs-Ansatz“ | 17 |
| Tabelle 2: Liberalismus-Modell, Klientel-Modell und Service public-Modell | 39 |
| Tabelle 3: Schock-Modell, Patrioten-Modell und Kommando-Modell | 39 |
| Tabelle 4: Auflagen der weltweit größten Zeitungen | 41 |
| Tabelle 5: Mitglieder und „Außenseiter“ der Presseclubs | 43 |
| Tabelle 6: Japans fünf Mediengruppen | 52 |
| Tabelle 7: Anzahl der Printmedien in Südkorea | 69 |
| Tabelle 8: Besitzverhältnisse der südkoreanischen Tageszeitungen | 78 |
| Tabelle 9: Besitz- und Finanzstruktur der öffentlichen Rundfunkanstalten | 79 |
| Tabelle 10: Die auflagenstärksten Zeitungen Chinas | 97 |
| Tabelle 11: CCTV | 99 |
| Tabelle 12: Die „10 Verbote für die chinesischen Medien“ | 109 |
| Tabelle 13: Einordnung und Gegenüberstellung der Vergleichsländer | 129 |
| Tabelle 14: Japan und das Klientel-Modell | 131 |
| Tabelle 15: Südkorea und das Schock-Modell | 132 |
| Tabelle 16: China und das Patrioten-Modell | 132 |

Abkürzungsverzeichnis

ABC – *Asahi Broadcasting Corporation*

AFAR – *Association for Asia Research*

BBC – *British Broadcasting Corporation*

BTV – *Beijing Television*

CCP – *Chinese Communist Party*

CCTV – *China Central Television (auch CPR, China People's Radio)*

CNR – *China National Radio*

CUC – *Communication University of China*

EBS – *Educational Broadcasting System*

FBC – *Foundation for Broadcast Culture*

FPC – *Foreign Press Center, Japan*

GAPP – *General Administration of Press and Publication*

GNP – *Grand National Party, seit 2012: New Frontier Party*

IHT – *International Herald Tribune*

KBS – *Korea Broadcasting System*

KCC – *Korean Communications Commission*

KOBACO – *Korea Broadcasting Advertising Corporation*

KPCh – *Kommunistische Partei Chinas*

MBC – *Munhwa Broadcasting Corporation*

MIC – *Ministry of Internal Affairs and Communications*

MPT – *Ministry of Posts and Telecommunications*

NFP – *New Frontier Party*

NHK – *Nihon Hoso Kyokai (Japan Broadcasting Corporation)*

NSK – *Nihon Shimbun Kyokai (Japan Newspaper Publishers and Editors Association)*

NTV – *Nihon Television*

LDP – *Liberal Democratic Party*

PD – *Propaganda Department*

PRC – *People's Republic of China*

POSCO – *Pohang Iron and Steel Company*

ROK – *Republic of Korea*

SARFT – *State Administration for Radio, Film and Television*

SBS – *Seoul Broadcasting Systems*

TBS – *Tokyo Broadcasting System*

VRCh – Volksrepublik China

Begriffsbestimmungen

Für Romanisierungen von ostasiatischen Fremdsprachen wurden in vorliegender Arbeit weitgehend die offiziellen Transkriptionen verwendet: *Hanyu Pinyin* für die Romanisierung chinesischer Begriffe, das *Hepburn-System* für die Umschrift aus dem Japanischen sowie die *Revidierte Romanisierung* für die Umschrift der koreanischen Begriffe. In direkten Zitaten wurden die jeweils verwendeten Transkriptionen belassen, ebenso bei Eigennamen von zitierten Autoren.

Eigennamen von Medien, Parteien oder anderen Institutionen wurden entweder in der Originalsprache (entsprechend transkribiert) oder in der gängigen englischsprachigen Übersetzung wiedergegeben; von Fall zu Fall wurde – wenn geläufig – auch die deutsche Übersetzung verwendet.

In der vorliegenden Arbeit sind Angaben zu Personen geschlechtsneutral zu verstehen (zum Beispiel: „Leser“: lies „die Leserin/der Leser“, „Zuseher“: lies „die Zuseherin/der Zuseher“).

1. Einleitung und Fragestellungen

Mediensysteme sind in jedem Land der Welt durch politische, rechtliche, gesellschaftliche und ökonomische Rahmenbedingungen geprägt – unterschiedliche Staaten bringen unterschiedliche Mediensysteme hervor. Mit „*Four Theories of the Press*“ zeigten Siebert, Peterson und Schramm 1956 diesen Zusammenhang erstmals auf – wenn auch anhand eines stark normativen Ansatzes (Blum 2005: 5). Seitdem wird versucht, Mediensysteme unterschiedlicher Staaten und deren Abhängigkeit von den politischen Systemen, in denen sie operieren, in vergleichender Perspektive zu analysieren. Dabei wird immer öfter argumentiert, dass ein solcher Vergleich auf Grund der voranschreitenden Globalisierung nicht mehr sinnvoll ist, da sich Mediensysteme verschiedener Staaten aneinander anpassen und sich zu einem „Weltmediensystem“ entwickeln (Blum 2005: 5). 2001 haben Daniel C. Hallin und Paolo Mancini in „*Comparing Media Systems*“ festgestellt, dass sich besonders die Mediensysteme der westlichen Demokratien regional ähnlich entwickeln. Auf Grund der starken Einbettung von medialen Systemen in ihre gesellschaftliche, wirtschaftliche und vor allem politische Umwelt (vgl. Thomaß 2007: 7) soll dennoch in dieser Arbeit ein auf drei Nationalstaaten Ostasiens basierender Vergleich erfolgen, um den Zusammenhang zwischen Politik und Medien zu betrachten und festzustellen, ob die Mediensysteme der Vergleichsländer trotz unterschiedlicher politischer Systeme regionale Ähnlichkeiten aufweisen.

Im Rahmen vorliegender Masterarbeit soll diesbezüglich zunächst betrachtet werden, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede die Mediensysteme der drei ostasiatischen Staaten Japan, Republik Korea (ROK, im Folgenden Südkorea) und Volksrepublik China (VRCh, im Folgenden auch China) aufweisen; es wird also ein autoritär geprägtes System (Volksrepublik China) mit zwei demokratischen Systemen verglichen, wobei Südkorea als relativ „neue“ Demokratie zu bezeichnen ist und bis 1987 durch autoritäre Regierungssysteme geprägt war (siehe Kapitel 4.1.2, 4.2.2 und 4.3.2). Hierbei wird davon ausgegangen, dass vor allem die politischen Systeme einzelner Staaten die Mediensysteme prägen und in der Region stark voneinander unterscheidbare Mediensysteme entstanden sind. Gleichzeitig soll im Rahmen des vergleichenden Ansatzes auch untersucht werden, welche regionalen Gemeinsamkeiten, bei den drei Vergleichsländern festzustellen sind.

Zu diesem Zweck werden Vergleichskategorien herangezogen, die der Medienwissenschaftler Roger Blum 2005 aufgestellt hat (siehe Kapitel 3.2). Er berücksichtigt sowohl politische, als auch mediale Dimensionen und entwirft sechs Modelle, in die sich alle

Staaten der Erde einordnen lassen sollen (siehe Kapitel 3.2). Ausgehend von den Kategorien Blums soll im Rahmen dieser Masterarbeit auch festgestellt werden, ob sich die Mediensysteme der drei herangezogenen ostasiatischen Länder in diese Modelle einordnen lassen, ob – und wenn ja, welche – Mischformen vorliegen und ob sich bei der Anwendung der einzelnen Dimensionen auf Ostasien generell Probleme ergeben. Um eine zu grobe Zuordnung zu vermeiden, sollen politische, rechtliche und wirtschaftliche Gegebenheiten, die prägend für das Mediensystem sind, genau herausgearbeitet werden – immer in Hinblick darauf, dass letztlich das politische System ausschlaggebend für Entwicklung und Struktur des Mediensystems ist. Deswegen wird davon ausgegangen, dass besonders bei den zwei demokratischen Ländern Japan und Südkorea zahlreiche Gemeinsamkeiten bestehen; die Unterschiede zur Volksrepublik China allerdings größer sein werden. Jedoch ist nicht auszuschließen, dass Ähnlichkeiten und Gemeinsamkeiten auch alle drei Länder übergreifend vorhanden sein können.

2. Material und Methodik

Basierend auf einer umfassenden Literaturanalyse soll in dieser Masterarbeit ein wissenschaftlich-methodischer Vergleich zwischen mehreren Staaten angewendet werden. Nach Kleinsteuber können im Bereich der Medienwissenschaften Phänomene dann verglichen werden, wenn eine „grenzüberschreitende Qualität vorliegt und eine hinreichende Vergleichsbasis gegeben ist“ (Kleinsteuber 2002: 26, in Haas/Jarren). Trotzdem sind Mediensysteme „Produkte nationalstaatlicher Entscheidungen“ (Kleinsteuber 2002: 31, in Haas/Jarren), weswegen als Ausgangspunkt die Mediensysteme innerhalb einzelner Staatsgrenzen betrachtet werden. Bei einem Mehrstaatenvergleich, wie er hier vorliegt, muss notwendigerweise eine Einschränkung auf ausgewählte Vergleichskategorien erfolgen. Diese werden in Kapitel 3.2 vorgestellt und bilden den Ausgangspunkt für eine deduktive Herangehensweise. Beim Vergleich sollen sowohl Gemeinsamkeiten, als auch Unterschiede der Mediensysteme der Vergleichsländer herausgearbeitet werden, es wird also nach Konkordanz und Differenz gesucht. Der Vergleich erfolgt hier vor allem auf einer Makroebene, auf der sich „Gruppen, Strukturen, Systeme, Prozesse und Interaktionen“ analysieren lassen (Thomaß 2007: 30).

Die Betonung soll, da es sich um einen regionalen Vergleich handelt, sofern als möglich auf den Gemeinsamkeiten liegen; gerade bei den politischen Dimensionen wird allerdings die Differenz überwiegen.

Eine Form des Vergleichs stellt die Gegenüberstellung statistischer Daten dar. Darauf soll in dieser Arbeit aber weitgehend verzichtet werden, da von Staaten erhobene Daten oft politische und wirtschaftliche Interessen darstellen und deshalb mit „Vorsicht zu genießen“ sind (Kleinsteuber 2002: 29, in Haas/Jarren). Stattdessen wird, wie bereits erwähnt, mit Hilfe einer Literaturanalyse gearbeitet. Dazu wird vor allem auf deutsch- und englischsprachige Lehrbücher sowie länder- und fachspezifische Monografien zurückgegriffen, ergänzt durch Papers und Artikel aus Fachzeitschriften.

3. Theoretischer Rahmen

3.1 Definitionen: System – Medien – Mediensystem

Der zentrale Begriff in vorliegender Arbeit ist „Mediensystem“. Um feststellen zu können, worum es sich dabei handelt, müssen zunächst die Begriffe „System“ und „Medien“ definiert werden.

System:

Nach Barbara Thomaß (2007: 13) ist ein System

„(...) nichts anderes, als ein aus grundlegenden Einzelementen zusammengestelltes Ganzes, wobei die Einzelemente in bestimmten Beziehungen zueinander stehen. (...) Systeme sind also aus Teilen (Systemkomponenten oder Subsystemen) zusammengesetzt, die untereinander in verschiedenen Beziehungen stehen können. Systemteile, die nicht weiter zerlegbar sind oder zerlegt werden sollen, werden als Systemelemente bezeichnet. Die Teile eines Systems, die Relation und Struktur dieser Teile, seine Identität und die Grenzziehung des Systems sind also für die Analyse von Systemen von Interesse.“

Subsysteme lassen sich in kleinere Subsysteme unterteilen und sind gleichermaßen Bestandteil größerer Subsysteme (Thomaß 2007: 13). Nach Thomaß ist auch ein Mediensystem „als etwas Zusammengesetztes mit komplexen Strukturen und Entwicklungslogiken“ zu bezeichnen (Thomaß 2007: 15). Alle sozialen Systeme, so auch Mediensysteme, sind nach dieser Definition „Interaktionsmuster“, die räumlich und zeitlich festgelegt und empirisch erfass- und analysierbar sind (Jarren 2001: 146, zitiert nach Thomaß 2007: 15). Dieser hier von Thomaß verwendete pragmatische Systembegriff lehnt sich an die Systemtheorie nach Talcott Parsons und Niklas Luhmann an, entspricht ihr aber nicht in allen Bereichen: übernommen wurden daraus nur die zentralen Punkte, die Struktur und Organisation von Systemen beschreiben (Thomaß 2007: 15).

Medien:

Einer Definition von Gerd Strohmeier (2004: 25) zufolge lassen sich Medien „grundsätzlich als Mittler von Informationen bzw. als Träger von Kommunikation verstehen.“ Allerdings kann man Medien nach Strohmeier (2004: 26) nicht auf ihr „kommunikationstechnisches Potential“ reduzieren. Sie sind nicht nur ein technisches Mittel zur Verbreitung von Inhalten, sondern entfalten als solches auch immer „soziale Wirkung“ (Strohmeier 2004: 26). Je nach Anzahl der Informations- bzw. Kommunikationsempfänger lassen sich Medien in zwei

Gruppen unterteilen: „Medien der Individualkommunikation“ (z.B. Telefon) und „Medien der Massenkommunikation“ (etwa Zeitung und Rundfunk) (Strohmeier 2004: 26). In dieser Masterarbeit werden ausschließlich die Medien der zweiten Gruppe zur Analyse herangezogen. Nach Strohmeier (2004: 27) sind Massenmedien als Träger der Massenkommunikation „jene Medien, die Information dauerhaft (über eine Vielzahl an Themen) an ein großes, unabgeschlossenes und disperses Publikum verbreiten“. Dazu zählen als „klassische“ Massenmedien einerseits Printmedien, andererseits Rundfunk-Medien (Fernsehen und Radio) (Strohmeier 2004: 27). Als weiteres Massenmedium kann man das Internet bezeichnen, allerdings nicht problemlos: Einerseits wird es nicht, wie die klassischen Massenmedien, von einem Großteil der Bevölkerung genutzt; andererseits ist es nicht ausschließlich ein „Medium der Massenkommunikation“, sondern ermöglicht auch Formen der Individualkommunikation (Strohmeier 2004: 46).

Im Rahmen dieser Arbeit wird deshalb der Schwerpunkt auf Printmedien (insbesondere Zeitungen und Nachrichtenmagazine) und Rundfunk (vor allem Fernsehen, aber auch Radio) liegen.

Mediensystem:

Systeme, so auch das Mediensystem, setzen sich aus Subsystemen zusammen. Printmedien, Radio und Fernsehen sind also Elemente (und gleichzeitig Systeme an sich), aus denen das Mediensystem besteht. Gleichzeitig ist auch ein Mediensystem als Ganzes ein Subsystem des sozialen Systems „Gesellschaft“. Da es Leistungen für das Funktionieren einer Gesellschaft erfüllt, kann man es als „Funktionssystem“ bezeichnen (Thomaß 2007: 13). Medien der Individualkommunikation sind hierbei nicht relevant; denn vor allem Medien der Massenkommunikation sind prägend für „soziale und politische Strukturen“ (Thomaß 2007: 17).

Wie bereits erwähnt, sind Mediensysteme empirisch analysierbar. Dabei sind nach Thomaß (2007: 19) folgende Punkte relevant:

- „die ökonomischen, politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen“
- „die technische Basis“
- „die Organisation des Mediensystems und Strukturen im Mediensystem samt seiner Organisation“
- „die Wirkungen dieser Elemente auf Leistungen der Medien und des Mediensystems“.

In dieser Arbeit werden vor allem der erste und der dritte Punkt anhand der im nächsten Kapitel vorgestellten Vergleichsdimensionen betrachtet.

3.2 Vergleichsdimensionen

Seit den 1950er Jahren wird versucht, den Zusammenhang zwischen politischen Systemen und Mediensystemen in Form von Modellen darzustellen (Blum 2005: 5). Fred S. Siebert, Theodore Peterson und Wilbur Schramm entwickelten erstmals Modelle für vier verschiedene Mediensysteme: Sie unterschieden autoritäre, liberale, sozialverantwortliche und sowjetkommunistische Systeme (Siebert/Peterson/Schramm 1956; vgl. auch Blum 2005: 5) und erklärten, dass sich Mediensysteme durch ihr „Verhältnis zum politischen System, durch die Art der Kontrolle der Medien und durch die Besitzverhältnisse“ voneinander unterscheiden (Blum 2005: 5). Verglichen wurden auch Funktionen, wirtschaftliche Grundlagen und „journalistische Rollenkonzepte“ (Weischenberg 1992: 86). Siegfried Weischenberg nannte diesen Ansatz später „Normativer-Divergenz-Ansatz“ (Weischenberg 1992: 86). Kritik an diesem Ansatz bezieht sich vor allem darauf, dass er stark normativ und von „westlich-pluralistischen Standards geprägt ist“ (Weischenberg 1992: 86). In den 1980er Jahren entstanden weitere Modelle zum internationalen Vergleich von Mediensystemen, die etwa Systeme der westlichen, der kommunistischen und der dritten Welt gegenüberstellen (so etwa das Modell von John Martin und Anju Grover Chaudhary 1983), aber heute als „zu schematisch“ gelten (Blum 2005: 5). Blumler und Gurevitch entwickelten 1975 und 1995 erstmals Vergleichskriterien, die Elemente des politischen Systems und solche des Mediensystems miteinander verbinden, um die Beziehung zwischen Medien und Politik messbar zu machen (Blumer/Gurevitch 1995; vgl. Blum 2005: 6)

Auch Daniel C. Hallin und Paolo Mancini kombinieren 2004 in „*Comparing Media Systems*“ politische und mediale Kriterien, um so einen Ansatz zum Vergleich der Mediensysteme in westlichen Demokratien zu erstellen. So entwickeln sie drei regionale Modelle, nämlich das mediterrane oder polarisiert-pluralistische Modell, das nord- und zentraleuropäische oder demokratisch-korporatistische Modell und das nordatlantische oder liberale Modell (Hallin/Mancini 2004: 67ff., Blum 2005: 6). Sie zeigen auf, dass sich Mediensysteme regional oft ähnlich entwickeln, „weil sie auf verwandten Mentalitäten und Kulturen basieren und sich gegenseitig beeinflussen“ (Blum 2005: 6). Da ihr Konzept für westliche demokratische Systeme bestimmt ist, kann man es jedoch nicht problemlos auf andere Weltregionen übertragen.

Dieses Problem wurde 2005 von dem Medienwissenschaftler Roger Blum gelöst. Deshalb bildet den theoretischen Rahmen dieser Arbeit seine Makrotheorie zum Vergleich von Mediensystemen. In diesem „Erweiterten Vergleichs-Ansatz“ zur Klassifizierung von

internationalen Mediensystemen werden Kriterien, die das politische System beschreiben (wie auch schon bei Blumler/Gurevitch und Hallin/Mancini) mit solchen kombiniert, die Bezug auf Mediensystem und Medienkultur nehmen, um so einerseits einen Zusammenhang zwischen politischem und medialem System herzustellen, andererseits einen internationalen Vergleich zu ermöglichen. Dabei fügt Blum Dimensionen, die Daniel C. Hallin und Paolo Mancini in „*Comparing Media Systems*“ 2004 zur Klassifizierung der Mediensysteme westlicher Demokratien aufgestellt haben, mit solchen zusammen, die 2001 an der Universität Bern in einem Versuch, alle Mediensysteme der Welt in einem Modell dazustellen, entstanden sind (Blum 2005: 8f.). Daraus ergibt sich folgende Tabelle, anhand derer im Lauf der Arbeit die Mediensysteme Ostasiens klassifiziert werden sollen:

Tabelle 1: Der „Erweiterte Vergleichs-Ansatz“

| Dimension | A: liberale Linie | B: mittlere Linie | C: regulierte Linie |
|--|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1 Regierungssystem | Demokratisch | Autoritär | Totalitär |
| 2 Politische Kultur | Polarisiert | Ambivalent | Konkordant |
| 3 Medienfreiheit | Zensurverbot | Fallweise Zensur | Permanente Zensur |
| 4 Medienbesitz | Privat | Privat und Öffentlich | Öffentlich |
| 5 Medienfinanzierung | Durch Markt | Markt und Staat | Durch Staat |
| 6 Politischer Parallelismus | Schwach | Mittel | Stark |
| 7 Staatskontrolle über die Medien | Schwach | Mittel | Stark |
| 8 Medienkultur | Investigativ | Ambivalent | Konkordant |
| 9 Medienorientierung | Kommerziell | Divergent | Service-Public |

Quelle: Blum 2005: 9

Um Gemeinsamkeiten und Unterschiede genauer ausarbeiten zu können, werden im Folgenden die einzelnen Dimensionen genauer analysiert; insofern werden die Vergleichskriterien als Basis für eine genauere Analyse betrachtet. Ein Schwerpunkt wird dabei auf die medialen Dimensionen gelegt. Dabei wird sich herausstellen, dass die einzelnen Kategorien oft nicht klar voneinander trennbar sind und sich zum Teil überschneiden. Probleme können sich auch dadurch ergeben, dass einzelne Kategorien, die von Hallin und

Mancini stammen, ursprünglich nur für westliche Demokratien entwickelt und verwendet wurden.

Dennoch soll ein Gesamtbild entstehen, das es erlaubt, die Mediensysteme Ostasiens und ihre Abhängigkeit vom politischen System zu analysieren.

3.2.1 Regierungssystem

Um einen Zusammenhang zwischen politischem und medialem System herstellen zu können, muss zunächst betrachtet werden, mit welchen Regierungssystemen man es in den Vergleichsländern zu tun hat. Blum unterscheidet hier drei grobe Linien: demokratische Systeme, autoritäre Systeme und totalitäre Systeme. Im folgenden sollen Kriterien vorgestellt werden, die zur Klassifizierung dieser drei Systeme dienen. Da in vorliegender Arbeit der Schwerpunkt auf jene Aspekte gelegt wird, die sich komplett auf Medien beziehen oder einen direkten Zusammenhang zwischen Politik und Medien herstellen, wird auf eine genauere Unterscheidung (etwa in Mehrheits- und Konsensdemokratie, verschiedene Spielformen des Totalitarismus) verzichtet. Stattdessen wird notwendigerweise mit Idealformen gearbeitet, da andernfalls der Rahmen dieser Arbeit gesprengt würde. Auf Unterschiede zwischen Vergleichsländern, die zwar wegen der stark vereinfachten Klassifizierung in die gleiche Linie fallen, aber in wesentlichen Punkten voneinander abweichen, wird gegebenenfalls im analytischen Teil (Kapitel 4) eingegangen.

In der einschlägigen Literatur sind zahlreiche Definitionen und Kriterien zur Klassifizierung politischer Systeme zu finden. In dieser Arbeit wird hierfür unter anderem auf einige der Kriterien zurückgegriffen, die Martin Ritter in „Medien und Demokratisierung in Kambodscha“ verwendet. Dabei kombiniert er Aspekte aus politikwissenschaftlicher Literatur und stellt sie idealtypisch und stark vereinfacht dar. In Umfang und Inhalt sind die sich daraus ergebenden Punkte gut auf diese Arbeit anwendbar.

Politische Systeme, nach Ritter (2008: 26) definiert als „Summe aus Institutionen, Akteuren und Prozessen, die zielgerichtete politische Entscheidungen hervorbringen“, kann man zunächst in Demokratien und Diktaturen trennen (Ritter 2008: 26).

Für die Definition eines demokratischen Systems (im Gegensatz zu diktatorischen Systemen) verwendet Ritter unter anderem Kriterien, die Dahl 1971 für sein Modell der „Polyarchie“ aufgestellt hat und die oftmals der Wirklichkeit in demokratischen Systemen entsprechen (Ritter 2008: 33). Demnach müssen in einer Demokratie vor allem folgende acht Aspekte Geltung haben (Auflistung nach Ritter 2008: 33):

- „Freie und faire Wahlen“

- „Aktives Wahlrecht (Recht zu wählen)“
- „Passives Wahlrecht (Recht gewählt zu werden)“
- „Politische Konkurrenz“
- „Institutionelle Absicherung“¹
- „Assoziations- und Koalitionsfreiheit“
- „Recht auf freie Meinungsäußerung“
- „Informationsfreiheit“

Diese Aspekte sind in diktatorischen Systemen nicht gegeben. Es gibt keine freien und allgemeinen Wahlen, sondern vielmehr nur einen Herrscher oder eine Partei (Pfahl-Traugherber 2007: 227; zitiert nach Ritter 2008: 28), anstelle von politischen Konkurrenten in Form von Regierungs- und Oppositionsparteien. Daraus ergibt sich auch das Fehlen von Gewaltenteilung: „Unabhängige Gerichte, Grundrechte und Rechtssprechung sind von der Regierungsseite her verhandelbar“ (Ritter 2008: 27).

Wie im Modell Roger Blums vorgegeben, soll auch hier eine Unterscheidung von Diktaturen in autoritäre und totalitäre Systeme erfolgen.

Zusammengefasst kann man diktatorische Systeme in Anlehnung an die oben erwähnten Kriterien folgendermaßen definieren:

„In einer (modernen) Diktatur versucht eine Person, eine Gruppe oder eine Partei in hohem Maße Macht in ihrem Sinne zu institutionalisieren. Dabei kommt es zu einer Aufhebung der Gewaltenteilung im Staat, die sich insbesondere am Verlust der unabhängigen Gerichtsbarkeit zeigt. Diktaturen ermöglichen keine verregelte Ablösung ihrer Herrschaft durch ein friedliches Verfahren (wie etwa Wahlen) und heben die Kontrolle ihrer institutionalisierten Macht durch die Einschränkung der Grundrechte, der Opposition und des Pluralismus auf. Die Absicherung der Herrschaft erfolgt durch Repression und Unterdrückung, die durch Geheimdienste, Militär und Polizei latent bis manifest ausgeübt werden. Außerdem postulieren solche Systeme die politische Homogenität der Gesellschaft und die Identität von Regierenden und Regierten.“ (Pfahl-Traugherber 2007: 227; zitiert nach Ritter 2008: 28).

Ein totalitäres System stellt „eine extreme Form der Diktatur“ dar (Ritter 2008: 28). Claudia Derichs und Thomas Heberer finden in „Einführung in die politischen Systeme Ostasiens“ (2008: 3) eine Definition für autoritäre Systeme, die zugleich eine Unterscheidung von totalitären Systemen ermöglicht:

¹ Mit „Institutionelle Absicherung“ ist nach Ritter (2008: 33) die Gewaltenteilung gemeint, also die Unabhängigkeit von Legislative, Judikative und Exekutive.

„Im Interesse notwendiger Differenzierung wurde die Unterscheidung zwischen totalitären und autoritären Regimen eingeführt. Systeme mit kollektiver politischer Führung, mit einem begrenzten politischen Pluralismus, in denen eine exklusive Ideologie keine zentrale Rolle spielt, keine extensive politische Mobilisierung der Bevölkerung stattfindet und ein Mindestmaß an politischer Partizipation herrscht, galten damit als autoritär und nicht als totalitär. In autoritären Systemen ist Willkür eingegrenzt, der Einzelne besitzt, unter der Voraussetzung, dass er sich nicht gegen das System auflehnt, ökonomisch und sozial weitgehende Entscheidungsfreiheit. Unterschiedliche soziale Gruppen, Interessen und Organisationen werden akzeptiert, solange diese sich in das bestehende System einfügen und keine Unabhängigkeit vom Machtsystem fordern oder beanspruchen.“ (Derichs/Heberer 2008: 3).

Die hier dargestellten Kriterien werden ab Kapitel 4 auf die Vergleichsländer Ostasiens angewendet.

3.2.2 Politische Kultur

Politische Kultur ist eine Dimension, die Hallin und Mancini 2004 in „*Comparing Media Systems*“ zum Vergleich der Mediensysteme in westlichen Demokratien verwendet haben. Roger Blum hat sie ein Jahr später für seinen „Erweiterten Vergleichs-Ansatz“ übernommen. Unterschiede in der politischen Kultur verschiedener Länder haben Auswirkungen auf das Mediensystem, wirken sich auch in diesem als Unterschiede aus (Blum 2005: 9).

Blum, Meier und Gysin haben deswegen 2006 in „Wes Land ich bin, des Lied ich sing?“ den Zusammenhang zwischen Medien und politischer Kultur herausgearbeitet. Darin definiert Blum politische Kultur als „System von gesellschaftlichen Normen und Überzeugungen“ (Blum 2006: 11, in Blum/Meier/Gysin), als „ein von einem Kollektiv gemeinsam genutzter Code des Politischen“ (Blum 2006: 17, in Blum/Meier/Gysin). Er verweist auf den engen Zusammenhang zwischen politischer Kultur und Medienkultur: „Die politische Kultur gibt einen Rahmen vor, an den sich auch die Medien halten“ (Blum 2006: 18, in Blum/Meier/Gysin). Von Fall zu Fall wenden sich Medien allerdings auch gegen die politische Kultur, hinterfragen und kritisieren, arbeiten investigativ (Blum 2006: 19, in Blum/Meier/Gysin; siehe auch Kapitel 3.2.8).

Werner Seitz weist darauf hin, dass es bis dato keine einheitliche Definition für das Konzept der politischen Kultur gibt (Seitz 2006: 51, in Blum/Meier/Gysin). Eine mögliche Definition bringt Winfried Schulz ins Spiel:

„Die politische Kultur ist (...) eine nicht direkt beobachtbare, eine ‚psychologische‘ Dimension. Die politische Kultur eines Systems ist das spezifische Muster individueller Einstellungen und Orientierungen der Systemmitglieder gegenüber Politik. Sie besteht aus mehreren Komponenten: (1) aus politischen Kenntnissen und

Überzeugungen, (2) aus der affektiven Beziehung zu politischen Akteuren, also z.B. Parteien oder Politikern, und (3) aus Urteilen und Meinungen.“ (Schulz 2011: 45)

Nach Blums Modell kann die politische Kultur eines Landes polarisiert oder konkordant sein. Ist keine dieser Linien stark ausgeprägt, kann man von ambivalenter politischer Kultur sprechen (Blum 2005: 9). Hallin und Mancini unterscheiden diesbezüglich zwischen „moderatem“ und „polarisiertem Pluralismus“ (Hallin/Mancini 2004: 59ff.):

Steht in einem System der polarisierte Pluralismus im Vordergrund, drückt sich das in geringem Konsens, der Infragestellung der Legitimität des politischen Systems und ideologischen Unterschieden aus; oft existieren in einem solchen System starke Anti-System-Parteien (Hallin/Mancini 2004: 59f.). Häufig kommt es zu politischen Konflikten, die Regimewechsel mit sich bringen (Hallin/Mancini 2004: 61). In politischen Systemen, in denen polarisierter Pluralismus stark ist, ist häufig auch die politische Kultur der polarisierten Linie zuzuordnen.

In Systemen, in denen moderater bzw. schwach ausgeprägter Pluralismus vorherrscht, kann man eher Tendenzen hin zu einem gemeinsamen Zentrum beobachten. Die ideologischen Unterschiede zwischen einzelnen politischen Akteuren sind schwach ausgeprägt, die grundlegende politische Ordnung wird größtenteils akzeptiert (Hallin/Mancini 2004: 60). In solchen Systemen tendiert die politische Kultur zu Konkordanz.

3.2.3 Medienfreiheit

Unter Medienfreiheit ist nach McQuail (1986: 642, zitiert nach Weischenberg 1992: 271) die Abwesenheit von Einflüssen von Staat, Regierung und Interessensgruppen, sowie die Freiheit innerhalb der Medienorganisation zu verstehen. Häufig wird anstelle von „Medienfreiheit“ der Begriff „Pressefreiheit“ verwendet – dieser bezieht sich jedoch nicht ausschließlich auf Printmedien, sondern schließt Fernsehen und Radio ebenso ein, deckt „den Gesamtbereich institutionalisierter Kommunikation (Medienkommunikation)“ ab (Weischenberg 1992: 123f.). Damit ist eine klare Unterscheidung zwischen Medienfreiheit einerseits und Informations- und Meinungsfreiheit andererseits gegeben: Letztere betonen individuelle Aspekte, also das Recht des Einzelnen, seine Meinung kundzutun bzw. Informationen zu erhalten (Pürer 2003: 408).

Verschiedenste Staaten bezeichnen die Medien in ihrem System als „frei“. Da mit dem Begriff aber unterschiedlichste „gesellschaftliche Wertvorstellungen“ verbunden sind, hat er nicht überall die gleiche Bedeutung (Weischenberg 1992: 102). „Alle Mediensysteme beruhen

auf dem Glauben an die Pressefreiheit; sie wird jedoch auf unterschiedliche Weise definiert (Altschull 1984; zitiert nach Weischenberg 1992: 103).

Dennoch stehen zur Analyse des Grades der Pressefreiheit zahlreiche Indikatoren zur Verfügung. So haben Lee B. Becker, Tudor Vlad und Nancy Nusser 2007 mit „*An Evaluation of Press Freedom Indicators*“ 20 Fragen entwickelt, an Hand derer man die Pressefreiheit verschiedenster Systeme in drei verschiedenen Kategorien (Gesetz und Administration, politische Einflüsse, wirtschaftlicher Druck) messen kann (Becker/Vlad/Nusser 2007: 19f.). Dieses breit gefächerte Maß an Indikatoren wird in Blums Kategorie „Medienfreiheit“ stark eingeschränkt: er bezieht sich hier ausschließlich auf den Grad an Zensur. So kann Zensur in einem Mediensystem verboten sein, es kann zu gelegentlicher oder permanenter Zensur kommen (Blum 2005: 8). Auch in vorliegender Masterarbeit wird in diesem Kapitel der Teilbereich „Zensur“ betrachtet.

Zunächst kann man zwischen Vor- und Nachzensur unterscheiden, wobei mit „Zensur“ als Eingriff in mediale Inhalte vor allem die Vorzensur gemeint ist. Darunter versteht ist nach Weischenberg (1992: 126) eine „Präventivmaßnahme“ zu verstehen: Unerwünschte Inhalte können zensiert und damit schon vor dem Erscheinen verhindert werden. Vor Veröffentlichung werden Medieninhalte von dafür zuständigen Organen kontrolliert, sind unerwünschte Teile enthalten, können diese gestrichen oder die Veröffentlichung gänzlich verboten werden – publiziert werden darf nur, was vorab genehmigt wurde (Tönnies o.J., unter: <http://www.ruhr-uni-bochum.de/komparatistik/basislexikon/texte/zensur/text.html>). Kommt es hingegen zu Nachzensur, werden „bereits begangene Presseverbrechen und – vergehen“ nachträglich bestraft (Weischenberg 1992: 126). Nachzensur kommt auch in demokratischen Systemen zum Einsatz, in denen Formen der Vorzensur verboten sind, etwa wenn veröffentlichte Medieninhalte die Rechte einer Person verletzen (vgl. Strohmeier 2004: 326f.) Oft sind es politische Autoritäten selbst, die Kontrolle über die Medien ausüben (Blumler/Gurevitch 1995: 64). In einigen Systemen werden zur Überwachung der Medien eigene Kontrollorgane eingerichtet, die sozusagen zwischen Politik und Medien geschaltet sind (Blumler/Gurevitch 1995: 64). Als solche können beispielsweise Medienräte fungieren (Weischenberg 1992: 135), außerdem Hörer- und Zuschauervertretungen (Pürer 2003: 85) oder regulative Agenturen (Blumler/Gurevitch 1995: 64). Auch Vorstände und Aufsichtsräte von privat organisierten Medien können die Möglichkeit haben, Einfluss und Kontrolle auszuüben (Pürer 2003: 84). Gleichermaßen können Journalisten, die um ihre eingeschränkten Berichterstattungs-Möglichkeiten wissen, freiwillige Selbstzensur ausüben, um mögliche Strafen und Formen der Nachzensur zu vermeiden (Thorgeirsdottir 2004: 384). Dabei richten

sich Medienschaffende häufig nach Pressekodizes (Pürer 2003: 144), die bestimmte Richtlinien (und damit eine sehr stark abgeschwächte Form der Vorzensur) vorgeben. Pürer weist darauf hin, dass sich Maßnahmen der Vor- und Nachzensur in streng totalitären Systemen, in denen es umfangreiche, sehr detaillierte und strikt einzuhaltende Anweisungen und Regelungen für Medien und Journalisten gibt, oftmals erübrigen (Pürer 2003: 421).

Nach Delhaes (2002: 49) gibt es noch zahlreiche weitere Maßnahmen, mit denen Zensur zum Einsatz gebracht werden kann. Dazu zählen:

- „Schaffung von Zensurkommissionen“
- „Verzeichnisse verbotener Bücher“
- „Impressumpflicht zur Identifikation von Druckwerken“
- „Beschränkungen für Berufszulassungen“
- „Berufsverbote“
- „Untersagung bestimmter Inhalte und Aussageformen“
- „Beförderungs-, Verkaufs- und Erwerbsverbote von Druckwerken“
- „Beschränkungen der Erscheinungshäufigkeit periodischer Druckwerke“
- „Zeitungssteuern, Kautionszwang, erhöhte Beförderungsgebühren“
- „Lizenzen“

Ziel von Zensur, hier verstanden als Vorzensur, ist meist die Vermeidung der Tatsache, dass Medien in einer Form Einfluss auf die Bevölkerung nehmen, die zu einer Minimierung der Macht und Autorität öffentlicher Institutionen führen und damit die „Durchsetzbarkeit ihrer Ideologie“ mindern könnte (Delhaes 2002: 49).

Zur Einordnung der Vergleichsländer in Blums Modell wird der Schwerpunkt in Bezug auf die Kategorie Medienfreiheit im analytischen Teil auf Formen der Vorzensur liegen, ergänzt durch Aspekte, die Delhaes eingebracht hat.

3.2.4 Medienbesitz

Nach Blum können einzelne Medieninstitutionen im Besitz von privater oder öffentlicher Hand sein – innerhalb eines Mediensystems können auch Mischformen vorliegen.

Im Bereich Medienbesitz unterscheidet Pürer (2003: 228) zunächst zwischen zwei verschiedenen Organisationsformen: privatwirtschaftliche Medien und öffentlich-rechtliche Medien. Blattlinie oder Programmausrichtung werden bei ersterer Form vom privaten Besitzer des Mediums festgelegt, Aufsichtsräte, Vorstände oder Präsidenten sind wie bei anderen privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen für die Kontrolle zuständig (Pürer 2003: 228), private Medien „agieren und funktionieren wie andere kommerziell geführte

Unternehmen“ (Pürer 2003: 415). Kepplinger (1994: 119, zitiert nach Pürer 2003: 415) definiert „privatwirtschaftlich organisierte Medien“ folgendermaßen:

„Beim *wirtschaftlichen Konkurrenzmodell* bieten private Unternehmer Informationen, Meinungen, Unterhaltung zum Kauf an. Der Käufer (Leser, Hörer oder Zuschauer – Erg. H.P.) entscheidet mit seiner Kaufentscheidung über den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmers und regelt so über die Nachfrage das Angebot. Das Angebot kann, weil es sich an der Nachfrage orientieren muss, als Spiegel der Interessen, Meinungen und Einstellungen in der Bevölkerung betrachtet werden.“

Öffentlich-rechtliche Medien sind im Gegensatz dazu „vom Staat konstituiert, nicht jedoch staatlich kontrolliert“ (Pürer 2003: 229). Kontrolliert werden sie auch nicht von Vorständen oder Aufsichtsräten, sondern von Medienräten, die sich aus „gesellschaftlich relevanten Gruppen“ (Parteien, Organisationen) zusammensetzen (Pürer 2003: 229). Dadurch entsteht politischer Einfluss, dennoch sind öffentlich-rechtliche Medien (diese Organisationsform kommt vor allem beim Rundfunk vor) nicht staatlich (Pürer 2003: 417).

Drittens gibt es noch staatliche Medien, wobei sich vor allem der staatliche Rundfunk in Demokratien nach Pürer (2003: 419) durch folgende Charakteristika auszeichnet:

- vom Staat konstituiert
- Finanzierung erfolgt „ganz oder teilweise aus öffentlichen Geldern“
- Kontrolle durch „parlamentarisch-pluralistisch zusammengesetzte Aufsichtsorgane“
- Funktionsträger werden durch die Regierung oder ein zuständiges Ministerium bestellt
- Kontrolle ähnelt dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk
- „Regierungsnähe“ lässt sich bei politischen Nachrichten erkennen

In Diktaturen zeichnen sich staatliche Medien hingegen durch folgende Merkmale aus (Auflistung nach Pürer 2003: 420f.):

- Einbindung in das „Prinzip der Gewaltenkonzentration“, Abhängigkeit von „Exekutivorganen“
- Medien als „Führungs- und Kampfinstrumente“
- „nach innen Steuerungsfunktion, nach außen Repräsentationsaufgaben“
- zentrale Lenkung von Nachrichten: Presseanweisungen (Vorgaben bezüglich Inhalt, Sprache, Aufmachung, Platzierung, Illustration und Gestaltung der Beiträge) seitens Regierung, Partei und staatlichen Nachrichtenagenturen an die Medien

- staatliche Regelung der Journalistenausbildung und des Berufszuganges, Medienschaffende „sind der Regierung oder Partei gegenüber verpflichtet“
- Medienunternehmen „unterliegen der staatlichen Lizenzpflicht“ sowie einer „Kontingentierung von Papier-, Satz- und Druckkapazitäten“
- häufig hat die staatliche Post das „Beförderungsmonopol für Printmedien“
- zum Teil werden „Veränderungen der gesellschaftlichen Verhältnisse“ verfolgt
- direkte oder indirekte finanzielle Unterstützung durch den Staat, billige Abonnement- und Rundfunkgebühren, um breiten Zugang zu ermöglichen

In Kapitel 4.1.4 wird betrachtet, in welchem Verhältnis private, öffentlich-rechtliche und staatliche Unternehmen in den Vergleichsländern vorhanden sind, um anschließend eine Zuordnung in Blums Modell vorzunehmen, wobei öffentlich-rechtliche und staatliche Medienunternehmen hier in eine gemeinsame Linie („öffentlich“) einzuordnen sind.

3.2.5 Medienfinanzierung

Die Medienfinanzierung kann nach Blum durch Markt oder Staat erfolgen. Auch hier können Mischformen vorliegen, wenn Gelder aus beiden Bereichen in die Medien fließen (Blum 2005: 8). Unter Marktfinanzierung versteht man die Finanzierung durch das Publikum einerseits, Werbung andererseits. Staatliche Finanzierung kann aus dem Staatsbudget erfolgen, aber auch Rundfunkgebühren fallen in diese Kategorie. Hier ergeben sich für Presse und Rundfunk unterschiedliche Möglichkeiten der Finanzierung, die im Folgenden kurz vorgestellt werden sollen:

- Presse

Durch den Markt finanzierte Presseerzeugnisse erwirtschaften ihre Einnahmen auf zwei Märkten: dem Publikumsmarkt und dem Werbemarkt (Pürer 2003: 228). Eine Ausnahme bilden Gratiszeitungen, die sich ausschließlich über den Anzeigenmarkt finanzieren (Pürer 2003: 228, Behmer 2007: 97, in Thomaß). Ansonsten sind Einnahmequellen Verkaufs- bzw. Vertriebs- und Anzeigenerlöse (Behmer 2007: 97f., in Thomaß). Letztere spielen für gewöhnlich eine wichtigere Rolle:

„Zeitungsleser bringen Geld als potentielle Kunden der Werbetreibenden; was sie als Abonnenten oder als Käufer am Kiosk bezahlen, ist im Vergleich dazu nicht der Rede wert.“ (Weischenberg 1992: 241).

Je größer die Leserschaft, umso höher sind Auflage und Reichweite – damit steigen auch die Preise, die Werbekunden für Anzeigen bezahlen müssen, weswegen sich rein durch den Markt finanzierte Presseunternehmen häufig am „Massengeschmack“ orientieren (Pürer 2003: 229).

Zusätzlich zu diesen Formen der Marktfinanzierung gibt es in vielen Ländern auch staatliche Presseförderungen, mit Hilfe derer die Presse direkt (durch direkte Finanzhilfen) (Behmer 2007: 98, in Thomaß) oder indirekt (etwa durch Steuervorteile, Ermäßigungen bei Postvertrieb oder Telefongebühren) unterstützt wird (Weischenberg 1992: 256). Eine weitere Form der Mischfinanzierung durch Markt und Staat liegt vor, wenn etwa Zeitungen, die eine niedrige Auflage haben und nur einen geringen Teil ihrer Einnahmen aus Anzeigen erwirtschaften, Subventionen vom Staat erhalten (Weischenberg 1992: 256).

Wird die Presse hingegen fast ausschließlich aus dem Staatsbudget finanziert, spielt also Publikums- und Werbemarkt eine stark untergeordnete bzw. gar keine Rolle, kann man von staatlicher Finanzierung sprechen.

- Rundfunk

Radio und Fernsehen können sich ebenso wie die Presse über Werbung und Publikum finanzieren. Bei letzterem geht es hier allerdings nicht um Verkaufserlöse, sondern um verschiedene Formen von Gebühren (Pürer 2003: 85). Diese können auf freiwilliger Basis von Zuhörern bzw. Zusehern bezahlt werden (so etwa bei *Pay-TV*) (Pürer 2003: 228) oder es werden Zwangsgebühren erhoben, die jeder entrichten muss, der Empfangsgeräte für Fernsehen oder Radio besitzt. So finanzieren sich etwa öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten aus Entgelten der Kunden einerseits, aus Werbung andererseits (Pürer 2003: 229). Rundfunk lässt sich nach Pürer allgemein aus folgenden Quellen finanzieren (Auflistung nach Pürer 2003: 286f.):

- „Aus Pflicht- und Zwangsabgaben zu Gunsten des öffentlich-rechtlichen, gemeinwohlverpflichteten und gemeinwirtschaftlichen Rundfunks in Form von Gebühren, Beiträgen und Entgelten“
- Aus dem Staatsbudget bzw. Steuergeldern
- Aus Abgaben, die Zuseher oder Zuhörer freiwillig entrichten, etwa bei Abonnement einzelner Kanäle (z.B. *Pay-TV*)

- Aus Zahlungen, welche die Wirtschaft für Werbung tätigt. Dazu zählen „Spotwerbung“, „Sponsoring“², „Bartering“³ und „Product Placement“⁴.
- „Aus der Verwertung von Programmen und Senderechten in Form von Programmverkäufen, Lizenzierung (Überlassung oder Abtretung von Senderechten) sowie Merchandising (Verkauf von Rechten aus den Programmen eines Programmveranstalters an einen anderen) gegen entsprechendes Entgelt“
- Finanzierung vor allem kleinerer Rundfunkanstalten aus „Spenden, Mitgliedsbeiträgen oder Stiftungen“

Liegt eine ausschließliche Finanzierung aus Punkt eins und zwei vor, ist der Rundfunk staatlich finanziert. Bei einer Finanzierung aus Punkt drei bis sechs kann man von Finanzierung durch den Markt sprechen. Liegt eine Mischform vor, folgt das Mediensystem in dieser Kategorie der Linie B.

3.2.6 Politischer Parallelismus

In diesem Kapitel wird betrachtet, was Hallin und Mancini, von denen diese in Blums Modell verwendete Dimension stammt, unter politischem Parallelismus verstehen und in welchen Fällen er als stark, mittel oder schwach ausgeprägt einzustufen ist. Dabei wird einerseits auf die Ausführungen von Hallin und Mancini, andererseits auf solche zurückgegriffen, die Blumler und Gurevitch 1995 in „*The Crisis of Public Communication*“ anführen.

Unter politischem Parallelismus ist nach Hallin und Mancini (2004: 21) der Zusammenhang zwischen Medien und politischen Parteien beziehungsweise das Ausmaß, in dem das Mediensystem die wichtigsten politischen Divisionen in einer Gesellschaft reflektiert, zu verstehen (Hallin/Mancini 2004: 21). Historisch betrachtet ist der politische Parallelismus im Mediensystem eines Landes dann hoch, wenn Zeitungen früher mit finanziellen Schwierigkeiten zu kämpfen hatten und durch politische Akteure unterstützt wurden (Hallin/Mancini 2004: 22). Ebenso entstanden viele Zeitungen auf Initiative politischer

² Bei Sponsoring unterscheidet Pürer zwischen „Sende-Sponsoring („Diese Sendung widmet Ihnen...““ und „Veranstaltungs-Sponsoring („Diese Veranstaltung widmet Ihnen...““ (Pürer 2003: 286).

³ Darunter „versteht man den Tausch von Fernseh- oder Hörfunkproduktionen gegen Werbezeit (z.B. „Diese Sendung präsentiert Ihnen...““ (Pürer 2003: 286). Beispiel: Eine Firma produziert eine Sendung, stellt sie kostenlos der Rundfunkanstalt zur Verfügung und erhält im Gegenzug freie Werbezeit (Pürer 2003: 286).

⁴ Hier werden „gegen Entgelt gezielt Marken (...), Produkte (...) oder Dienstleistungen (...) in den natürlichen Handlungsablauf beispielsweise eines TV-Films eingebettet“ (Pürer 2003: 286).

Parteien bzw. Strömungen (Hallin/Mancini 2004: 26), erst ab dem späten 19. Jahrhundert begannen Journalisten, sich auch als neutrale Vermittler politischer Inhalte zu verstehen (Hallin/Mancini 2004: 26).⁵ Dennoch ist Journalismus in den meisten Fällen nicht komplett neutral, sondern dadurch bedingt, dass Medienschaffende verschiedensten Einflüssen ausgesetzt sind. Dazu zählen verschiedene Arbeitsroutinen, Einstellungen von Journalisten und ideologische Einstellungen der Gesellschaft (Hallin/Mancini 2004: 26). Daraus ergeben sich für Mediensysteme markante Unterschiede in mehr oder weniger starken Verbindungen zwischen Medien und politischen Akteuren, mehr oder weniger deutlich ausgeprägten politischen Orientierungen (Hallin/Mancini 2004: 27).

Der Begriff politischer Parallelismus leitet sich aus dem Konzept des Partei-Presse-Parallelismus ab, das Seymour-Ure 1974 und Blumler/Gurevitch 1975 und 1995 verwenden (Hallin/Mancini 2004: 27). Darunter versteht man das Ausmaß, in dem die Struktur des politischen Systems der des Mediensystems gleicht. Am stärksten ausgeprägt ist der Partei-Presse-Parallelismus, wenn jede Nachrichtenorganisation einer politischen Partei angegliedert ist, deren Ansichten öffentlich dargestellt werden (Hallin/Mancini 2004: 27). Diese eins-zu-eins Verbindung gilt heute als ungewöhnlich – wenn Medien sich politisch unterscheiden, dann zumeist nicht nach Parteien, sondern nach generellen politischen Tendenzen (Hallin/Mancini 2004: 27). Das ist der Grund, warum Hallin und Mancini an Stelle des Partei-Presse-Parallelismus das breitere Konzept des politischen Parallelismus verwenden.

Um bestimmen zu können, wie stark die Ausprägung des politischen Parallelismus in einem Mediensystem ist, ziehen Hallin und Mancini (2004: 28f.) zunächst fünf Indikatoren heran: Medieninhalt, organisatorische Verbindungen, Tendenz des Medienpersonals, im politischen Leben aktiv zu sein, Parteilichkeit des Medienpublikums und Journalistische Rollenorientierungen und Praktiken. Diese sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden:

- Medieninhalt

Darunter verstehen Hallin und Mancini das Ausmaß, in dem verschiedene Medien deutliche politische Orientierungen bei Nachrichten- und auch Unterhaltungsinhalten reflektieren (Hallin/Mancini 2004: 28).

⁵ Hallin und Mancini beziehen sich in ihren Ausführungen immer auf westliche Demokratien. Da ihre Kategorien in Blums Modell unter der Prämisse, dass sie auf die ganze Welt anwendbar sind, verwendet werden, wird auch in dieser Arbeit mit ihnen gearbeitet und der Versuch unternommen, die ostasiatischen Vergleichsländer einzustufen.

- Organisatorische Verbindungen

Hier geht es um Verbindungen zwischen Medien und politischen Organisationen. Dazu zählen Parteien, aber auch Handelsunionen, Kooperativen oder Kirchen, die oft mit politischen Parteien in Zusammenhang stehen (Hallin/Mancini 2004: 28).

- Tendenz des Medienpersonals, im politischen Leben aktiv zu sein

Journalisten können zum Beispiel in Partei- oder öffentlichen Büros tätig sein. Häufiger jedoch besteht die Tendenz, dass ihre Karrierepfade durch politische Verbindungen geformt werden: So können Journalisten für Medienorganisationen arbeiten, deren Politik mit den eigenen Ansichten übereinstimmt. Ebenso können sie Arbeitsplätze bekommen, weil Medienorganisationen auf eine ausbalancierte Repräsentation verschiedener politischer Tendenzen abzielen. Oder Journalisten bekommen Aufgaben, weil ihre Beziehungen zur Politik bestimmte politische Tore öffnen (Hallin/Mancini 2004: 28).

- Parteilichkeit des Medienpublikums

Darunter versteht man die Tendenz der Medienkonsumenten, bestimmte Zeitungen oder Rundfunkangebote entsprechend ihrer politischen Einstellungen zu konsumieren (Hallin/Mancini 2004: 28).

- Journalistische Rollenorientierungen und Praktiken

Journalisten können sich entweder daran orientieren, die öffentliche Meinung zu beeinflussen oder sich als Vermittler neutraler Information oder Unterhaltung verstehen. In letzterem Fall ist der politische Parallelismus schwächer ausgeprägt (Hallin/Mancini 2004: 28f.).

Auch Blumler und Gurevitch (1995: 64f.) verwenden das Kriterium „organisatorische Verbindungen zu politischen Parteien“, um den politischen Parallelismus (die Autoren bezeichnen ihn als „*media partisanship*“) von Medien zu analysieren. Dazu kommen zwei weitere Indikatoren: Stabilität und Intensität redaktioneller Verpflichtungen, sowie An- oder Abwesenheit rechtlicher Einschränkungen auf die Rechte der Medien, individuellen Parteien den Rücken zu stärken. Daraus ergeben sich fünf Stufen des politischen Parallelismus (Blumler/Gurevitch 1995: 65):

1. Am stärksten ist er ausgeprägt, wenn Parteien direkt mit Medienunternehmen in Verbindung stehen, zum Beispiel durch Besitz, finanzielle Unterstützung oder durch

Sitz von Parteimitgliedern in Management oder Chefredaktion (Blumler/Gurevitch 1995: 65).

2. Eine etwas schwächere Form des politischen Parallelismus bezeichnen Blumler und Gurevitch (1995: 65) als „*voluntary fixed partisanship*“. Hier baut eine Partei – ohne Konditionen – auf die Loyalität eines Mediums.
3. Stärkt ein Medium eine favorisierte Partei, stellt aber gegebenenfalls auch andere Parteien in positives Licht, ist der politische Parallelismus mittel ausgeprägt (Blumler/Gurevitch 1995: 65)
4. Eine noch schwächere Form bezeichnen die Autoren (1995: 65) als „ad hoc“ und damit nicht vorhersehbaren politischen Parallelismus. Hier nimmt ein Medium je nach Fall zu Gunsten einer anderen Partei Stellung.
5. Vertritt ein Medium keine Seite und will mit allen Mitteln seine politische Neutralität wahren, ist kein politischer Parallelismus vorhanden. Dieser Fall tritt bei Medien auf, die rechtlich dazu verpflichtet sind, keine politische Position zu vertreten.

Einen weiteren Indikator für die Ausprägung des politischen Parallelismus stellen nach Hallin und Mancini (2004: 29f.) die Konzepte des externen und internen Pluralismus dar. Dabei geht es um die Art und Weise, wie Mediensysteme mit der Diversität politischer Orientierungen umgehen. Der externe Pluralismus ist dabei eine Form, die auf dem Level des Mediensystems als Ganzes erreicht wird. Es existieren viele verschiedene Medien, die jeweils Sichtweisen einer Gruppe oder Tendenzen in der Gesellschaft darstellen. Der politische Parallelismus ist in solchen Systemen stark ausgeprägt (Hallin/Mancini 2004: 29). Interner Pluralismus wird hingegen innerhalb eines jeden Mediums erreicht. Medien vermeiden institutionelle Bindungen an politische Gruppen und versuchen, neutrale und ausbalancierte Inhalte zu liefern. Der politische Parallelismus ist in solchen Systemen schwach ausgeprägt (Hallin/Mancini 2004: 29f.). Dazwischen gibt es noch eine zweite Art des internen Pluralismus: einige Medienorganisationen, vor allem Rundfunkorganisationen, repräsentieren formell eine Vielfalt politischer Kräfte in Struktur und Inhalt – hier ist der politische Parallelismus mittel ausgeprägt (Hallin/Mancini 2004: 30).

Kasten 1: Öffentlicher Rundfunk und politischer Parallelismus

Nach Hallin und Mancini (2004: 30f.) hat der öffentliche Rundfunk eine besondere Beziehung zum politischen System. Diese variiert je nach Mediensystem und reflektiert verschiedene Formen des politischen Parallelismus. Hallin und Mancini stellen diesbezüglich vier Modelle des öffentlichen Rundfunks vor:

1. Regierungsmodell: Hier ist der öffentliche Rundfunk staatlich und wird direkt von der Regierung oder der politischen Mehrheit kontrolliert (Beispiel: Direktoren des öffentlichen Rundfunks werden von Parlament oder Regierung entsandt) (Hallin/Mancini 2004: 30).
2. Professionelles Modell: Hier besteht keine politische Kontrolle, der öffentliche Rundfunk wird von Rundfunk-Experten geführt (Hallin/Mancini 2004: 31).
3. Parlamentäres oder proportionales Repräsentationsmodell: Die Kontrolle über den öffentlichen Rundfunk ist unter politischen Parteien proportional aufgeteilt. Ebenso können verschiedene Sender unter der Kontrolle verschiedener Parteien stehen (Hallin/Mancini 2004: 31).
4. Bürgerliches oder korporatistisches Modell: Die Kontrolle über den öffentlichen Rundfunk ist unter verschiedenen sozialen und politischen Gruppen aufgeteilt. Dazu zählen im Gegensatz zum Repräsentationsmodell nicht nur politische Parteien sondern auch Handelsunionen, Unternehmensverbände, religiöse Organisationen oder ethnische Verbände (Hallin/Mancini 2004: 31f.).

In der Praxis überschneiden sich die Modelle häufig oder werden miteinander verbunden (Hallin/Mancini 2004: 32). Generell ist der politische Parallelismus beim professionellen Modell sehr schwach, beim Regierungsmodell am stärksten ausgeprägt. Die beiden anderen Modelle liegen in der Mitte (Hallin/Mancini 2004: 32).

In Kapitel 4.1.6 werden die von Hallin und Mancini eingebrachten Kriterien zur Einstufung des politischen Parallelismus, ergänzt durch Indikatoren von Blumler und Gurevitch, herangezogen, um die ostasiatischen Vergleichsländer in Blums Modell einordnen zu können. Sollten bei der Einstufung Inkompatibilitäten mit dem Kriterien entstehen (die zum Teil erst auf westeuropäische Demokratien angewendet wurden, vgl. Hallin/Mancini 2004), wird an entsprechender Stelle darauf hingewiesen.

3.2.7 Staatskontrolle über die Medien

Auch Staatskontrolle über Medien ist eine Dimension, die von Hallin und Mancini stammt. Sie verstehen darunter Grad und Art des staatlichen Eingreifens in das Mediensystem (2004: 21). Diese Kategorie steht damit in engem Zusammenhang mit den Dimensionen Medienbesitz, Medienfinanzierung und Medienfreiheit. Zensur ist eine Form der Kontrolle und die Einflussmöglichkeiten des Staates steigen, wenn er Medien besitzt oder finanziert. So werden einzelne bereits behandelte Aspekte in diesem Kapitel nochmals aufgegriffen und durch weitere Indikatoren (vor allem solche, die Hallin und Mancini anführen), ergänzt.

Nach Hallin und Mancini ist die Staatskontrolle über Medien dann hoch, wenn der Staat einzelne Medienunternehmen besitzt (siehe Kapitel 3.2.4). Einfluss gewinnen kann er allerdings auch über den Besitz von Telekommunikations-Infrastruktur oder Nachrichtenagenturen (Hallin/Mancini 2004: 43). Der Staat kann direkter oder – über staatliche Unternehmen – indirekter Besitzer von Medienunternehmen sein (Hallin/Mancini 2004: 43). Je mehr Medienunternehmen in staatlichem Besitz, umso höher die Wahrscheinlichkeit einer staatlichen Kontrolle.

Auch über verschiedene Finanzierungsformen (siehe Kapitel 3.2.5) kann sich der Staat Einfluss auf die Medienlandschaft sichern. Nach Hallin und Mancini (2004: 43) zählen dazu direkte oder indirekte Subventionen (etwa durch reduzierte Post-, Telekommunikations- oder Umsatzsteuerraten) oder Gelder, die direkt an Nachrichtenorganisationen oder einzelne Journalisten gerichtet sind (etwa reduzierte Steuerraten oder günstigere Tarife für öffentliche Verkehrsmittel). Ebenso können Staat und staatliche Unternehmen wichtige Werbekunden sein (Hallin/Mancini 2004: 43), oder der Staat kann im Besitz von Firmen oder Agenturen sein, die Werbeaufträge an Medien vermittelt (Weischenberg 1992: 256). Auch wenn wichtige Banken in staatlichem Besitz sind, gewinnt der Staat an finanziellem Einfluss (Weischenberg 1992: 256).

Dabei sind die Medien, die (fast) ausschließlich von der Regierung finanziert werden, am offensten gegenüber staatlicher Kontrolle. Aber auch Medien, die sich über den Markt finanzieren, können staatlicher Kontrolle ausgesetzt sein, indem die Einkommensquellen beispielsweise von der Regierung genehmigt werden müssen oder bestimmte Steuern auferlegt werden (Blumler/Gurevitch 1995: 63f.).

Andere Formen staatlicher Intervention beziehen sich auf den rechtlichen Rahmen, in dem Medien operieren. So gewinnt der Staat durch verschiedenste Gesetze und Regelungen an Kontrolle. Dazu zählen nach Hallin und Mancini (2004: 43f.):

- Verleumdungsgesetze, Beleidigungsgesetze, Gesetze zur Vermeidung übler Nachrede, Datenschutzgesetze, Gesetze über das Recht zur Gegendarstellung
- Volksverhetzungsgesetze
- Berufsgeheimnis-Gesetze für Journalisten, um die Vertraulichkeit von Quellen zu schützen und „Gewissens-Gesetze“, die Journalisten schützen, wenn sich die politische Linie der Zeitung ändert
- Gesetze, die den Zugang zu Regierungsinformationen regulieren
- Gesetze, anhand derer Medienkonzentration, Besitz und Wettbewerb geregelt werden
- Gesetze, die politische Kommunikation – besonders während Wahlkampagnen – regulieren
- Gesetze über Rundfunklizenzen und Rundfunkinhalte, inklusive solchen, die politischen Pluralismus, Sprache und Inhalt betreffen

Auch Strohmeier betont, dass politische Akteure so Einfluss auf das Mediensystem nehmen können: Sie können das „Mediensystem bzw. dessen Strukturen (...) verändern und dadurch indirekt Einfluss auf die Rahmenbedingungen der Medienberichterstattung (...) nehmen“ (Strohmeier 2004: 154f.). Besonders der öffentliche Rundfunk ist solchen Kontrollmaßnahmen häufig ausgesetzt (Pürer 2003: 229). Schulz (2011: 43) sieht es als Aufgabe „der Politik, auch für den Mediensektor verbindliche Entscheidungen herbeizuführen“. Dies geschieht über Mediengesetze oder Entscheidungen in anderen Gebieten (etwa Finanzen), die den Mediensektor direkt betreffen (Schulz 2011: 43). Die Einhaltung dieser Gesetze wird seitens des Staates kontrolliert, wodurch es zu mehr oder weniger deutlichen Einschränkungen der Medienfreiheit kommen kann (Schulz 2011: 43), die rechtlichen Vorgaben definieren also das Gebiet, in dem Medien ihre Freiheit ausdrücken können (Blumler/Gurevitch 1995: 20f.).

Ein weiteres Kriterium, das den Einfluss des Staates erkennbar macht, ist die Kontrolle über das Medienpersonal: so können „politisch verlässliche Individuen“ in Medienunternehmen „stationiert“ werden (Blumler/Gurevitch 1995: 63). Dabei sind zwei Elemente zentral: das Recht auf politische Bestellung von Medienpersonal und der Gedanke, dass politische Kriterien für die Bestellung von Medienpersonal relevant sind (Blumler/Gurevitch 1995: 63). Erfolgen nahezu alle Bestellungen auf Basis politischer Indikatoren, ist die Staatskontrolle stark ausgeprägt. Eine andere Möglichkeit ist es, nur solche Kandidaten anzustellen, die vorher genehmigte Trainings- und Sozialisierungsprozesse durchlaufen haben und dabei auch politisch „indoktriniert“ wurden (Blumler/Gurevitch 1995: 63). Ebenso kann es zu Fällen

kommen, in denen das Medienpersonal lizenziert werden muss – die Autorität, die die Lizenzen erteilt, kann so entscheiden, ob Erlaubnis zur Arbeit bei einem Medium erteilt wird oder nicht (Blumler/Gurevitch 1995: 63). Eine schwächere Form von Kontrolle übt der Staat dann aus, wenn nur Kandidaten für oberste Positionen in Medienunternehmen seitens der Regierung oder des Staates bestellt werden (Blumler/Gurevitch 1995: 63). Spielt die Politik keine Rolle bei Personalentscheidungen, ist die Staatskontrolle in diesem Bereich schwach ausgeprägt.

Ein weiteres Kriterium stellt die Kontrolle über den Medieninhalt dar (siehe Kapitel 3.2.3). So ist Staatskontrolle daran messbar, ob alle, manche oder gar keine Inhalte der Zensur unterliegen, wie genau die diesbezüglichen Regulierungen sind und ob die Kontrolle direkt vom Staat oder politischen Autoritäten beziehungsweise dazwischen geschalteten regulativen Agenturen oder Räten durchgeführt wird (Blumler/Gurevitch 1995: 64).

Nach Blumler und Gurevitch (1995: 62) erscheint Staatskontrolle über Medien in einigen politischen Systemen natürlich und legitim, während sie in anderen erst gerechtfertigt werden muss. Bei ersteren Systemen ist die Politik im Wesentlichen monopolistisch organisiert; von den Massenmedien wird erwartet, die ideologischen Auffassungen der regierenden Partei zu vermitteln. Trotzdem können Medienschaffende auch hier mehr oder weniger die Freiheit haben, politische Inhalte in eigenem Licht darzustellen (Blumler/Gurevitch 1995: 62). Letztere Systeme sind pluralistisch organisiert, diverse politische Parteien und Akteure kämpfen um die Unterstützung der Bevölkerung. Hier wird von den Massenmedien erwartet, eine Vielzahl an politischen Standpunkten zu vermitteln (Blumler/Gurevitch 1995: 62). Dennoch kann auch hier die Medienfreiheit durch stärkere oder schwächere Restriktionen eingeschränkt sein, der Staat stärkere oder schwächere Kontrolle ausüben (Blumler/Gurevitch 1995: 62).

3.2.8 Medienkultur

Die Medienkultur steht nach Blum (2006: 11, in Blum/Meier/Gysin) in direktem Zusammenhang mit der politischen Kultur (siehe Kapitel 3.2.2), ist sozusagen in diese „eingebettet“. Nach Blum (2005: 8) kann die Medienkultur (in engerem Sinne; Blum 2006: 16, in Blum/Meier/Gysin) investigativ oder konkordant sein; liegt eine Mischform vor, spricht man von ambivalenter Medienkultur (Blum 2005: 8). Dies lässt darauf schließen, dass Blum den Begriff „Medienkultur“ anhand der „journalistischen Tradition“ definiert (Blum 2006: 15, in Blum/Meier/Gysin). Beeinflusst wird sie nicht nur durch die politische Kultur, sondern

auch durch das Ausmaß an Zensur, den Medienbesitz, die Finanzierung und Orientierung der Medien (Blum 2006: 16, in Blum/Meier/Gysin).

Ist die Medienkultur investigativ ausgerichtet, beharren die Medien auf ihre Kritik- und Kontrollfunktion (Blum 2006: 16, in Blum/Meier/Gysin; zu weiteren Funktionen von Medien in demokratischen und diktatorischen Systemen siehe Kasten 2). Sie setzen sich das Ziel, politische Akteure gewissermaßen zu überwachen und – wenn als nötig betrachtet – Kritik an ihnen auszuüben (Strohmeier 2004: 73). Kontrolle kann hierbei auf direktem oder indirektem Weg erfolgen:

„Massenmedien üben ihre Kontrollfunktion direkt aus, indem sie im Rahmen tatsachenbetonter Darstellungsformen Transparenz schaffen und auf Mängel hinweisen sowie im Rahmen meinungsbetonter Darstellungsformen Stellung beziehen und Kritik üben.“ (Strohmeier 2004: 88)

Indirekte Kontrolle wird von Medien hingegen ausgeübt,

„(...) indem sie anderen politischen Akteuren eine Plattform schaffen. Am häufigsten wird diese Plattform sicherlich von den Oppositionsparteien und Interessensgruppen genutzt, um Kritik an der Regierungsarbeit zu üben.“ (Strohmeier 2004: 89)

In einem stark idealisierten Fall sind Medien im Rahmen ihrer Kritik- und Kontrollfunktion „als intersubjektive und unabhängige Wachinstanzen des gesamten Volkes“ tätig (Strohmeier 2004: 90). Wegen der starken Abhängigkeit der Medienkultur etwa von Zensur, Besitz oder Orientierung der Medien, aber auch vom politischen Parallelismus, ist es Medien in der Realität nicht möglich, diese Funktion komplett neutral auszuüben (Strohmeier 2004: 90).

Kritik wird seitens der Medien ausgeübt, indem

„(...) man eine Situation oder ein Problem anders beurteilt, von anderen Wertsetzungen ausgeht, über andere vollständigere oder unvollständigere Informationen verfügt und deshalb zu anderen Schlussfolgerungen kommt, als die kritisierte Institution oder Person des öffentlichen Lebens.“ (Wildenmann/Kaltefleiter 1965: 34, zitiert nach Burkart 2002: 395f.)

Indem Medien Kritik veröffentlichen, erhalten sie in gewissem Maße Kontrolle über die kritisierten Umstände (Burkart 2002: 396).

In einem Mediensystem, in dem eine konkordante Medienkultur vorherrscht, rückt die Kritik- und Kontrollfunktion in oben beschriebenem Sinne⁶ in den Hintergrund. Hier unterstützen Medien das politische System, indem sie Interessen von politischen – aber auch

⁶ Eine Kontrollfunktion kann von Medien auch in anderem Sinne ausgeübt werden: Indem diejenigen kritisiert und kontrolliert werden, die sich gegen das politische System auflehnen und es kritisieren (Strohmeier 2004: 97).

wirtschaftlichen – Akteuren vertreten (Blum 2006: 16, in Blum/Meier/Gysin). Dies kann auf freiwilliger Basis oder „auf Geheiß von oben“ erfolgen (Blum 2006: 16, in Blum/Meier/Gysin). Politische Institutionen werden respektiert, nicht kritisiert, die Berichterstattung ist häufig parteiisch (Pfetsch 1998: 86ff., zitiert nach Blum 2006: 16, in Blum/Meier/Gysin).

Das Medienpersonal tritt in Systemen mit konkordanter Medienkultur für eine übergeordnete oder parteiliche Ideologie ein (Blumler/Gurevitch 1995: 66f.). Gibt es in einem System konkordante und investigative Medien, liegt also eine Mischform vor, spricht man von ambivalenter Medienkultur (Blum 2006: 16, in Blum/Meier/Gysin).

Kasten 2: Die politischen Funktionen der Massenmedien

Mit der Kritik- und Kontrollfunktion bringt Blum eine wesentliche Funktion von Medien ins Spiel, deren Auslegung eng mit dem jeweiligen politischen System eines Landes verbunden ist. Ebenso verhält es sich mit anderen Funktionen von Medien, auf die etwa Strohmeier (2004: 69ff.) oder Pürer (2003: 422ff.) genauer eingehen und die in dieser Arbeit nicht ganz außer Acht gelassen werden sollen.

Nach Strohmeier (2004: 72) ist die „Primärfunktion“ von Medien die **Herstellung von Öffentlichkeit**. Sie schaffen eine Plattform, auf der ein Austausch „zwischen den Organisationen und Institutionen und den Bürgern“ realisiert werden soll (Pürer 2003: 426). Dabei wird entweder, in einem idealtypischen Fall, alles öffentlich gemacht, oder nur solche Inhalte, die politische Akteure der Bevölkerung zugänglich machen wollen (Strohmeier 2004: 96).

„Sekundärfunktion“ von Medien ist nach Strohmeier (2004: 72) neben der **Kritik- und Kontrollfunktion** auch die **Informationsfunktion**. Informationen werden entweder objektiv dargestellt, oder, wenn das Medium als Plattform für Regierung bzw. Machthaber fungiert, um „die Positionen, Ziele und (vermeintlichen) Erfolge der politisch Herrschenden zu propagieren“ (Strohmeier 2004: 97).

Als „Tertiärfunktion“ gilt zunächst die **Politische Sozialisation und Integration** (Strohmeier 2004: 73), anhand derer von Medien zentrale Merkmale der politischen Kultur vermittelt werden, indem sie „grundlegende Werte und Regeln des Zusammenlebens vermitteln und dadurch einen Minimalkonsens schaffen“ (Strohmeier 2004: 73). Gleichmaßen können Medien anhand dieser Funktion dazu dienen, die herrschende Ideologie oder Ansichten der Machthabenden auch in der Gesellschaft widerzuspiegeln (Strohmeier 2004: 97).

Auch **Politische Bildung und Erziehung** und **Politische Meinungs- und Willensbildung** gelten nach Strohmeier (2004: 73f.) als Tertiärfunktionen von Medien. Diese kann einerseits zur Beteiligung der Bevölkerung am politischen Prozess führen (Strohmeier 2004: 92) und zur „politischen Meinungs- und Urteilsbildung“ des Einzelnen beitragen (Pürer 2003: 426). Andererseits können Medien im Sinne der Machthabenden dazu beitragen, „die Gesellschaft nach den Vorgaben der Staatsideologie zu bilden und zu einer kritiklosen Masse zu erziehen“ (Strohmeier 2004: 98).

3.2.9 Medienorientierung

Nach Blum können sich Medien am Kommerz oder an ihrer Sozialverantwortung (Service-Public) orientieren (Blum 2005: 8). Ist in einem System keine der beiden Ausrichtungen dominant, spricht man von divergenter Medienorientierung (Blum 2005: 8).

Kommerziell handeln bedeutet nach Werner A. Meier und Otfried Jarren (2002: 201, in Haas/Jarren) nichts anderes, als „sich kaufmännisch bzw. geschäftlich auszurichten“. Kommerzialisieren definieren Meier und Jarren (2002: 201, in Haas/Jarren) als „Geld aus einer Tätigkeit ziehen und dabei die Geschäfts- und Lebenswelt diesem Gewinnstreben unterordnen“. Medien mit kommerzieller Ausrichtung befinden sich also in wirtschaftlichem Konkurrenzkampf, wollen ihren Gewinn steigern und Marktanteile sowie Umsätze erhöhen (Meier/Jarren 2002: 202f., in Haas/Jarren). Dies ist häufig eine Folge davon, dass staatliche Kontrolle und Regulierungsmaßnahmen weniger werden (Meier/Jarren 2002: 202, in Haas/Jarren) und deswegen eine „verstärkte Ausrichtung auf Werbung“ erfolgt (Meier/Jarren 2002: 207, in Haas/Jarren). Gleichzeitig dominieren auch in Medienunternehmen und Redaktionen „betriebswirtschaftliche Strategien und Handlungsmuster“ (Meier/Jarren 2002: 207, in Haas/Jarren). Dazu zählt etwa die Produktion von Inhalten nach kommerziellen Kriterien oder die verstärkte Einsetzung von Marktgruppen- und Publikumsforschung, um Bedürfnisse der Zielgruppen erfüllen zu können (Meier/Jarren 2002: 208, in Haas/Jarren).

Sind Medien rein kommerziell ausgerichtet, rückt die Sozialverantwortung in den Hintergrund. Daraus ergeben sich gerade bei Medienunternehmen Probleme:

„Profitorientiertes Denken und Handeln wird in der Wirtschaft als Norm sozial akzeptiert, die exklusive Orientierung am Gewinn verliert aber dann an Legitimation und Akzeptanz, sobald die traditionelle Wirtschaftswelt verlassen wird. Dies trifft auch auf die Medienwirtschaft zu, die nicht ausschließlich als privates Geschäft, sondern auch als gesellschaftliche Institution betrachtet wird, die meritorische Leistungen für andere Institutionen wie Politik oder Kultur erbringt bzw. erbringen sollte.“ (Meier/Jarren 2002: 201, in Haas/Jarren)

Medien befinden sich so in einem Spannungsfeld zwischen „ökonomischen Gewinnerwartungen der Medienunternehmen“ einerseits und „publizistischen Leistungserwartungen der Gesellschaft“ andererseits (Altmeppen 2000: 225, zitiert nach Meier/Jarren 2002: 203, in Haas/Jarren). Weischenberg verdeutlicht dieses Spannungsverhältnis folgendermaßen:

„Medien, die nach dem Liberalismus-Modell organisiert sind, befinden sich stets in Gefahr, ihre publizistischen Ziele den wirtschaftlichen Zwängen zu opfern; Medien, die nach dem Sozialverantwortungs-Modell organisiert sind, müssen nicht nur direktem politischen Einfluss standhalten, sondern sind – insbesondere bei der Festsetzung ihrer Gebühreneinnahmen – indirekt auch ökonomischem Druck ausgesetzt.“ (Weischenberg 1992: 257f.)

In einer kommerziell ausgerichteten Umgebung scheint der publizistische Qualitätswettbewerb weniger wichtig, als der Kostenwettbewerb (Meier/Jarren 2002: 210, in Haas/Jarren).

Umgekehrt verhält es sich bei Medien, die sich am Service-Public orientieren. Kosten, Gewinn und Reichweite sind weniger wichtig, als die Sozialverantwortung der Medien. Der Begriff Sozialverantwortung kann sich in unterschiedlichen Systemen auf unterschiedliche Dinge beziehen: Medien können sich etwa gegenüber Staat, Regierung oder Bevölkerung sozial verantworten (Weischenberg 1992: 175).

Nichts desto trotz sind die Forderungen in Mediensystemen mit Service-Public-Ausrichtung in gewisser Form beobachtbar: Steht in einem System die Service-Public-Orientierung im Vordergrund, sind publizistische Ziele (wie etwa Aufklärung, Kritik und Kontrolle; Meier/Jarren 2002: 201, in Haas/Jarren) von Bedeutung. Medien erfüllen Funktionen für Politik, Öffentlichkeit und politische Entscheidungsprozesse (vgl. Meier/Jarren 2002: 203, in Haas/Jarren; zu Funktionen siehe auch Kasten 2 bzw. Kapitel 3.2.8 in dieser Arbeit), richten sich nicht nur an einzelne Zielgruppen und wählen Themen nach gesellschaftlicher, nicht betriebswirtschaftlicher Relevanz aus. Eine solche Orientierung ist häufiger bei öffentlich organisierten Medien zu finden, als bei privaten (vgl. Weischenberg 1992: 269).

Orientieren sich Medien gleichermaßen an Kommerz und Service-Public oder gibt es in einem System Medien beider Ausrichtungen, spricht man von divergenter Medienorientierung (Blum 2005: 8).

3.3 Kurze Vorstellung der Modelle

Nachdem Blums Vergleichskategorien nun ausgearbeitet und erweitert wurden, wird nun ein Blick auf die von ihm anhand der Vergleichskategorien entwickelten Modelle gerichtet, in die im folgenden die in dieser Arbeit relevanten ostasiatischen Vergleichsländer grob eingeordnet und gegebenenfalls Mischformen ausgearbeitet werden sollen. Folgende Tabellen zeigen die sechs Modelle im Überblick:

Tabelle 2: Liberalismus-Modell, Klientel-Modell und Service public-Modell

| Dimension | Liberalismus-Modell | Klientel-Modell | Service public-Modell |
|---------------------------------|----------------------------|---------------------------|------------------------------|
| Regierungssystem | A - Demokratisch | A - Demokratisch | A - Demokratisch |
| Politische Kultur | A - Polarisiert | B - Ambivalent | B - Ambivalent |
| Medienfreiheit | A - Zensurverbot | A - Zensurverbot | A - Zensurverbot |
| Medienbesitz | A - Privat | B - Privat und Öffentlich | B - Privat und Öffentlich |
| Medienfinanzierung | A - Durch Markt | B - Durch Markt und Staat | B - Durch Markt und Staat |
| Politischer Parallelismus | A - Schwach | B - Mittel | A - Schwach |
| Staatskontrolle über die Medien | A - Schwach | B - Mittel | A - Schwach |
| Medienkultur | A - Investigativ | B - Ambivalent | B - Ambivalent |
| Medienorientierung | A - Kommerziell | B - Divergent | C - Service public |

Quelle: Blum 2005: 9

Tabelle 3: Schock-Modell, Patrioten-Modell und Kommando-Modell

| Dimension | Schock-Modell | Patrioten-Modell | Kommando-Modell |
|---------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Regierungssystem | A - Demokratisch | B - Autoritär | C - Totalitär |
| Politische Kultur | B - Ambivalent | C - Konkordant | C - Konkordant |
| Medienfreiheit | B - Fallweise Zensur | B - Fallweise Zensur | C - Permanente Zensur |
| Medienbesitz | B - Privat und Öffentlich | B - Privat und Öffentlich | C - Öffentlich |
| Medienfinanzierung | B - Durch Markt und Staat | B - Durch Markt und Staat | B - Durch Markt und Staat |
| Politischer Parallelismus | B - Mittel | C - Stark | C - Stark |
| Staatskontrolle über die Medien | C - Stark | C - Stark | C - Stark |
| Medienkultur | B - Ambivalent | C - Konkordant | C - Konkordant |
| Medienorientierung | B - Divergent | C - Service public | C - Service public |

Quelle: Blum 2005: 10

Liberalismus-Modell (Atlantisch-Pazifisches Modell)

Nach Blum sind Systeme, die in allen Kategorien der Linie A folgen, im Liberalismus-Modell einzuordnen. Die Medien sind autonom und finanzieren sich auf kommerziellem Weg durch Werbung. Sie zeichnen sich durch eine investigative Medienkultur aus (Blum 2005: 9).

Klientel-Modell (Südeuropäisches Modell)

Mediensysteme, die weitgehend der Linie B folgen und durch Mischformen in fast allen Kategorien gekennzeichnet sind, kann man in das südeuropäische Klientel-Modell einordnen. Hier sind beispielsweise Zeitungen und Zeitschriften am Service-Public orientiert, der Rundfunk ist kommerziell-populär ausgerichtet (Blum 2005: 9f.).

Service public-Modell (Nordeuropäisches Modell)

Hier herrscht eine Mischung von Linie A und Linie B vor. Rundfunk und Presse sind jeweils stark am Service-Public orientiert (Blum 2005: 10).

Schock-Modell (Osteuropäisches Modell)

Obwohl Mediensysteme, die in diesem Modell einzuordnen sind, weitgehend der mittleren Linie B folgen, sind Aspekte der staatlichen Kontrolle über die Medien stark ausgeprägt. Regierungen greifen in die Medienfreiheit ein (Blum 2005: 10).

Patrioten-Modell (Arabisch-Asiatisches Modell)

Medien, die in einem System operieren, das dem Patrioten-Modell zuzuordnen ist, haben vor allem die Funktion, der nationalen Entwicklung zu dienen. Sie sind sehr häufig Formen der Zensur unterworfen, generell folgen sie zumeist der Linie C (Blum 2005: 10).

Kommando-Modell (Asiatisch-Karibisches Modell)

Das gesamte Mediensystem ist hier Partei und Staat unterworfen, allerdings erfolgt die Finanzierung der Medien von Fall zu Fall auch durch den Markt. In fast allen Kategorien folgen Kommando-Systeme der stark regulierten Linie C (Blum 2005: 10).

Blum (2005: 10) betont, dass diese von ihm entwickelten Modelle „lediglich Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme“ darstellen, dass „für die Erfassung aller real existierenden Mediensysteme noch Zwischenmodelle nötig“ sind. Welche Mischformen in Ostasien vorliegen, wird in der Konklusion betrachtet.

4. Politik und Medien in Ostasien

4.1 Japan

4.1.1 Überblick: Medien in Japan

„No country in the industrial world is as media-saturated as Japan. Its five national dailies – each with a circulation of over 2 million – translate into the highest per-capita newspaper circulation in the world. Some 90 percent of adults read newspapers daily, and the average person watches more than three hours of television a day.“ (Pharr/Krauss 1996: xi)

Was Susan J. Pharr und Ellis S. Krauss Mitte der 1990er schrieben, hat bis heute nichts an Aktualität eingebüßt. Im Jahr 2008 wurden in Japan mehr als 51 Millionen Tageszeitungen gedruckt, was 630 Exemplaren pro 1000 Einwohnern entspricht (Legewie 2010: 2). Insgesamt erscheinen in Japan 120 Zeitungen, ein Drittel davon mit einer Morgen- und einer Abendausgabe (Legewie 2010: 2). Die größten nationalen Tageszeitungen, *Yomiuri Shimbun*, *Asahi Shimbun*, *Mainichi Shimbun* und die Wirtschaftszeitung *Nihon Keizai Shimbun* sowie die regionale Tageszeitung *Chunichi Shimbun* verkaufen jeweils über 4 Millionen Ausgaben täglich – und damit deutlich mehr als die auflagenstärksten Tageszeitungen in Europa oder den USA (Legewie 2010: 2). Folgende Tabelle zeigt die 10 weltweit auflagenstärksten Tageszeitungen; die Liste wird von fünf japanischen Zeitungen angeführt:

Tabelle 4: Auflagen der weltweit größten Zeitungen

| Rang | Titel | Land | Auflage |
|------|----------------------|----------------|------------|
| 1. | Yomiuri Shimbun | Japan | 13.800.000 |
| 2. | Asahi Shimbun | Japan | 11.650.000 |
| 3. | Mainichi Shimbun | Japan | 5.200.000 |
| 4. | Nihon Keizai Shimbun | Japan | 4.660.000 |
| 5. | Chunichi Shimbun | Japan | 4.230.000 |
| 6. | BILD | Deutschland | 3.548.000 |
| 7. | Cankao Xiaoxi | China | 3.183.000 |
| 8. | The Times of India | Indien | 3.146.000 |
| 9. | The Sun | Großbritannien | 2.986.000 |
| 10. | People's Daily | China | 2.808.000 |

Quelle: Legewie (2010): 3

Zu den fünf großen nationalen Tageszeitungen zählt gemeinsam mit oben erwähnten außerdem die *Sankei Shimbun* (FPC 2004: 20). Unter allen in Japan gedruckten Zeitungen machen die nationalen Tageszeitungen 53 Prozent, die lokalen und regionalen Zeitungen 37 Prozent und die Sportzeitungen 10 Prozent aus (FPC 2004: 25). Neben der *Chunichi Shimbun*

zählen die *Hokkaido Shimbun* sowie die *Nishi-Nippon Shimbun* zu den wichtigsten regionalen Tageszeitungen (Saito/Takeshita 2008: 288, in Strömbäck/Kaid). Hinzu kommen noch mehr als 3.000 Magazine sowie Wochen- und Monatszeitschriften (Hediger 2007: 305, in Thomaß), die jedoch – wie im Folgenden gezeigt wird – nicht zu den japanischen „mainstream“-Medien zählen.

Nicht nur diese größten Tageszeitungen spielen eine wichtige Rolle im japanischen Mediensystem, sondern auch der nationale öffentliche Rundfunk *Nihon Hoso Kyokai* (*Japan Broadcasting Corporation*, im folgenden NHK), sowie zahlreiche private Fernseh- und Radiostationen, „deren größte und wichtigste sich jeweils im Besitz der großen nationalen Tageszeitungen befinden“ (Hediger 2007: 303, in Thomaß).

„There are five pairings of Tokyo-based key stations and national newspapers: Nippon Television and the *Yomiuri Shimbun*, TBS and the *Mainichi Shimbun*, Fuji Television and the *Sankei Shimbun*, TV Asahi and the *Asahi Shimbun*, and TV Tokyo and the *Keizai Shimbun*.“ (FPC 2004: 64).

Damit hat Japan ein duales Rundfunksystem, das sich aus dem öffentlich-staatlichen NHK und den privaten kommerziellen Sendern zusammensetzt (Saito/Takeshita 2008: 388, in Strömbäck/Kaid). NHK ist nach BBC die zweitgrößte öffentliche Rundfunkanstalt der Welt (Pharr 1996: 5, in Krauss/Pharr), beschäftigt rund 12.000 Mitarbeiter (Legewie 2010: 3) und hat rund 54 heimische Sendestationen, sowie 36 Übersee-Büros (White 2005: 87).

Ein wichtiger Teil der japanischen Medienlandschaft sind des Weiteren die beiden Nachrichtenagenturen *Kyodo News* und *Jiji Press* (Cooper-Chen 1997: 76).

Ein wesentliches Merkmal des japanischen Mediensystems ist das Presseclub-System, auf das in den folgenden Kapiteln immer wieder eingegangen wird. Insgesamt gibt es in Japan etwa 800 Presseclubs, die Teil der wichtigsten Institutionen sind: Sie befinden sich im Parlament, in Ministerien, nationalen und regionalen Regierungsabteilungen, öffentlichen Agenturen, industriellen Gesellschaften, der Börse in Tokyo und der kaiserlichen Haushalts-Agentur (Legewie 2010: 5). Wie folgende Tabelle veranschaulicht, sind nicht alle Medien als Mitglieder in den nationalen Presseclubs zugelassen:

Tabelle 5: Mitglieder und „Außenseiter“ der Presseclubs

| Mitglieder | Nicht-Mitglieder |
|-------------------------|------------------------|
| Yomiuri Shimbun | Wochenmagazine |
| Ashai Shimbun | Monatsmagazine |
| Mainichi Shimbun | |
| Sankei Shimbun | Spezielle- und |
| Nihon Keizai Shimbun | Handelszeitungen |
| | Gratiszeitungen |
| Hokkaido Shimbun | Lokal- und |
| Tokyo Shimbun | Gemeindezeitungen |
| Chunichi Shimbun | |
| Nishi-Nippon Shimbun | Kommerzielles Radio |
| | Kommerzielles |
| Kyodo News | Fernsehen (mit |
| Jiji Press | Ausnahme der 5 unter |
| | Mitglieder genannten) |
| NHK (inkl. Radio) | |
| Nippon Television | Ausländische |
| Network | Nachrichtenagenturen |
| TV Asahi | Ausländische Zeitungen |
| Tokyo Broadcasting | Ausländische Magazine |
| System | Ausländisches |
| Fuji Television Network | Fernsehen |
| TV Tokyo | Ausländisches Radio |
| | |
| | Internet-Medien |
| | Freie Journalisten |

Quelle: Legewie 2010: 6.⁷

Nach dieser kurzen Vorstellung der Grundzüge des japanischen Mediensystems wird in folgenden Kapiteln - angelehnt an Blums Kategorien - das Zusammenspiel zwischen Politik und Medien betrachtet.

4.1.2 Regierungssystem

Um eine Einordnung Japans in Blums Modell vornehmen zu können, muss zunächst festgestellt werden, mit welchem Regierungssystem man es in Japan zu tun hat. Dies wird gemäß der Schwerpunktsetzung auf mediale Themen kurz gehalten. Betrachtet wird, welche

⁷ Legewie betont, dass es sich hier um eine stark vereinfachte Darstellung der Mitglieder und Nicht-Mitglieder in nationalen Presseclubs handelt. In regionalen Clubs und Clubs der industriellen Gesellschaften ist eine größere Anzahl an Medien zugelassen. Auch große ausländische Medien (etwa Bloomberg oder Reuters) sind mittlerweile als Mitglieder zugelassen (Legewie 2010: 6). Des Weiteren wurde der Zugang zu den Clubs in einigen Institutionen kürzlich auch vormaligen Nicht-Mitgliedern gestattet – so etwa im Außenministerium (Legewie 2010: 19f.)

der im Theorieteil (siehe Kapitel 3.2.1) vorgestellten Aspekte politischer Systeme in Japan Gültigkeit haben.

Japans offizielle Staatsform ist die einer parlamentarischen Demokratie (Hasegawa 1998: 284, in Albarran/Chan-Olmsted). Das Regierungssystem setzt sich aus drei voneinander unabhängigen Zweigen zusammen: Legislative, Judikative und Exekutive (Derichs/Lukner 2008: 212, in Heberer/Derichs). Der von Dahl eingebrachte Aspekt der „institutionellen Absicherung“ ist in Japan demnach gegeben.

In einer parlamentarischen Demokratie, so auch in Japan, wird der Regierungschef - im japanischen Fall der Premierminister (Hasegawa 1998: 284, in Albarran/Olmsted) - nicht direkt vom Volk gewählt. Das Volk wählt jedoch die Mitglieder des Parlamentes – dieses setzt sich aus einem Ober- und einem Unterhaus zusammen (Derichs/Lukner 2008: 211f., in Heberer/Derichs). Alle vier Jahre wählt das japanische Volk 50 Prozent der Mitglieder des Oberhauses, alle drei Jahre die Mitglieder des Unterhauses (Derichs/Lukner 2008: 211f., in Heberer/Derichs). Zur Wahl berechtigt sind alle Frauen und Männer, die mindestens 20 Jahre alt sind (Derichs/Lukner 2008: 212, in Heberer/Derichs). Um das passive Wahlrecht zu erhalten, muss man mindestens 25 Jahre alt sein; um sich als Mitglied des Oberhauses oder als Gouverneur einer Präfektur zur Wahl aufstellen zu lassen, muss man mindestens 30 Jahre alt sein (Free Choice Foundation 2007: 9). Gemeinsam mit der verfassungsrechtlichen Garantie des allgemeinen Wahlrechts, der Gleichheit der Stimmen und geheimen Wahlen (Free Choice Foundation 2007: 1) treffen die von Dahl 1971 dargebrachten Aspekte „Freie und faire Wahlen“, „Aktives Wahlrecht“ und „Passives Wahlrecht“ (zitiert nach Ritter 2008: 33) für Japan zu. Gleiches gilt für den Aspekt „Politische Konkurrenz“. Folgende Auflistung zeigt die nach den Wahlen 2012 wichtigsten politischen Parteien Japans (Financial Times 2012, in <http://www.ft.com/cms/s/0/9281ca7c-4742-11e2-a899-00144feab49a.html#axzz2IcfkxIJr>), die miteinander in Konkurrenz stehen:

- Liberaldemokratische Partei (LDP)
- Demokratische Partei Japans (DPJ)
- *Nippon Ishin no Kai* (engl. *Japan Restoration Party*, JRP)
- *Komeito* (engl. *New Komeito*, dt. „Gerechtigkeitspartei“)
- *Minna no To* (engl. *Your Party*)
- Kommunistische Partei Japans (KPJ)

Auch die Assoziations- und Koalitionsfreiheit ist in Japan insofern vorhanden, da es zahlreiche Arbeitnehmer- und Arbeitgebervertretungen in Form von Gewerkschaften oder

Unternehmerverbänden gibt (Derichs/Lukner 2008: 257ff., in Heberer/Derichs). Arbeitnehmer und Arbeitgeber haben also die Möglichkeit, sich zusammenzuschließen und ihre Interessen kollektiv zu vertreten – gleiches gilt auch für politische Parteien (Derichs/Lukner 2008: 265, in Heberer/Derichs). Gemeinsam mit dem Recht auf freie Meinungsäußerung ist dieser Aspekt auch in Artikel 21 der japanischen Verfassung festgehalten (FPC 2004: 97, siehe auch Kapitel 4.1.4 zur Medienfreiheit in Japan). Seit 2001 ist außerdem das Recht auf freien Zugang zu öffentlichen Informationen gesetzlich verankert (Mendel 2008: 69).

Damit erfüllt Japan alle der im Theorieteil eingebrachten Kriterien einer Demokratie und ist in Blums Modell in dieser Kategorie der Linie A zuzuordnen.

4.1.3 Politische Kultur

Da wie eingangs erwähnt der Schwerpunkt vorliegender Arbeit auf die medialen Dimensionen gelegt werden soll, wird auch dieses Kapitel entsprechend kurz gehalten und soll lediglich als Orientierungshilfe für die spätere Einordnung Japans in Blums Modell dienen. Betrachtet werden jene Aspekte, die Hallin und Mancini (2004: 59ff.) zur Unterscheidung zwischen moderatem und polarisiertem Pluralismus eingebracht haben (siehe Kapitel 3.2.2). Wie im Folgenden gezeigt wird, ist anhand der herangezogenen Literatur eine klare Zuordnung Japans zu polarisierter oder konkordanter politischer Kultur nur schwer möglich.

Auf den ersten Blick zeichnet sich die japanische Gesellschaft als stark konsens-orientiert, als „Musterbeispiel einer Konsensdemokratie“ aus (Derichs/Lukner 2008: 283, in Heberer/Derichs). Diese Sichtweise beachtet allerdings nicht, dass „das Ergebnis ‚Konsens‘ nichts über den Prozess aus(sagt), der zu diesem Ergebnis führte“ (Derichs/Lukner 2008: 283, in Heberer/Derichs). Der Konsens ist also keinesfalls von Beginn an gegeben. Dahinter stehen auch in Japan „langwierige Bemühungen zur Konfliktregulierung“ (Derichs/Lukner 2008: 283, in Heberer/Derichs). Bis Ende der 1990er Jahre zählten sich 90 Prozent der Japaner in Umfragen selbst zur Mittelschicht (Derichs/Lukner 2008: 272, in Heberer/Derichs). Dieser „Ausdruck so hoher soziokultureller Homogenität“ (Derichs/Lukner 2008: 272, in Heberer/Derichs) verändert sich allerdings unter anderem angesichts der Tatsache, dass aufgrund häufiger werdender Entlassungen und dem nicht seltenen Zurückgreifen auf Aushilfskräfte am Arbeitsmarkt zahlreiche Familien mit einem sinkenden Lebensstandard konfrontiert sind (Derichs/Lukner 2008: 273, in Heberer/Derichs). Die daraus resultierende schwindende Homogenität hat auch zur Folge, dass Tendenzen zu einem gemeinsamen

Zentrum weniger stark ausgeprägt sind: „Die Meinungsvielfalt ist groß und der politische Pluralismus in keiner Weise schwach.“ (Derichs/Lukner 2008: 282, in Heberer/Derichs)

Studien und Umfragen zeigen, dass die politische Ordnung in Japan keinesfalls immer respektiert wird – das politische System wird oft in Frage gestellt. Wie Nathan (2007: 2) zeigt, ist in Japan im Vergleich zu anderen asiatischen Ländern die Unterstützung bzw. Befürwortung des vorhandenen Regimes am schwächsten ausgeprägt: Nur 24,3 Prozent der im Rahmen des „*East Asia Barometer*“ (2002) befragten Japaner denken, dass die bestehende Regierungsform die beste für sie ist, 51 Prozent sind unzufrieden mit der Funktionsweise der Demokratie in Japan (Nathan 2007: 20). Das gegenwärtige politische System wird also mit kritischen Augen betrachtet (Nathan 2007: 5) – gleichzeitig ist man der Auffassung, dass das eigene Regime doch immer noch besser sei, als die Alternativen (Nathan 2007: 6), weswegen die Japaner willig sind, „das demokratische System aufrecht zu erhalten und weiter zu stärken“ (Neumann 2002: 164). Demnach kommt es in Japan immer wieder zur Infragestellung der Legitimität des politischen Systems, bei gleichzeitiger Akzeptanz der politischen Ordnung.

Wie in Kapitel 4.1.2 gezeigt wurde, existieren in Japan zahlreiche Oppositionsparteien. Auffällig ist jedoch die starke Dominanz der LDP, die abgesehen von zwei kurzen Unterbrechungen seit 1955 fast immer regiert hat (Takeshita/Ida 2009: 154, in Willnat/Aw). Dies deutet darauf hin, dass die japanischen Oppositionsparteien keineswegs stark genug sind, um ausreichend Wähler anzuziehen (Krauss 1996: 369, in Pharr/Krauss). Dementsprechend selten sind Regierungs- oder Regimewechsel in Japan, was auf einen schwach ausgeprägten Pluralismus hinweist.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die hohe Homogenität und die damit verbundene starke Konsensorientierung der japanischen Gesellschaft seit Ende der 1990er im Schwinden begriffen ist. Die demokratische Ordnung wird in ihren Grundzügen mangels besserer Alternativen zwar akzeptiert, gleichzeitig jedoch von einer Mehrheit der Bevölkerung in Frage gestellt. Die japanischen Oppositionsparteien sind ob ihrer Schwäche nur in seltenen Ausnahmefällen imstande, die Regierungsmacht der LDP zu brechen. Demnach ist die politische Kultur in Japan weder polarisiert noch konkordant und in Blums Modell als ambivalent (und damit der Linie B folgend) einzuordnen.

4.1.4 Medienfreiheit

„Not wishing to alienate sponsors or cut off information flow, reporters avoid scoops like the plague. Without equivocation, Dutch journalist Karel van Wolferen states that ‚nowhere else in the world is self-censorship so systematic.‘ (Van den Heuvel/Dennis 1993: 73, zitiert nach Cooper-Chen 1997: 29).

Dieses Kapitel dient zur Darstellung von Formen der Zensur in Japan: Es wird betrachtet, ob – und wenn ja, welche – Formen der Vor- und Nachzensur im japanischen Mediensystem bestehen. Da kein Mediensystem vollständig frei von Nachzensur ist und eine Einstufung etwa nach Höhe der Bestrafungen den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde, werden für die spätere Einordnung in Blums Modell - wie auch bei den anderen Vergleichsländern - vor allem Formen der Vorzensur herangezogen.

Pressefreiheit ist in Japan seit 1947 uneingeschränkt verfassungsrechtlich garantiert (Pharr 1996: 12, in Pharr/Krauss, Cooper-Chen 1997: 175f.). Die Konstitution (Artikel 21, Paragraph 2⁸) verbietet auch ausdrücklich Zensur jeglicher Art (Cooper-Chen 1997: 176). Dies beinhaltet auch staatliche Zensur in Ausnahmen oder Notfällen, wie sie beispielsweise in den USA erlaubt ist (FPC 2004: 97). Die Pariser Organisation „Reporter ohne Grenzen“ hat Japan im Jahr 2009 an 17. Stelle unter den weltweit freiesten Mediensystemen eingestuft – und damit höher als Deutschland, Großbritannien oder die Vereinigten Staaten (Legewie 2010: 4). Dennoch ist die Medienfreiheit in Japan nicht gänzlich uneingeschränkt. Restriktionen erfolgen zum einen anhand verschiedener Gesetze, unter denen japanische Medien neben den konstitutionellen Rahmenbedingungen operieren (siehe insbesondere Kapitel 4.1.8 und weiter unten in diesem Kapitel), zum anderen wird besonders das System der Presseclubs hinsichtlich freier Recherche und Berichterstattung als problematisch betrachtet (Legewie 2010: 4).

Vorzensur im Sinne einer ständigen präventiven Überprüfung von vor der Publikation stehenden Medieninhalten durch den Staat oder öffentliche Institutionen und Kommissionen gibt es in Japan nicht, ebenso wenig weist die Literatur auf Verbreitungsbeschränkungen von Medieninhalten hin. Trotzdem kann man das japanische Mediensystem nicht als gänzlich frei von Vorzensur bezeichnen, auch wenn diese nicht vom Staat ausgeht und nicht gesetzlich geregelt ist. Vielmehr kommt es im japanischen journalistischen Alltag häufig zu

⁸ Artikel 21 der japanischen Konstitution beinhaltet die beiden folgenden Paragraphen (zitiert nach FPC 2004: 97): „1. Freedom of assembly and association as well as speech, press and all other forms of expression are guaranteed. 2. No censorship shall be maintained, nor shall the secrecy of any means of communication be violated.“

Selbstzensur: Diese ist mangels entsprechender Gesetze freiwillig und dient nicht nur zur Vermeidung möglicher Formen der Nachzensur, sondern vor allem auch zur Aufrechterhaltung der engen und institutionalisierten Beziehungen einzelner Journalisten zu ihren Presseclubs (siehe auch Kapitel 4.1.7), wo kollektive Vereinbarungen darüber getroffen werden, was veröffentlicht werden darf und was nicht (Pharr 1996: 13, in Pharr/Krauss). Eine Veröffentlichung entgegen dieser Vereinbarungen kann für Journalisten negative Konsequenzen haben, wie folgende Aussage des für die *Nihon Keizai* arbeitenden japanischen Reporters Sonoko Watanabe zeigt:

„The club is bad because everybody writes the same thing strictly from the information released... If I have a scoop I can't write it, because the club won't let me. Individuality can get you punished.“ (zitiert nach Farley 1996: 137, in Pharr/Krauss)

Gerade Politik gilt in Japan nach wie vor als sensibles Thema, weswegen es bei Übertreten bestimmter Grenzen nicht nur zu Ärger unter politischen Gruppen, sondern damit einhergehend auch zu Einschüchterungen und sogar Gewalt gegen Journalisten kommt (Fieldmann 1993: 199, zitiert nach Cooper-Chen 1997: 19). Auch dies ist - neben der Aufrechterhaltung guter Beziehungen zu den Presseclubs und Anzeigenkunden - ein Grund für die allgegenwärtige Selbstzensur. Ein weiterer Selbstzensur fördernder und individuelle Recherche verhemdender Aspekt sind die sogenannten „*blackboard agreements*“: Nachdem innerhalb eines Presseclubs die anstehenden Termine für Pressekonferenzen und Briefings bekannt gegeben wurden, ist es den Mitgliedern des Clubs nicht mehr erlaubt, eigenständig zu recherchieren und zu berichten (Legewie 2010: 11).

„And by the unspoken rules of the game, journalists are careful to protect their close access by concealing the source of controversial information or not reporting it at all. ‚In Japan‘, says one newspaper reporter, ‚you‘ll get no information from a news source who doesn‘t trust you. This trust refers to refusing to write stories which could be troublesome for the source.“ (Farley 1996: 137, in Pharr/Krauss)

Während es in Japan also keine staatlich institutionalisierte Vorzensur gibt, ist Selbstzensur als eine nicht vom Staat ausgehende Form der Vorzensur allgegenwärtig. Grund dafür ist vor allem das System der Presseclubs, das individuelle Recherche und Berichterstattung für die Hauptmedien nahezu unmöglich macht und verhindert, dass für Informanten (politische Institutionen, Unternehmen) unangenehme Berichte veröffentlicht werden. Private oder möglicherweise peinliche Informationen über Regierungsbeamte oder die Kaiserfamilie werden von den Medien nur in seltenen Ausnahmefällen an die Öffentlichkeit getragen (Cooper-Chen 1997: 192).

Insbesondere – aber nicht ausschließlich – beim öffentlichen Rundfunk NHK kommt es immer wieder vor, dass die Regierung, angelehnt an die Pressefreiheit einschränkende Gesetze, Berichterstattung unterbindet, die für sie unangenehm wäre - ein Handeln, das von Kritikern als unverblümete Zensur bezeichnet wird (Legewie 2010: 18).

Nachzensur im Sinne nachträglicher Bestrafungen für bereits veröffentlichte Inhalte kommt in Japan dann vor, wenn bestimmte für Medien geltende Gesetze, etwa im Rahmen des Rundfunkgesetzes oder des Strafgesetzbuchs, verletzt werden. So müssen sich etwa Radio- und Fernsehstationen an die im Rundfunkgesetz⁹ stipulierte „politische Fairness“ halten, die eine Voraussetzung für den Erhalt von Lizenzen ist, welche die Regierung vergibt (Altman 1996: 181) – eine Zensurmaßnahme, die Delhaes (2002: 49) anführt. Zwar gibt es für japanische Printmedien kein eigenes Pressegesetz (FPC 2004: 98), aber Vorgaben des Strafgesetzbuchs gelten für Rundfunk- und Printmedien gleichermaßen. Fälle, die nach der Veröffentlichung bestraft werden können, kann man grob in drei Kategorien unterteilen: 1. Gefährdung der staatlichen Sicherheit; 2. Gefährdung der sozialen Ordnung; 3. Verletzung der persönlichen Würde (FPC 2004: 103). Zu den wichtigsten für Medien geltenden Gesetzen des Strafgesetzbuchs zählen weiters jene Absätze, die Obszönität, Rufschädigung und Jugendschutz betreffen (FPC 2004: 103). Die Aufrechterhaltung der öffentlichen Sicherheit und der sozialen Ordnung ist also in vielen Fällen der freien Meinungsäußerung übergeordnet (FPC 2004: 107).

Für die Presse gilt angesichts einer fehlenden gesetzlichen Grundlage der von NSK (*Nihon Shimbun Kyokai, Japan Newspaper Publishers and Editors Association*) formulierte „Kanon des Journalismus“, der ethische und moralische Richtlinien vorgibt, darunter Freiheit und Verantwortung, Genauigkeit und Fairness, Unabhängigkeit und Toleranz sowie Anstand und Maßhalten (Saito/Takeshita 2008: 389, in Strömbäck/Kaid).

Der augenfälligste die Zensur betreffende Aspekt im japanischen Mediensystem ist also die als selbstverständlich anerkannte Selbstzensur innerhalb der wichtigsten Medien. Vorzensur erfolgt nicht ständig vom Staat, durch den Aufbau des Mediensystems entsteht allerdings der

⁹ Folgende Vorgaben müssen Rundfunker laut Rundfunkgesetz (Artikel 3, Absatz 2) beachten (zitiert nach FPC 2004: 62): „The Broadcaster shall, in compiling the broadcast programs for domestic broadcasting, follow what is laid down in the following items: i) Shall not disturb public security and good morals and manners; ii) Shall be politically impartial; iii) Shall broadcast news without distorting facts; iv) As regards controversial issues, shall clarify the point of issue from as many angles as possible.“

Druck unter Journalisten, sich selbst maßzuregeln und keine Auseinandersetzung mit staatlichen Einrichtungen zu riskieren, die ansonsten den Informationsfluss einstellen würden. Dennoch kann man bei der Einordnung in Blums Modell nicht von permanenter Zensur sprechen, da es weder staatliche Zensurkommissionen, noch allgemeine Gesetze gibt, die Inhalte, Aussagen und Berufszugang regeln. Unter den von Delhaes (2002: 49) genannten Formen der Zensur tritt nur eine in Japan auf: Die staatliche Lizenzvergabe an Rundfunkanstalten. Eine sehr schwache und deshalb nicht für die Einordnung in Blums Modell verwendete Form der Vorzensur stellt auch der Journalismus-Kanon dar. Eingriffe des Staates in die Berichterstattung erfolgen in Form von Maßregelungen und Einmischungen, die allerdings ob ihrer fehlenden gesetzlichen Fundierung mehr oder weniger freiwillig von Journalisten befolgt werden und deshalb nicht klar als Zensur zu bezeichnen sind. Ob der alltäglichen und ständigen freiwilligen Selbstzensur, die unter dem Presseclubsystem auf Druck der Regierung erfolgt, ist die Zuordnung Japans in Blums Modell dennoch problematisch: Vieles spricht für Linie A, dennoch kann der Aspekt der Selbstzensur in diesem Fall nicht gänzlich außer Acht gelassen werden, weshalb Japan im Bereich Medienfreiheit eher zwischen Linie A und B liegt.

4.1.5 Medienbesitz

In diesem Kapitel wird betrachtet, in welchem Verhältnis private und öffentliche (verstanden als sowohl staatliche, als auch öffentlich-rechtliche) Medien in Japan vorhanden sind. An dieser Stelle muss auch auf Kapitel 4.1.10 hingewiesen werden, da sich die Informationen zum Teil stark überschneiden.

Japanische Medienunternehmen sind – mit Ausnahme des später behandelten öffentlichen Rundfunks NHK - privatwirtschaftlich organisiert und funktionieren, nach Pürers Definition privater Medienunternehmen, „wie andere kommerziell geführte Unternehmen“ (Pürer 2003: 228, siehe auch insbesondere Kapitel 4.1.10). Sie stellen Produkte her, die sich am Markt verkaufen lassen sollen. Die Journalisten werden an Universitäten ausgebildet und direkt von den Medienunternehmen rekrutiert (Cooper-Chen 1997: 193). Die häufigste Rechtsform unter den großen japanischen Medienunternehmen ist die Aktiengesellschaft (AG), Eigentümer sind zumeist Privatpersonen und Familien, die medialen Hintergrund haben (Westney 1996: 49f., in Pharr/Krauss), die Leitung erfolgt durch Vorstände und Präsidenten (Hachmeister/Rager 1997: 109, 153, 182, 195, 204, 210, 253). Keine der japanischen Zeitungen ist an der Börse gelistet, was eine „feindliche Übernahme“ so gut wie unmöglich macht (Legewie 2010: 23). Dass der Besitz eines Medienunternehmens meist unter vielen Teilhabern aufgeteilt ist, ist mit

ein Grund für die Konsens-Orientierung der japanischen Medien und die Vermeidung von deutlichen Positionierungen (Westney 1996: 78, in Pharr/Krauss, siehe auch Kapitel 4.1.7). Ein zentrales Merkmal der japanischen Medienunternehmen ist die starke Konzentration des Besitzes (Cooper-Chen 1997: 21f.). Obwohl Zeitungen theoretisch nur zehn Prozent an Rundfunkunternehmen halten dürfen, verhält sich dies in der Praxis ganz anders: So hält die *Yomiuri Shimbun* selbst zwar nur 10 Prozent an *Nihon TV* (NTV), über Beteiligungen von Tochterunternehmen, etwa dem Themenpark *Yomiuri-Land*, sind aber insgesamt mehr als 50 Prozent NTVs in den Händen des „Yomiuri-Clans“ (Cooper-Chen 1997: 21f.). Ähnliches kann man auch bei anderen Zeitungen und Fernsehsendern beobachten: Die *Mainichi* etwa hält große Anteile an *Tokyo Broadcasting Systems* (TBS), die *Sankei* besitzt *Fuji TV*, ABC (*Asahi Broadcasting Corporation*) ist im Besitz der *Asahi* und die *Nihon Keizai* ist Haupteigentümer von *TV Tokyo* (Cooper-Chen 1997: 22). Ein Gesetz, in dem eigentlich festgelegt ist, dass ein Unternehmen nur eine Rundfunkanstalt besitzen kann und dass keine Firma Radio-, Fernseh- und Presseunternehmen gleichzeitig leiten darf, kann durch zahlreiche Ausnahmen umgangen werden (FPC 2004: 111f.). Für Rundfunkanstalten gilt allerdings die Regelung, dass der Besitz nicht in der Hand einer Person oder Gruppe konzentriert sein darf (FPC 2004: 59). Außerdem ist die Involvierung ausländischen Kapitals und nicht-japanischer Personen strengen Regulierungen und Einschränkungen unterworfen (FPC 2004: 60). Dabei kommt es nicht selten vor, dass der Präsident einer großen Tageszeitung gleichzeitig Direktor der dazugehörigen Fernsehstation ist. Außerdem besitzen die großen Zeitungen Magazine, Wochenzeitschriften, Sportzeitungen, Buchverlage und andere Medienfirmen (Cooper-Chen 1997: 22), wodurch fünf große Medienkonglomerate entstanden sind, deren Kern die jeweils eine der großen Tageszeitungen bildet (Legewie 2010: 21, siehe Tabelle 6).

Tabelle 6: Japans fünf Mediengruppen

| | Yomiuri | Asahi | Mainichi | Nihon Keizai | Sankei |
|----------------------------|---|---|--|---|---|
| Print (täglich) | - Yomiuri Shinbun - The Daily Yomiuri - Hochi Shimbun (Sport) | - Asahi Shinbun - IHT/Asahi - Nikkan Sports | - Mainichi Shimbun - Sports Nippon | - Nihon Keizai Shimbun - Nikkei Sangyo Shimbun - Nikkei Kinyu Shimbun | - Sankei Shimbun - Yukan Fuji - Sankei Sports - Fuji Sankei Business |
| Print (wöchentlich) | - Shukan Yomiuri | - Shukan Asahi | - Sunday Mainichi - Weekly Economist | - The Nikkei Weekly - Nikkei Business | - Spa! |
| Print (monatlich) | - Yomiuri PC | - Asahi Camera | - Mainichi Life | - Nikkei Personal Computing | - Atarashii Sumai no Sekkei |
| Fernsehstation | - Nippon Television Network (30 Stationen) | - TV Asahi (25 Stationen) | - Tokyo Broadcasting System (28 Stationen) | - TV Tokyo (6 Stationen) | - Fuji Television Network (28 Stationen) |

Quelle: Legewie 2010: 22¹⁰

Ein Großteil der japanischen Medienunternehmen ist, wie oben dargestellt, in privater Hand. Eine Ausnahme bildet jedoch der japanische öffentliche Rundfunk NHK. 1925 gegründet, hat NHK heute die Rechtsform einer „halbstaatlichen, öffentlich-rechtlichen Anstalt“ an deren Spitze seit 1950 ein Direktorium für die Leitung verantwortlich ist (Hachmeister/Rager 1997: 75). Die Mitglieder dieses Direktoriums werden seitens des Premierministers und der beiden Häuser des Parlaments eingesetzt, nachdem sie „ihre Unparteilichkeit und Verpflichtung gegenüber dem Allgemeinwohl unter Beweis stellen konnten“ (Hachmeister/Rager 1997: 76). Köllner erklärt die Zusammensetzung des Direktoriums und Ausschlusskriterien von selbigem folgendermaßen:

„Laut Artikel 16 des Rundfunkgesetzes sollen die Board-Mitglieder umfangreiche Erfahrungen und Kenntnisse besitzen und verschiedene Bereiche wie Bildung, Kultur, Wissenschaft und Industrie vertreten. 8 der 12 Mitglieder des Boards sollen zudem die acht Großregionen Japans repräsentieren. Ausgeschlossen von der Mitgliedschaft sind laut Rundfunkgesetz u.a. aktive Ministerialbeamte, Hersteller und Vertreiber von Rundfunkausrüstungen, Zeitungsverleger, Besitzer von Nachrichtenagenturen und Funktionäre politischer Parteien.“ (Köllner 2003: 117, in Gössmann/Waldenberger)

¹⁰ Die von Legewie zusammengestellte Übersicht beinhaltet nur die wichtigsten Medien.

In diesem Aspekt ist NHK ganz im Sinne eines öffentlich rechtlichen Rundfunks organisiert. Da Finanzen und Vorhaben der Unternehmensführung aber ebenso vom Parlament genehmigt werden müssen, wodurch die Unabhängigkeit NHKs sichergestellt werden soll (Hachmeister/Rager 1997: 76), ist eine große Nähe zum Staat gegeben.

So ist NHK nach der Definition Pürers (2003: 419) als staatliches Medienunternehmen zu klassifizieren: Die Gründung erfolgte durch den Staat, die Kontrolle obliegt in letzter Instanz dem Parlament und der Regierung, die mit dem „Board of Governors“ auch die wichtigsten Funktionsträger einsetzen (Köllner 2003: 116f., in Gössmann/Waldenberger). Die Finanzierung erfolgt anhand der Zwangsgebühren zur Gänze aus öffentlichen – wenn auch nicht staatlichen - Geldern (siehe Kapitel 4.1.6) und die Berichterstattung häufig im Sinne einer konkordanten Medienkultur (siehe Kapitel 4.1.9).

Obwohl privater Besitz im japanischen Mediensystem die Überhand hat, kann man dennoch ob der Größe und Bedeutung NHKs von einer Mischform aus privatem und öffentlichem Medienbesitz sprechen – Japan ist in diesem Fall in die Linie B von Blums Modell einzuordnen.

4.1.6 Medienfinanzierung

In diesem Kapitel werden, angelehnt an die in Kapitel 3.2.5 vorgestellten Finanzierungsformen von Medien, die verschiedenen Einnahmequellen des japanischen Medienmarktes betrachtet, unterteilt nach Presse und Rundfunk. Wie genau sich die Einnahmen zusammensetzen und wie viel einzelne Medienunternehmen verdienen, ist nur schwer festzustellen, da keine Geschäftsberichte veröffentlicht werden (White 2005: 77).

- Presse

Printerzeugnisse in Japan finanzieren sich zu einem großen Teil über den Publikumsmarkt, was im internationalen Vergleich eine Besonderheit darstellt. Erlöse aus dem Verkauf sind die wichtigste Form der Finanzierung (Hediger 2007: 305, in Thomaß) und stellen etwa 50 Prozent der Gesamteinnahmen dar (Cooper-Chen 1997: 66). Werbeeinnahmen hingegen sind mit etwas über 30 Prozent die zweitgrößte Finanzierungsquelle (Saito/Takeshita 2008: 388, in Strömbäck/Kaid). Dazu zählen auch Werbungen und Anzeigen, die in Wahlkämpfen für politische Kandidaten von öffentlichen Organen bezahlt werden (FPC 2004: 113). Japans Presse ist demnach zu einem erheblichen Teil marktfinanziert. Die Orientierung am „Massengeschmack“ der Zeitungen (vgl. Pürer 2003: 229, siehe Kapitel 3.2.5) ist angesichts

der Wichtigkeit des Publikumsmarktes nicht ausschließlich auf höhere Preise für Anzeigen zurückzuführen – vielmehr will man zahlende Leser und damit die wichtigste Einnahmequelle nicht „vergraulen“. Den Rest erwirtschaften die Verlage aus anderen Quellen, etwa aus Auflage- und Druckgebühren (FPC 2004: 31; Legewie 2010: 13).

Neben diesen Finanzierungsformen aus dem Markt genießen japanische Printmedien einige vom Staat gesetzlich verankerte Vorteile. So können Zeitungen und Zeitschriften national zu festgelegten Preisen verkauft werden – dies stellt eine Ausnahme des Antimonopol-Gesetzes dar, das es anderen Produzenten verbietet, Einzelverkäufer an fixe Preise für den Verkauf ihrer Produkte zu binden (FPC 2004: 28f.). Ebenso wird die japanische Presse durch ermäßigte Postgebühren vom Staat gefördert (FPC 2004: 113). Der Staat bietet den Medien außerdem gewisse Steuer-Privilegien. So können etwa Ausgaben für Unterhaltung steuerlich geltend gemacht werden – vorausgesetzt, diese fallen in die Kategorie „Ausgaben für Nachrichtensammeln“ (FPC 2004: 113). Außerdem ist der Einfuhrzoll bei Erzeugnissen wie Tinte für den Druck von Presseprodukten niedriger, als gewöhnlich (FPC 2004: 113). Zudem erhalten Tageszeitungen Zuschüsse aus öffentlichen Geldern für die Veröffentlichung von körperschaftlichen Rechenschaftsberichten und gerichtlichen Bekanntgaben, deren Publikation gesetzlich festgelegt ist (FPC 2004: 113).

- Rundfunk

Wie erwähnt gibt es in Japan ein duales Rundfunksystem, das sich einerseits aus kommerziellen Sendern, andererseits aus NHK, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, zusammensetzt. Diese Unterteilung wird auch im Bereich der Finanzierung besonders deutlich.

So wird NHK nicht aus Mitteln von Staat und Regierung finanziert (Krauss 1996: 90, in Pharr/Krauss) und ist auch gänzlich unabhängig vom privaten Anzeigenmarkt (Saito/Takeshita 2008: 388, in Strömbäck/Kaid). In Artikel 46 des japanischen Rundfunkgesetzes ist festgehalten, dass NHK keinerlei Werbung schalten darf (FPC 2004: 58). Die Einnahmen kommen nahezu ausschließlich aus den Rundfunkgebühren, die etwa 38 Millionen japanische Haushalte mit Empfangsgeräten in Einklang mit Artikel 32 des Rundfunkgesetzes zu entrichten haben (White 2005: 87; FPC 2004: 58). Dadurch werden jedes Jahr im Durchschnitt 97 Prozent des Budgets gedeckt (Hachmeister/Rager 1997: 76). Da nahezu jeder japanische Haushalt bereits diese Rundfunkgebühren zahlt, hat NHK keinen großen Spielraum mehr zur Steigerung seines Einkommens – dies kann, neben Kündigungen und Ausgliederung von Produktionen, nur durch Erhöhung der Gebühren erreicht werden,

wofür NHK wiederum das Einverständnis des Parlaments benötigt (Sugiyama 2000: 195). Das Einnahmen- und Ausgabenbudget des öffentlichen Rundfunks muss jedes Jahr vom Parlament genehmigt werden (FPC 2004: 58, siehe auch Kapitel 4.1.8).

Im Gegensatz dazu finanzieren sich die kommerziellen Rundfunkanstalten gänzlich über Werbung und Anzeigen (FPC 2004: 64). Dazu zählt Sponsoring für Programme ebenso wie Spot-Werbung (Sugiyama 2000: 195, in Curran/Park). Publikumsbemessungen sind dabei eine wichtige Bezugsmarke für Sponsoren, da auf dieser Grundlage der Preis für jedes Programm und jede Werbeeinschaltung und so die Einnahmen der Sender bestimmt werden (Sugiyama 2000: 195, in Curran/Park). Wie viel Werbung ausgestrahlt werden darf, ist in Japan genauen Regeln unterworfen. Rundfunkregulierungen in Japan erlauben ein Maximum an sechs Werbeminuten je 60-minütigem Programm (Cooper-Chen 1997: 136). Diese Einschränkung kann durch die Ausstrahlung von kurzen Programmen umgangen werden: Dauert eine Sendung nur fünf Minuten, ist eine Werbeminute erlaubt; im Durchschnitt kommen die Sender so auf zehn Minuten Werbung pro Stunde (Cooper-Chen 1997: 136).

Staatliche Förderungen – wie die oben erwähnten Steuer- und Zollvorteile – kommen auch dem Rundfunk zugute (FPC 2004: 113). Zusätzlich können sich Rundfunkunternehmen seit 1995 an der Börse listen lassen und haben damit eine weitere Möglichkeit, ihr Kapital zu erhöhen (FPC 2004: 112).

Zusammengefasst lässt sich im Bereich Medienfinanzierung erkennen, dass japanische Medien zu einem großen Teil marktfinanziert sind. Der staatliche Einfluss wird vor allem beim öffentlichen Rundfunk, ebenso aber durch verschiedene Gesetze und fallweise Förderungen deutlich. In Blums Modell fällt Japan in dieser Kategorie somit in die Linie B: Die Medien werden sowohl vom Markt, als auch aus öffentlicher bzw. staatlicher Hand finanziert.

4.1.7 Politischer Parallelismus

In diesem Kapitel wird anhand der im Theorieteil (siehe Kapitel 3.2.6) vorgestellten Kategorien betrachtet, wie stark der politische Parallelismus im japanischen Mediensystem ausgeprägt ist. Dafür werden, wie bereits in Kapitel 3.2.6 erwähnt, vor allem jene Kategorien herangezogen, die Hallin und Mancini 2004 vorgeschlagen haben. Sie werden jedoch auch um einzelne Faktoren ergänzt, die Blumler und Gurevitch 1995 ins Spiel gebracht haben.

Die japanischen Medien, insbesondere die nationalen Tageszeitungen, haben mit dem Ruf zu kämpfen, die langweiligsten Medien der Welt zu sein (Legewie 2010: 4): Sowohl die großen Tageszeitungen, als auch NHK und kommerzielle Fernsehsender tendieren dazu, eine Wiedergabe von Meinungen und Ansichten zu vermeiden. Stattdessen transportieren sie größtenteils Fakten, nur in seltenen Fällen Kommentare. Das führt zu Inhalten, die sich auf den ersten Blick kaum voneinander unterscheiden (Legewie 2010: 4).

So tritt der seltene Fall, dass sich einzelne Nachrichtenorganisationen je einer politischen Partei angleichen (Hallin/Mancini 2004: 27), im japanischen Mediensystem nicht ein. Auch hier richten sich die Medien nach politischen Tendenzen – wenn auch in geringem Ausmaß, wie dieses Kapitel zeigen wird.

- Medieninhalt

Die japanischen Medien reflektieren nur zu einem sehr geringen Ausmaß politische Orientierungen bei Nachrichten- und Unterhaltungsinhalten. Durch die Adaption des „Neutralitäts-Prinzips“ verpflichten sich etwa die großen Tageszeitungen Japans selbst zu einer objektiven Berichterstattung (Takeshita/Ida 2009: 159, in Willnat/Aw). Das Prinzip der Neutralität beinhaltet allerdings nicht nur eine möglichst balancierte und faire Berichterstattung. Vielmehr bedeutet es im japanischen Zusammenhang, dass Medien keinesfalls bestimmte Standpunkte oder Meinungen vertreten, sondern eher konziliante Positionen einnehmen sollen (Takeshita/Ida 2009: 159, in Willnat/Aw). Während sich die Tageszeitungen selbst der Neutralität verschreiben, sind Fernseh- und Radioanstalten im Rahmen des Rundfunkgesetzes gesetzlich zu einer unparteiischen Berichterstattung verpflichtet (Saito/Takeshita 2008: 389, in Strömbäck/Kaid).¹¹

Nach Umfragen sind nur 20 Prozent der Japaner der Meinung, dass Zeitungen, Magazine und Fernsehsender politisch in eine bestimmte Richtung geneigt sind (Pharr 1996: 5, in Pharr/Krauss). Dennoch erkennt man in wenigen Fällen Unterschiede in der redaktionellen Ausrichtung. Das folgende Beispiel zeigt einen Fall, in dem man wohl angelehnt an Blumler

¹¹ Finden Wahlen statt, gelten für alle japanischen Medien strengere gesetzliche Ausnahmeregelungen: Das Wahlgesetz verbietet es politischen Kandidaten, Anzeigen- und Werbeplätze in Print- und Rundfunkmedien zu kaufen – Parteien dürfen nur inserieren, wenn sie keine bestimmten Kandidaten zeigen (Pharr 1996: 7, in Pharr/Krauss). Das Gesetz gibt weiters vor, dass die Wahlberichterstattung strikt neutral erfolgen muss. So wird etwa in den Abendnachrichten jeder Kandidat, der zur Wahl antritt, gleich oft dargestellt (Pharr 1996: 7, in Pharr/Krauss). Damit hat Japan die restriktivsten Wahlberichterstattungs-Gesetze aller Demokratien weltweit (Farley 1996: 143f., in Pharr/Krauss).

und Gurevitch (1995: 65) von einem „ad hoc“ auftretenden politischen Parallelismus sprechen kann:

„Take the example of the government’s decision in late 2003 to send Self-Defense Force troops to Iraq, a dispatch that actually took place in January and February 2004. Four major dailies supported the government’s policy, while two opposed it. The *Yomiuri*, *Sankei* and *Nihon Keizai* were in clear support of the troop dispatch, while the *Mainichi*, which initially was opposed, changed its position in favor once the decision was made by the government. The *Asahi* and *Tokyo* were clearly opposed.“ (FPC 2004: 21).

Auch anhand der Analyse von Sugiyama erkennt man, dass politischer Parallelismus in Japan am ehesten „ad hoc“ auftritt:

„*Yomiuri*, which has the largest circulation, supported the LDP government when they implemented such neo-liberal policies as the privatization of several public institutions including the Japanese National Railways and the proposed review of the current welfare system. In turn, *Asahi* showed sympathy for the LDP when they announced liberal policies, and, in some cases, even for the progressive parties. *Nikkei*, a technical newspaper devoted to economics, reflects on the opinions of industrial businesses and supports increased deregulation of the market and stability without any confusion.“ (Sugiyama 2000: 199, in Curran/Park)

Anhand solcher Beispiele kann man die japanischen Medien zumindest grob nach ihrer politischen Einstellung ordnen: *Sankei*, *Nikkei* und *Yomiuri* gelten als am weitesten rechts im politischen Spektrum und konservativ, während *Asahi* und *Mainichi* eher am linken, liberaleren Rand zu finden sind (FPC 2004: 21; Akuto 1996: 319, in Pharr/Krauss). Gleichmaßen ist der öffentliche Rundfunk NHK konservativer, als kommerzielle Sender (Saito/Takeshita 2008: 391, in Strömbäck/Kaid). Jedoch besteht keinesfalls eine festgelegte Verbindung und damit einhergehende Unterstützung einzelner Medien zu bestimmten Parteien oder politischen Ideologien – fast immer steht unparteiische, objektive Berichterstattung im Vordergrund (FPC 2004: 17).¹²

- Organisatorische Verbindungen

Über das System der Presseclubs stehen die japanischen Medien in enger Verbindung mit politischen Einrichtungen (Pharr 1996: 9, in Pharr/Krauss). Die wichtigsten Pressclubs befinden sich in Regierungsbehörden: Ministerien, das Büro des Premierministers, die zwei Häuser des Parlaments sowie die Regierungs- und Oppositionsparteien haben eigene

¹² Eine Ausnahme bilden Magazine und Wochenzeitungen, die unterschiedlichere Orientierungen aufweisen und eine diversifizierte Leserschaft anziehen (Nester 1989: 30). Allerdings fallen zählen sie nicht zur japanischen „mainstream“ Presse und werden in der Literatur häufig als „Außenseiter“ bezeichnet (vgl. etwa Legewie 2010).

Reporterclubs (Krauss 1996: 109f., in Pharr/Krauss), durch welche die Nachrichten sehr stark geprägt sind (Krauss 1996: 110, in Pharr/Krauss). Japanische Journalisten befinden sich in diesem System in institutionalisierten Beziehungen zu ihren Quellen (Krauss 1996: 109, in Pharr/Krauss). Da jeder Journalist seinen eigenen Zuständigkeitsbereich durch die Arbeit in einem bestimmten Presseclub abdeckt, entsteht nicht nur eine intensive Abhängigkeit zwischen Reportern und ihren Informanten, sondern auch die starke Tendenz, dass Nachrichten so dargestellt werden, wie die Quellen sie sehen (Krauss 1996: 109, in Pharr/Krauss). Dies ist mitunter ein Grund für die stark ausgeprägte Uniformität der großen japanischen Medien (Nester 1989: 33). Journalisten werden zu Vermittlern offizieller Informationen, die es sich nicht leisten können, eine Quelle zu entfremden (Krauss 1998: 109, in Pharr/Krauss).

- Tendenz des Medienpersonals, im politischen Leben aktiv zu sein

In der Literatur finden sich keine Angaben zu einer auffällig häufigen Tätigkeit von Journalisten in öffentlichen und Parteibüros. Da sich die Medien inhaltlich nicht stark voneinander unterscheiden, erübrigt sich in vielen Fällen eine bewusste Auswahl des journalistischen Arbeitsplatzes nach politischen Kriterien. Andererseits ist es in Japan üblich, dass führende Personen von Medienunternehmen gemeinsam mit Industriellen in Körpern vertreten sind, deren Aufgabe die Regierungsberatung ist (Westney 1996: 57, in Pharr/Krauss). Dabei geht es häufig auch um Beratungsinhalte, die das öffentliche Interesse betreffen (Westney 1996: 57, in Pharr/Krauss). In jedem dieser Körper ist mindestens eine der fünf großen nationalen Tageszeitungen vertreten – durch die enge Verbindung zur Industrie können hier inhaltliche Einschränkungen in der Berichterstattung erfolgen (Westney 1996: 58, in Pharr/Krauss).

Zwar tendiert das Medienpersonal nicht dazu, einen politischen Weg einzuschlagen. Umgekehrt aber nehmen ehemalige hochrangige Bürokraten des *Ministry of Post and Telecommunications* (MPT, heute: *Ministry of Internal Affairs and Communications*, MIC) nicht selten hohe Positionen in der Medienindustrie ein (Akhavan-Majid 1990: 1009, zitiert nach Cooper-Chen 1997: 26). Politiker werden häufiger im Medienleben aktiv, als umgekehrt. Dabei spielt die Parteizugehörigkeit allerdings eine untergeordnete Rolle: Es stehen nicht ganze Parteien mit bestimmten Medienunternehmen in Verbindung (vgl. Blumler/Gurevitch 1995: 64f.), sondern einzelne Politiker, die zumeist zuvor als politische Regulatoren mit Medien zu tun hatten (Akhavan-Majid 1990: 1009, zitiert nach Cooper-Chen 1997: 26).

- Parteilichkeit des Medienpublikums

Die sehr ähnlichen Inhalte insbesondere der japanischen Tageszeitungen führen dazu, dass bestimmte Zeitungen vom Publikum nicht entsprechend ihrer politischen Einstellung konsumiert werden:

„Der Zeitungsmarkt in Japan wird im Westen oft wegen seiner gleichen Berichterstattung kritisiert. Gleich heißt dabei, dass die Inhalte der Berichte in den großen nationalen Tageszeitungen sich nur unwesentlich voneinander unterscheiden. Eine Zeitung A und eine Zeitung B zu abonnieren, um politische Kommentare und Interpretationen aus sehr unterschiedlicher Perspektive zu erhalten, wie es in deutschen Haushalten häufig der Fall ist, ist in Japan nicht Usus.“ (Derichs/Lukner 2008: 280, in Heberer/Derichs)

Gleichzeitig unterscheidet man bei japanischen Zeitungen nicht zwischen Qualitäts- und Boulevardblättern – jede Zeitung hat eine breite Spanne an Lesern unterschiedlichster sozialer Herkunft (FPC 2004: 17).

- Journalistische Rollenorientierungen und Praktiken

Das Neutralitätsprinzip (siehe Absatz Medieninhalt) betrifft nicht nur gesamte Nachrichtenorganisationen. Auch einzelne Journalisten orientieren sich daran: Sie sehen sich nicht als Beeinflusser der öffentlichen Meinung, sondern als unparteiische Beobachter von Ereignissen (Takeshita/Ida 2009: 159, in Willnat/Aw).

Der externe Pluralismus nach der Definition von Hallin und Mancini (2004: 29f.) ist im japanischen Mediensystem nicht gegeben. Zwar gibt es viele unterschiedliche Medien, die in hartem Konkurrenzkampf zueinander stehen, aber gleichzeitig mangelt es an Diversität (Westney 1996: 77, in Pharr/Krauss). Wie bereits erwähnt, sind die wichtigsten und am meisten konsumierten Medien sehr homogen. Dies hat vor allem mit Wachstumsstrategien zu tun: Die Leser und Zuseher sollen nicht „befremdet“ werden. Sie sollen im eigenen Produkt genau das finden, was auch die Konkurrenz anbietet (Westney 1996: 78, in Pharr/Krauss; siehe auch Kapitel 4.1.10). Maggie Farley bringt diese spezielle Eigenschaft des japanischen Mediensystems am Beispiel der Tageszeitungen folgendermaßen auf den Punkt:

„The effort to attract the widest possible audience keeps the news moderate and non-partisan. Commercial concerns seem to underlie the common newspaper practice of not endorsing political candidates, unlike the newspapers in other countries. According to Matsuyama of *Asahi*, the paper fears that if it comes out in favor of one candidate, it would lose readers who support the other candidates, a loss that could amount to hundreds of thousands of subscriptions.“ (Farley 1996: 139, in Pharr/Krauss)

Der interne Pluralismus hingegen ist stark ausgeprägt (siehe Absatz Medieninhalt in diesem Kapitel), was auf eine schwache Form des politischen Parallelismus hindeutet.

Auch hier bildet der öffentliche Rundfunk NHK eine Ausnahme: Dieser ist nach Pürers Kriterien (2003: 419) als staatlich einzustufen. Das Direktorium, das in weiterer Folge den Präsidenten bestimmt, wird direkt vom Premierminister (mit Zustimmung des Parlaments) entsandt und kann nur mit deren Genehmigung eingesetzt werden (Hachmeister/Rager 1997: 76). Nach Hallins und Mancinis Definition (2004: 30) ist der politische Parallelismus damit beim japanischen öffentlichen Rundfunk als sehr stark einzustufen (siehe Kasten 1: Öffentlicher Rundfunk und politischer Parallelismus).

Im japanischen Mediensystem ist der politische Parallelismus demnach weder stark, noch schwach ausgeprägt. Zwar sind die Inhalte der Leitmedien sehr homogen, gleichzeitig ist größere Diversität in der privaten Rundfunk- und Magazinlandschaft zu finden. Die großen Tageszeitungen haben zumindest tendenzielle politische Orientierungen. Das Medienpersonal tendiert nicht dazu, im politischen Leben aktiv zu sein. Gleichzeitig bestehen allerdings über das Presseclub-System starke organisatorische Verbindungen der Leitmedien zu politischen Parteien und Institutionen. Dennoch sehen sich Journalisten als neutrale Vermittler von Informationen, der interne Pluralismus ist stark ausgeprägt. NHK ist zwar unter dem Rundfunkgesetz zu neutraler Berichterstattung verpflichtet (Cooper-Chen 1997: 181), ist aber nach Hallins und Mancinis Kriterien (2004: 30) stark durch politischen Parallelismus geprägt. Diese Aspekte machen deutlich, dass Japan in diesem Bereich in die Linie B in Blums Modell einzuordnen ist.

4.1.8 Staatskontrolle über Medien

„What may be distinctive about the media system in Japan is not that nonpluralist and controlled elements exist – they do in all democracies – but rather that in Japan the institutions of newspaper and broadcast journalism, business, and the state connect in such a way that their informal processes have often wound up limiting the pluralism and autonomy that the formal structures should provide.“ (Krauss 1996: 358, in Pharr/Krauss)

Wie bereits im Theorieteil werden auch in diesem Kapitel einzelne bereits behandelte Aspekte (insbesondere aus den Kapiteln Medienfreiheit, Medienbesitz, Medienfinanzierung und Politischer Parallelismus) nochmals aufgegriffen und durch einige weitere Indikatoren

ergänzt, die eine Einordnung Japans in Blums Modell im Bereich Staatskontrolle über Medien möglich machen.

Im Bereich Medienbesitz scheinen die Kontrollmöglichkeiten des japanischen Staates nicht hoch. Denn mit Ausnahme von NHK sind alle japanischen Medienunternehmen in privatem Besitz (siehe Kapitel 4.1.5)

Ähnlich verhält es sich im Bereich Medienfinanzierung, obgleich die Möglichkeiten staatlicher Einflussnahme hier etwas höher sind: Wie bereits in Kapitel 4.1.6 erwähnt, sichert sich der Staat in Japan über indirekte Subventionen Einfluss auf die Medienlandschaft. Das Antimonopol-Gesetz bildet etwa eine Ausnahme für Printmedien (FPC 2004: 28f.), Postgebühren sind für die Beförderung von Printmedien ermäßigt (FPC 2004: 113), Medienunternehmen haben steuerliche Vorteile (FPC 2004: 113) und müssen bei der Einfuhr von medienrelevanten Gütern geringere Zollgebühren zahlen (FPC 2004: 113). Außerdem erhalten die ansonsten marktfinanzierten Presseunternehmen Geld vom Staat, wenn sie körperschaftliche Rechenschaftsberichte oder gerichtliche Bekanntgaben abdrucken (FPC 2004: 113). Auch der Rundfunk genießt in Japan Steuer- und Einfuhrvorteile (FPC 2004: 112).

Die japanischen Medienunternehmen werden dennoch zu einem sehr großen Teil über den Markt finanziert, was in diesem Bereich ob des geringen Anteiles der oben erwähnten staatlichen Subventionen auf eine schwache Form der Staatskontrolle schließen lässt. Eine Ausnahme bildet auch hier der öffentliche Rundfunk NHK, dessen jährliches Budget von der Regierung genehmigt werden muss (FPC 2004: 58), die sich dadurch Einfluss und Kontrollmöglichkeiten sichern kann¹³:

„Eine besondere Möglichkeit zum ‚Einnorden‘ der NHK-Spitze bietet die Verabschiedung des NHK-Jahreshaushalts durch das Parlament. Bevor überhaupt das Board of Governors den jeweiligen Haushaltsplan zu sehen bekommt, wird dieser von der Verwaltungsspitze des Senders mit Mitgliedern des ‚Stammes der Telekommunikationsabgeordneten‘ abgestimmt. Insbesondere in Zeiten, in denen NHK eine Erhöhung der Gebühren durchzubringen sucht, ergeben sich Möglichkeiten, den Haushalt als ‚Geisel‘ zu nehmen und so Druck auf die Rundfunkanstalt auszuüben.“ (Köllner 2003: 119, in Gössmann/Waldenberger)

Obwohl die Finanzierung über Zusehergebühren theoretisch die Unabhängigkeit NHKs von der Regierung sichern sollte (Cooper-Chen 1997: 181), ist gerade hier eine große Kontrollmöglichkeit gegeben.

¹³ Die japanische Regierung hat allerdings keinen Einfluss auf NHKs tägliche Geschäfte. In diesem Sinne ist der öffentliche Rundfunk unabhängig, gleichzeitig aber gegenüber der Regierung rechenschaftspflichtig (Krauss 1996: 90, in Pharr/Krauss).

Auch in Japan tragen verschiedene Gesetze und Regelungen zu höheren Kontrollmöglichkeiten durch den Staat bei, insbesondere beim Rundfunk. Die im Folgenden behandelten Regelungen und Gesetze finden in der verwendeten Literatur Erwähnung:

Rundfunkinhalte werden im Rundfunkgesetz, insbesondere in Artikel 3, Absatz 2 geregelt (FPC 2004: 62), das bereits in Kapitel 4.1.4 behandelt wurde. In diesem Gesetz (Artikel 44) ist unter anderem für den öffentlichen Rundfunk NHK festgehalten, dass er politisch unparteiisch berichten, verschiedene Blickwinkel darstellen sowie gleichzeitig die moderne Kultur fördern und die Kultur der japanischen Vergangenheit bewahren muss (Cooper-Chen 1997: 181). Grundlegende inhaltliche Vorgaben gibt es auch für private Rundfunkanstalten (Köllner 2003: 116, in Gössmann/Waldenberger).

Rundfunken unterliegen auch der gesetzlich geregelten Lizenzvergabe durch die Regierung (Sugiyama 2000: 194, in Curran/Park). Das Vergabesystem wird häufig kritisiert, da es dazu beiträgt, dass die Rundfunklizenzen in den Händen der sozial und politisch Einflussreichen bleiben, was der Diversität im Rundfunksystem entgegenwirkt (Cooper-Chen 1997: 180). Die Regierung ist auch autorisiert, Rundfunkstationen die Lizenzen zu entziehen – diese Möglichkeit wurde allerdings noch nie zur Anwendung gebracht (Maezawa 2003: 293, in Bertrand). Das Radiogesetz, wie das Rundfunkgesetz in den 1950ern erlassen, regelt technische Belange (Cooper-Chen 1997: 179). Außerdem gibt es ein Anti-Monopol-Gesetz für den Rundfunk (Cooper-Chen 1997: 179). Für die Regulierung des Rundfunkes war ab 1952 das MPT (heute: MIC) verantwortlich, das unter anderem Richtlinien – etwa für die Errichtung einer Rundfunkstation – publiziert (Cooper-Chen 1997: 180).

Wie bereits erwähnt gibt es in Japan kein eigenes Pressegesetz. Allerdings gibt es sehr wohl staatliche Regelungen, die gleichermaßen für Presse und Rundfunk bindend sind. Dazu zählt etwa das Beleidigungsgesetz. Dieses Gesetz schafft die Möglichkeit, Medien zu verklagen, sollten sie den Ruf einer Person schädigen (Cooper-Chen 1997: 186). Obwohl in der Vergangenheit nur wenige diesbezügliche Klagen eingereicht wurden, sehen sich die Medien aufgrund der Möglichkeit in ihrer Freiheit eingeschränkt (Cooper-Chen 1997: 187). Gleiches gilt für das Recht auf Privatsphäre, das von den Medien nicht verletzt werden darf. In diesem Bereich traten bereits Fälle auf, in denen es NHK von politischer Seite untersagt wurde, bestimmte Live-Inhalte – so etwa Banketts des Premierministers – zu senden, da diese die Privatsphäre verletzen würden (Cooper-Chen 1997: 182).

Weitere Einschränkungen erfahren die japanischen Medien im Rahmen des Jugendschutzgesetzes, das es etwa untersagt, im Falle einer Gerichtsverhandlung die Namen minderjähriger Verdächtiger zu veröffentlichen (Cooper-Chen 1997: 189). Wie bereits

erwähnt dürfen auch keine Inhalte veröffentlicht werden, welche die Staatssicherheit, die soziale Ordnung oder die persönliche Würde gefährden (FPC 2004: 103).

Ein weiteres die Medien betreffendes Gesetz ist die strenge Regelung der politischen Kommunikation während Wahlkämpfen (siehe Kapitel 4.1.7).

Japanische Medien operieren also im Rahmen der oben genannten Gesetze, von denen kein Mediensystem gänzlich frei ist. Da aber insbesondere die Rundfunkgesetze und die Regelungen der politischen Kommunikation während Wahlkämpfen vergleichsweise streng sind, ist davon auszugehen, dass die Staatskontrolle in diesem Bereich mittel ausgeprägt ist.

Im Bereich Medienpersonal ist insbesondere NHK der Kontrolle seitens der Regierung ausgesetzt, da das Direktorium vom Premierminister bestellt wird (Legewie 2010: 17). Wie in Kapitel 4.1.7 erwähnt, besteht in Japan auch die Tendenz, dass ehemalige Beamte des MPT oftmals hohe Positionen in Medienunternehmen einnehmen (Akhavan-Majid 1990: 1009, zitiert nach Cooper-Chen 1997: 26). Dies fundiert allerdings nicht auf einer gesetzlichen Regelung. Im Allgemeinen suchen sich japanische Medienunternehmen ihre Mitarbeiter selbst aus, Journalisten haben keine speziellen Trainings- oder Sozialisierungsprozesse durchlaufen, sondern werden von den Universitäten rekrutiert (Cooper-Chen 1997: 193, siehe Kapitel 4.1.5). Wenn Kandidaten auf politischer Basis bestellt werden, dann nur für die obersten Positionen in Medienunternehmen – dies ist allerdings auf NHK und dessen Direktorium beschränkt. Insofern ist die Staatskontrolle in diesem Bereich schwach ausgeprägt.

Der Bereich Zensur wurde bereits in Kapitel 4.1.4 ausführlich behandelt. Zwar gibt es in Japan keine diesbezüglichen gesetzlichen Regulierungen, aber das Presseclubsystem erlaubt es staatlichen Institutionen, großen Einfluss auf Medienunternehmen auszuüben: „Press clubs are perhaps the most important means of government control“ (Nester 1989: 34). Unter dem Presseclubsystem erfolgt zwar keine direkte Zensur, jedoch ergibt sich eine direkte Kontrollmöglichkeit der Medieninhalte, auf die tagtäglich zurückgegriffen wird. Hier erfolgen also starke Restriktionen auf die Mitglieder der Presseclubs.

Angesichts der oben behandelten Aspekte ist Japan vor allem aufgrund der hohen Kontrolle über NHK und des Presseclubsystems im Bereich Staatskontrolle in Linie B von Blums Modell einzuordnen.

4.1.9 Medienkultur

„Ähnlich wie in den ökonomisch weniger avancierten Ländern mit vergleichbaren politischen Systemen, Thailand und Kambodscha, verhalten sich die Leitmedien in der Regel staats-treu. Sie stützen die Monarchie und halten sich mit Kritik an der jeweils regierenden Partei nach westlichen Begriffen merklich zurück. Zugleich aber kommt ihnen eine ‚trickster¹⁴‘- oder Hofnarren-Funktion zu, können sie doch immer wieder Missstände benennen, die in einem totalitären System verschwiegen würden.“ (Hediger 2007: 306f., in Thomaß 2007)

Dieses Kapitel soll die Frage beantworten, ob japanische Medien investigativ oder konkordant gegenüber Staat und Regierung ausgerichtet sind, ob sie im Sinne der Öffentlichkeit als „Wachhunde“ agieren und so ihre Kritik- und Kontrollfunktion betonen oder vielmehr den Status quo vertreten.

Wie in obigem Zitat deutlich wird, zeichnen sich die japanischen Leitmedien nicht durch investigativen, kritischen Journalismus aus. Der wichtigste Grund dafür sind die bereits erwähnten Presseclubs, die unabhängige, investigative Recherche weitgehend verhindern und innerhalb derer darauf geachtet wird, die Regierung durch den Journalisten „zugefütterte“ Informationen positiv darzustellen (Farley 1996: 136, in Pharr/Krauss). Die allgegenwärtige Selbstzensur (siehe Kapitel 4.1.4) und das damit verbundene bewusste Aussparen bestimmter kritischer Informationen trägt ebenso zu einer konkordanten Medienkultur bei: Journalisten sehen sich als Aufrechterhalter der öffentlichen Moral und weigern sich, etwaige unangenehme Themen aufzudecken und zu publizieren (Farley 1996: 138, in Pharr/Krauss). Die japanischen Medien geben die „Fassade“, die Politiker nach außen tragen wollen, an die Öffentlichkeit weiter; nicht die dahinter steckende Realität (Farley 1996: 142, in Pharr/Krauss). Dies zeigt sich, wie Derichs und Lukner betonen, in jedem Artikel:

„Artikel werden anonym publiziert, Stellungnahmen zu heiklen Themen Gastautoren überlassen und Sachverhalte nicht auseinander gepflückt, sondern oberflächlich, vage und verschwommen dargestellt.“ (Derichs/Lukner 2008: 281, in Heberer/Derichs)

Diese Konkordanz in der Medienkultur steht auch in Japan in engem Zusammenhang mit der politischen Kultur: Harmonie zwischen Individuum und Gesellschaft wird betont, weswegen investigative Reporter nur wenig Respekt und Anerkennung erhalten (Cooper-Chen/Kodama 1997: 18).

¹⁴ Die Bezeichnung der japanischen Medien als „trickster“ wurde von Susan J. Pharr ins Spiel gebracht und wird von ihr in „Media and Politics in Japan“ (1996) auf S. 19ff. ausführlich behandelt. Die Medien als „trickster“ dienen nach Pharr keinen bestimmten Interessen, haben große Macht und sind gleichzeitig unabhängig vom Staat (Pharr 1996: 34, in Pharr/Krauss).

„Japanese cultural norms dictate that one should acknowledge only the surface, even if what is going on underneath is well understood. Such norms obviously represent a problem for the mainstream press, for they mean that taking notice of shady dealings is somehow unseemly.“ (Farley 1996: 143, in Pharr/Krauss).

Diese Harmonie soll innerhalb der Presseclubs auch zwischen Informanten und Journalisten bestehen:

„The equating of journalism with confrontation does not exist in Japan at the large media companies. The *kisha* club system (...) shows this tendency at its zenith. The covered and the coverers together form a tight group, excluding all others; loyal group members do not tell tales of school (i.e., print disloyal investigative stories).“ (Cooper-Chen 1997: 23)

Das Ziel, als „Wachhund“ zu fungieren und stets eine Kritik- und Kontrollfunktion auszuüben wird unter den japanischen Leitmedien also durch das Streben, Harmonie zu schaffen, ersetzt. Die Interessen der Informanten werden durch die Medien auf freiwilliger Basis vertreten und der Status quo wird respektiert, nicht kritisiert. Infolgedessen wurden die japanischen Medien in der Vergangenheit immer wieder als „Diener des Staates“, nicht als Kritiker desselben, bezeichnet (Legewie 2010: 4). Und auch das japanische Medienpersonal sieht sich als Teil der gesellschaftlichen und politischen Strukturen (White 2005: 103), nicht als außenstehender Kontrolle ausübender Beobachter.

Diese stark ausgeprägte Konkordanz bezieht sich jedoch wie erwähnt ausschließlich auf die großen japanischen Leitmedien: Die fünf großen Tageszeitungen und NHK. Investigativer, kritischer Journalismus ist den japanischen Medien nicht unbekannt, jedoch geht er nicht von den großen Zeitungen und Rundfunkstationen, sondern von Wochenzeitschriften, Magazinen, kleineren privaten Fernsehsendern, freien und ausländischen Journalisten aus, aber auch von Kolumnisten oder Experten, die in den großen Tageszeitungen oder im Fernsehen als freie Mitarbeiter ihre eigenen Meinungen wiedergeben (Cooper-Chen 1997: 32). Diese wegen ihres Ausschlusses aus den Presseclubs als „Außenseiter“ bezeichneten Medienschaffenden (vgl. etwa Farley 1996: 140, in Pharr/Krauss; Legewie 2010) sind zwar nicht vollständig frei von den Einschränkungen, unter denen die Leitmedien arbeiten müssen, aber doch weniger von ihnen betroffen (Farley 1996: 140, in Pharr/Krauss). Private Fernsehstationen etwa haben größeren Freiraum für kritische Berichterstattung, da ihre Budgets nicht vom Parlament kontrolliert werden, wie es bei NHK der Fall ist (Gatzen 2001: 5). Sie sind diejenigen im japanischen Mediensystem, die investigativ recherchieren und berichten – dies ist vor allem auf ihre stärker ausgeprägte Unabhängigkeit von Quellen und Informanten zurückzuführen (Farley 1996: 140; Altman 1996: 174, beide in Pharr/Krauss). Von den „Außenseitern“

werden auch Informationen ans Tageslicht gebracht, die sich die Leitmedien zu veröffentlichen weigern: Persönliches, Speklatives und Skandalöses (Farley 1996: 141, in Pharr/Krauss). Oft tragen große Zeitungen auch Informationen, deren Veröffentlichung ihnen selbst zu riskant wäre, an die zu ihrer Mediengruppe gehörenden kleineren Magazine weiter (Farley 1996: 142, in Pharr/Krauss). Erst wenn Skandale in den Außenseiter-Medien publiziert und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden, springen auch die Leitmedien auf den Kritiker-Zug auf und veröffentlichen ihrerseits kritische Artikel; waren sie es doch nicht selber, die auf den Skandal aufmerksam gemacht haben:

„The pattern revealed by this analysis of scandal confirms Ellis Krauss’ observation that the establishment press in Japan may be a better ‚guard dog’ than watchdog: pursuing the criminal once his existence is revealed, but doing little to initially point attention to the wrongdoer.“ (Farley 1996: 159, in Pharr/Krauss)

In den letzten Jahren wurde kein politischer Skandal durch Journalisten aufgedeckt, die Mitglied eines Presseclubs waren; trotz ihrer Nähe zu politischen Insider-Informationen (Legewie 2010: 12).

Wurde ein Skandal erstmal durch die „Außenseiter“ ans Licht gebracht, scheinen die ansonsten geltenden Loyalitäts- und Harmonieregeln auch für die Leitmedien außer Kraft gesetzt: Journalisten können nun Informationen veröffentlichen, die ansonsten nicht ans Licht gekommen wären und die Loyalität zu ihren Quellen für kurze Zeit in den Hintergrund rücken (Farley 1996: 146, in Pharr/Krauss).

Immer wieder üben also auch die japanischen Medien ihre Kritik- und Kontrollfunktion aus und fungieren als „Wachhunde“. Die Medienkultur in Japan folgt also einem klaren Mittelweg zwischen Konkordanz und investigativem Journalismus, Medien sind sowohl „Diener des Staates“ als auch „Wachhunde der Gesellschaft“ (Legewie 2010: 30). Deswegen ist Japan klar in Linie B in Blums Modell einzuordnen.

4.1.10 Medienorientierung

Wie bereits in Kapitel 4.1.6 dargestellt wurde, ist Werbung in Japan eine wichtige Form der Medienfinanzierung. Um den Ansprüchen der Anzeigenkunden gerecht zu werden, will die Medienindustrie Produkte herstellen, die sich verkaufen – und nicht umgekehrt jenes Produkt verkaufen, das hergestellt wurde (Farley 1996: 139, in Pharr/Krauss). Große Werbekunden müssen „behutsam“ behandelt werden, da man sich ansonsten schnell deren Druck ausgesetzt sieht (Farley 1996: 139, in Pharr/Krauss). In diesem Sinne orientieren sich japanische Medienunternehmen in ihrem täglichen Tun an der Erhöhung von Umsätzen, die aus der

Werbung gewonnen werden. Während Werbeabteilungen über lange Zeit hinweg nur niedrigen Status und Einfluss innerhalb eines Medienunternehmens genossen haben, wird heute großer Wert auf das Werbemanagement gelegt (Westney 1996: 67, in Pharr/Krauss). Auch Produktionstechnologien werden laufend verbessert, mit dem Ziel einer steigenden Arbeitereffizienz bei gleichzeitigen Personalkürzungen (Westney 1996: 67, in Pharr/Krauss).

Gleichzeitig besteht ein harter Wettbewerb unter einzelnen Medien, der am Zeitungsmarkt besonders stark ausgeprägt ist: Die nationalen Zeitungen stehen vor dem Hintergrund eines gesättigten Marktumfeldes nicht nur untereinander im Konkurrenzkampf, sondern genauso mit regionalen Zeitungen (Cooper-Chen 1997: 65). Ein wichtiges Ziel ist dabei Wachstum: Märkte sollen geografisch ausgeweitet werden (Westney 1996: 64, in Pharr/Krauss). Dabei versucht jede Zeitung, sich mit verschiedensten – auch außermedialen - Aktivitäten individuell am Markt zu positionieren (Westney 1996: 69, in Pharr/Krauss): So werden etwa Sport- oder Kulturveranstaltungen gesponsert, Übersee-Ausgaben oder Werbesonderhefte produziert, oder Online-Datenbanken zur Verfügung gestellt. Da die Inhalte sehr ähnlich sind, spielt sich der Wettkampf unter den Zeitungen vor allem im preislichen Bereich ab (Derichs/Lukner 2008: 280, in Heberer/Derichs). Abonnements werden zu immer günstigeren Preisen und verbunden mit Geschenken angeboten, immer öfter werden auch kostenlose Exemplare verteilt (Westney 1996: 65, in Pharr/Krauss). Gleichzeitig versucht man auch, Inhalte immer lesergerechter zu gestalten, indem man Artikel mit größeren Schriften, Farbseiten und Grafiken auflockert (FPC 2004: 15). Magazine und Zeitschriften, die sich im Gegensatz zu den Tageszeitungen meist nicht über Abonnements sondern auf der Straße verkaufen, locken Leser mit reißerischen Titeln und Skandalgeschichten – auch unwahre, fabrizierte Artikel werden veröffentlicht, solange sie sich verkaufen (Legewie 2010: 15).

Auch die Rundfunkunternehmen orientieren sich am Kommerz und Wachstum, verfolgen dabei aber konservativere Strategien, als die Zeitungen (Westney 1996: 71, in Pharr/Krauss). Der öffentliche Rundfunk NHK hat eine große Marktforschungsabteilung, die einerseits für die Untersuchung von Fernsehgewohnheiten des Publikums zuständig ist, andererseits auch nach Trends in den Bereichen Lifestyle und Sozioökonomie sucht, nach denen das Programm ausgerichtet wird (Westney 1996: 73, in Pharr/Krauss). Wie auch bei den Zeitungen werden im Interesse wirtschaftlicher Effizienz die Geschäfte „rationalisiert“ und laufend Stellen gekürzt (Westney 1996: 73, in Pharr/Krauss). Die kommerziellen Rundfunkanstalten, die in ihrer Finanzierung stark von Werbeeinnahmen abhängig sind, richten sich noch stärker nach Publikumsinteressen: Im Programm zeigt sich diese Orientierung an der häufigen Darstellung

von Konflikten und negativen Belangen, die im öffentlichen Rundfunk nicht gegeben ist und viele Zuseher anzieht (Saito/Takeshita 2008: 391, in Strömbäck/Kaid).

Aus der Literatur wird also deutlich, dass sich japanische Medienunternehmen vor allem am Kommerz orientieren. Sie stehen untereinander in starkem Konkurrenzkampf und streben als wirtschaftliche Unternehmen vor allem nach der Erhöhung von Marktanteilen, im Kampf um die Anzeigenkunden aber ebenso nach Gewinn. Um feststellen zu können, welche Inhalte sich verkaufen, sind Medienunternehmen sehr aktiv in der Marktforschung.

So befinden sich auch die japanischen Medien in dem von Weischenberg (1992: 257f.) verdeutlichten Spannungsverhältnis zwischen „publizistischen Zielen“ und „wirtschaftlichen Zwängen“: Der in Kapitel 4.1.7 dargestellte Mangel an Diversität unter den wichtigsten japanischen Medien macht wirtschaftlich gesehen Sinn, geht aber auf Kosten der journalistischen Vielfalt (Westney 1996: 79, in Pharr/Krauss) – ebenso wie weitere oben genannte Wachstumsstrategien. Die Sozialverantwortung der Medien rückt gegenüber dem Publikum in den Hintergrund, ist aber in einzelnen Fällen – etwa beim öffentlichen Rundfunk NHK – gegenüber der Regierung und politischen Informanten gegeben. Trotzdem ist die kommerzielle Orientierung dominant: Journalisten gelten in Japan nicht als unabhängig und dem öffentlichen Interesse dienend, sondern an erster Stelle als Angestellte wirtschaftlich florierender Unternehmen, die ihren Lesern und Zusehern angesichts der guten finanziellen Lage nur wenig rechenschaftspflichtig sind (Maezawa 2003: 294f., in Bertrand) und ihre Themen vor allem nach betriebswirtschaftlichen Kriterien auswählen. Japan ist deswegen im Bereich Medienorientierung in die Linie A einzuordnen.

4.2 Südkorea

4.2.1 Überblick: Medien in Südkorea

Die südkoreanischen Medien entwickelten sich unter strenger Lenkung des Staates (Park/Kim/Sohn 2000: 120, in Curran/Park). Im Zuge der Herausbildung eines demokratischen Systems ist die Anzahl der koreanischen Print- und Rundfunkmedien erheblich gewachsen (Youm 1998: 186, in O’Neil).

Insbesondere stieg die Anzahl der Zeitungen ab Beginn der Sechsten Republik im Jahr 1987 rapide an (Sung 2004: 107). Folgende Tabelle zeigt, wie sich die Anzahl der koreanischen Printmedien zwischen 1971 und 2005 entwickelt hat:

Tabelle 7: Anzahl der Printmedien in Südkorea

| Jahr | Tageszeitungen (national) | Wochenzeitungen | Monatszeitungen | Andere |
|------|------------------------------|-----------------|-----------------|--------|
| 1971 | 44 | 100 | 469 | 232 |
| 1980 | 29 | 97 | 659 | 428 |
| 1987 | 30 | 226 | 1.298 | 856 |
| 1995 | 148 | 2.865 | 3.701 | 3.004 |
| 2005 | 164 | 2.421 | 2.727 | 1.508 |

Quelle: Croissant 2008: 334, in Heberer / Derichs

Die Tageszeitungen erscheinen regional oder überregional und haben allgemeine oder spezielle inhaltliche Ausrichtungen (Han 2005: 20). Viele decken bestimmte Themenbereiche (etwa Sport, Wirtschaft oder Architektur) ab oder richten sich an unterschiedliche Gesellschafts- oder Berufsgruppen (Han 2005: 20f.). Mehr als 50 Prozent der Tageszeitungen werden in Seoul herausgegeben (Han 2005: 21). Die Presselandschaft Südkoreas wird heute von drei nationalen Tageszeitungen dominiert: der *Joseon Ilbo*, der *Dong-A Ilbo* und der *Jungang Ilbo* (Han 2005: 1), die als Familienunternehmen gemeinsam für 70 Prozent der gesamten Zeitungsauflage in Südkorea verantwortlich sind (Kwak 2012: 54) und zu einem Großteil in Seoul verkauft werden (Han 2005: 21). Außerdem gehören die *Hanguk Ilbo* und die *Gyeonghyang Sinmun* zu den auflagenstärksten südkoreanischen Tageszeitungen (Heo/Uhm/Chang 2000: 618, in Gunaratne). Die jeweiligen Auflagen dieser Zeitungen liegen etwa zwischen 1,4 und 3,5 Millionen Exemplaren (Heo/Uhm/Chang 2000: 618, in Gunaratne). Außerdem ist hier noch die *Hangyeore-Sinmun* zu nennen, die 1988 von Journalisten gegründet wurde, die in den 1970er Jahren aus politischen Gründen bei anderen

Zeitungen entlassen wurden und die sich durch ihre progressive inhaltliche Ausrichtung auszeichnet (Park/Kim/Sohn 2000: 120, in Curran/Park).

82,7 Prozent aller Koreaner lesen regelmäßig Zeitung, wobei mehr als die Hälfte der Zeitungen (52,3 Prozent) über Abonnements bezogen wird (Han 2005: 30).

In Südkorea gibt es eine Nachrichtenagentur, die *Yeonhap News Agency*, die 1980 durch den Zusammenschluss der *Hapdong News Agency* und der *Orient Press* entstanden ist (Choi 2007: 99) und heute als einziger Verteiler aller Informationen ausländischer Medien an die koreanischen Medien dient (Youm 1998: 176, in O'Neil).

Im Rundfunkbereich sind vor allem die beiden öffentlichen Rundfunkanstalten *Korea Broadcasting System* (KBS) und *Munhwa Broadcasting Corporation* (MBC) zu nennen, die gemeinsam mit etwa zehn privaten Sendern in ganz Südkorea ausstrahlen (Croissant 2008: 334, in Heberer/Derichs). KBS hat als wichtigster öffentlicher Sender mehr als 5.000 Angestellte (Hanawa 2005: 90). Unter den privaten Rundfunkanstalten ist *Seoul Broadcasting Systems* (SBS) ein Hauptkonkurrent von MBC und KBS (Lee 2004: 40, in Moran/Keane). KBS, MBC und SBS betreiben sowohl Radio-, als auch Fernsehsender (vgl. Heo/Uhm/Chang 2000: 623f., in Gunaratne). Hinzu kommt noch ein öffentlicher Bildungs-Fernsehsender (*Educational Broadcasting System*, EBS) sowie zahlreiche Kabelfernsehstationen (Heo/Uhm/Chang 2000: 623, in Gunaratne). Eine Besonderheit des südkoreanischen Mediensystems ist hierbei, dass sich öffentliche und kommerzielle Sender in ihren Inhalten nicht voneinander unterscheiden, wie es etwa in Japan der Fall ist (Kwak 2012: 99).

Auch das südkoreanische Mediensystem war lange Zeit durch das System der Presseclubs geprägt (Youm 1998: 187, in O'Neil), die nach dem Vorbild der japanischen Presseclubs entstanden sind und in allen Regierungsabteilungen und Ministerien vorhanden waren (Kwak 2012: 66). Mittlerweile wurden die Clubs jedoch abgeschafft (Kwak 2012: 67).

4.2.2 Regierungssystem

„Seit dem Übergang zur Demokratie 1987 weist Südkorea eines der pulsierendsten Systeme in Ostasien auf: Es gibt eine lebendige Zivilgesellschaft sowie freie und faire (wenn auch mit hohem Geldeinsatz verbundene) Wahlen auf verschiedenen Ebenen. Die grundlegenden Freiheiten sind verfassungsmäßig garantiert und werden mit Ausnahme von Aktivitäten, welche die sensiblen Beziehungen zum kommunistischen Norden betreffen, auch weitgehend respektiert. Zudem ist das Militär von der politischen Bildfläche verschwunden. Daraus die Schlussfolgerung zu ziehen, dass sich Südkorea auf einem linearen Entwicklungspfad in Richtung einer liberalen Demokratie befindet, ist genauso verführerisch wie voreilig. Was sich seit Ende der 1980er Jahre an politischen Strukturen, Prozessen und Haltungen im Süden der koreanischen Halbinsel verfestigt hat, entspricht nämlich nur bedingt den Vorstellungen einer liberalen Demokratie.“ (Köllner 2005: 68, in Kern/Köllner)

Dieses Kapitel dient zur Einordnung Südkoreas in Blums Modell im Bereich Regierungssystem. Auch hier wird nur betrachtet, ob die im Theorieteil angeführten Aspekte Dahls (siehe Kapitel 3.2.1) auf Südkorea zutreffen. Insofern stellt dieses Kapitel keinesfalls eine umfassende Analyse des südkoreanischen Regierungssystems dar, sondern behandelt nur die groben Grundzüge.

Wie auch aus dem einleitenden Zitat hervorgeht, gilt Südkorea seit der ersten demokratischen Präsidentschaftswahl 1987 (Kim/Kwon 2009: 177, in Willnat/Aw) unter Demokratietheoretikern als „defekte“ oder „delegative Demokratie“ (Köllner 2005: 68, in Kern/Köllner). Davor wurde das Land lange Zeit autoritär regiert (Kwak 2012: 2). Das Regierungssystem ist heute als präsidentielle Republik zu bezeichnen – nach Croissant (2008: 301) „entspricht die Regierungsform Südkoreas dem Modell des konstitutionell gebändigten Präsidialismus“.

Der Staatspräsident dient als Regierungschef und wird von der Bevölkerung „in geheimer und gleicher Wahl mit einfacher Mehrheit der Stimmen (...) direkt gewählt“ (Croissant 2008: 297, in Heberer/Derichs). Zu beachten ist hier die starke Stellung des Präsidenten, der den Ministerpräsidenten bestimmt und verfassungsmäßig dazu berechtigt ist, neue Gesetze abzulehnen und Gesetze über die Regierung zu implementieren (Köllner 2005: 63, in Kern/Köllner). Auch das Parlament wird direkt gewählt (Croissant 2008: 299, in Heberer/Derichs), Wahlmanipulationen finden nicht statt, vielmehr achtet die Regierung „die Prinzipien eines offenen und kompetitiven Wahlprozesses“ (Croissant 2008: 310, in Heberer/Derichs). Zwar kommt es nach wie vor zu „Stimmenkauf und Korruption“, dabei handelt es sich allerdings um Einzelfälle (Croissant 2008: 314, in Heberer/Derichs). Artikel 24, 25, 41 und 67 der südkoreanischen Verfassung halten das aktive und passive Wahlrecht fest (Croissant 2008: 296, in Heberer/Derichs). Damit sind die ersten drei der im Theorieteil

vorgestellten Aspekte einer Demokratie (siehe Kapitel 3.2.1) erfüllt. Gleiches gilt auch hier für den Aspekt „Politische Konkurrenz“. Folgende Auflistung zeigt die wichtigsten politischen Parteien Südkoreas (Konrad Adenauer Stiftung 2012: in http://www.kas.de/wf/doc/kas_7234-1442-1-30.pdf?120726121004):

- *New Frontier Party* (NFP, vormals GNP)
- *Democratic Unity Party* (DUP)
- *Liberty Forward Party* (LFP)
- *Future Hope Alliance* (FHP)
- *Democratic Labor Party* (DLP)
- *Creativ Korea Party* (CKP)
- *Solidarity for New Progressive Party* (NPP)
- *United Progressive Party* (UPP)
- *Green Party Korea* (GPK)

Exekutive (bestehend aus dem Präsidenten, dem Premierminister und dem Kabinett), Legislative (bestehend aus der Nationalversammlung) und Judikative (bestehend aus dem Verfassungsgericht und der ordentlichen Gerichtsbarkeit) sind in Südkorea getrennt (Croissant 2008: 297, in Heberer/Derichs). Damit ist auch der Aspekt der „Institutionellen Absicherung“ erfüllt.

Auch Assoziations- und Koalitionsfreiheit ist in Südkorea vorhanden. Seit 1987 stieg die Anzahl an Gewerkschaften an; die Gewerkschaftsbewegung „entwickelte sich (...) zu einer führenden zivilgesellschaftlichen Kraft (...)“ (Kern 2005: 182, in Kern/Köllner). Interessensgruppen haben die Möglichkeit, sich frei zusammenzuschließen (Kern 2005: 182, in Kern/Köllner).

Das Recht auf freie Meinungsäußerung und die Informationsfreiheit sind in der südkoreanischen Verfassung (Artikel 21) festgehalten (Croissant 2008: 296, in Heberer/Derichs). Allerdings ist die Umsetzung dieser Aspekte in der südkoreanischen Realität teils problematisch, worauf in Kapitel 4.2.4 genauer eingegangen wird.

Zwar hat Südkorea – wie eingangs erwähnt – die Entwicklung hin zu einer liberalen Demokratie noch nicht abgeschlossen. Dennoch sind die von Dahl eingebrachten Aspekte einer Demokratie erfüllt. Südkorea ist demnach in Linie A von Blums Modell einzuordnen.

4.2.3 Politische Kultur

In diesem Kapitel werden Hallins und Mancinis (2004: 59ff., siehe Kapitel 3.2.2) zur Klassifizierung der politischen Kultur auf Südkorea angewendet. Unterschieden wird auch hier zwischen polarisiertem und moderatem Pluralismus.

Ähnlich wie in China hat Individualismus keine starke Tradition in Korea (Kwak 2012: 3). Dennoch kommt es hier zu einer Infragestellung des politischen Systems seitens der Bevölkerung: Wie die Studie „*East Asia Barometer*“ zeigt, sind 52,1 Prozent der Südkoreaner zufrieden mit der Funktionsweise von Demokratie in ihrem Land (Nathan 2007: 21), gleichzeitig sind die Südkoreaner aber kritisch gegenüber ihrer Regierungsform: Während 2002 noch 36 Prozent der Meinung waren, dass ihre Regierungsform die beste für sie wäre, fiel diese Zahl innerhalb von vier Jahren auf 23,5 Prozent (Nathan 2007: 5).

„Mehrheitlich entsprechen die Einstellungen der südkoreanischen Bürger zur Demokratie der Kategorie ‚kritische Demokraten‘: Eine auch im internationalen Vergleich breite Systemakzeptanz bzw. breite Ablehnung autoritärer Systemalternativen geht einher mit einer kritischen Einschätzung der politischen Leistungsbilanz der demokratischen Strukturen sowie einem geringen Vertrauen in parlamentarische Institutionen, politische Parteien und die staatliche Verwaltung. Andererseits zeigt der Blick auf zentrale Unterstützungsindikatoren, dass unter der großen Mehrheit der Bevölkerung die Zustimmung zum demokratischen System breit und stabil ist.“ (Croissant 2008: 326, in Heberer/Derichs)

45 Prozent der Südkoreaner sind der Meinung, dass die Gesellschaft chaotisch würde, brächten die Menschen viele unterschiedliche Ansichten und Denkweisen zu Tage (Nathan 2007: 29), was für eine ambivalente politische Kultur spricht.

„Oftmals ritualisierte“ Streitigkeiten unter politischen Gegnern sind häufig, werden in „orthodoxer Weise“ geführt und nicht nur im Parlament, sondern auch auf der Straße ausgetragen (Köllner 2005: 69, in Kern/Köllner). Dennoch unterscheiden sich die Parteien in ihren inhaltlichen und programmatischen Ausrichtungen nicht stark voneinander (Croissant 2008: 317, in Heberer/Derichs). Eine Ausnahme bildet die Einstellung gegenüber Nordkorea und dem Bereich „Wiedervereinigung“: Hier gehen die Meinungen der einzelnen Parteien stark auseinander (Croissant 2008: 317, in Heberer/Derichs). Abgesehen davon gelten die südkoreanischen politischen Parteien als „*catch all*-Parteien“ (Croissant 2008: 317, in Heberer/Derichs). Es gibt demnach keine Antisystemparteien, dennoch kann man die Opposition nicht als schwach bezeichnen. Dies drückt sich in einem „konfrontativen Beziehungsmuster zwischen Regierungslager und Opposition“ aus (Croissant 2008: 309, in Heberer/Derichs).

In Südkorea kann man also weder von polarisiertem, noch von moderatem Pluralismus sprechen. Die grundlegende politische Ordnung wird zwar großteils akzeptiert, die Regierungsform an sich aber kritisch betrachtet. Die Konsensorientierung ist weder stark, noch schwach ausgeprägt. Es existieren keine starken Antisystemparteien, die inhaltlichen Ausrichtungen einzelner Parteien unterscheiden sich nicht stark voneinander, solange es nicht um Nordkorea geht. Es kommt häufig zu politischen Konflikten in Form von Auseinandersetzungen zwischen Parteien, diese bringen aber keine Regimewechsel mit sich. Südkorea ist demnach im Bereich „Politische Kultur“ in Linie B von Blums Modell einzuordnen.

4.2.4 Medienfreiheit

Im folgenden Teil wird betrachtet, ob – und wenn ja, in welchem Ausmaß – Zensur im südkoreanischen Mediensystem vorkommt. Bei der späteren Einordnung in Blums Modell wird auch hier vor allem auf die Formen der Vorzensur zurückgegriffen, ergänzt durch die Kriterien von Delhaes (2002: 49, siehe Kapitel 3.2.3).

Die Medienfreiheit ist in Südkorea verfassungsrechtlich garantiert. Nach Artikel 20, Absatz 2 der südkoreanischen Verfassung von 1987 ist Zensur nicht erlaubt (Croissant 2008: 333). Theoretisch gilt auch jegliche politische Einmischung in Aktivitäten der Medien als beendet (Kim/Kwon 2009: 177, in Willnat/Aw). Regierungskritische Berichterstattung steht damit seit Ende der 1980er immer häufiger auf der Tagesordnung der südkoreanischen Medien (Youm 1998: 172, in O’Neil). Dennoch ist die Medienfreiheit in Südkorea nicht uneingeschränkt:

„Die Verfassung garantiert keine absolute Pressefreiheit. Das ‚Gesetz für Nationale Sicherheit‘ behält weiterhin Klauseln bei, die die Pressefreiheit unterdrücken. Vor allem das ‚Periodika-Gesetz‘ bewahrt immer noch den Charakter autoritärer Gesetze.“ (Sung 2004: 98)

Das Nationale Sicherheitsgesetz bietet der Regierung einen Rahmen, nicht gewünschte Berichterstattung zu unterbinden – dazu gehört etwa die Informationsverbreitung über „pro-nordkoreanische Organisationen“, die strafbar ist (Croissant 2008: 332). Hier erfährt die Medienfreiheit also Einschränkungen:

„Vor allem politisch ‚sensible‘ Themen wie Berichte über die autoritäre Vergangenheit, den Koreakrieg und Nordkorea sind hiervon betroffen. Vor allem aufgrund dieser Schwierigkeiten erreicht die Pressefreiheit in Südkorea, wenngleich gegeben, ein geringeres Niveau als in anderen vergleichbaren Demokratien wie Japan und Taiwan oder Hongkong.“ (Croissant 2008: 335)

Freedom House stufte Südkorea im Jahr 2012 als nur „teilweise frei“ ein. Ausschlaggebend dafür war die Tatsache, dass zum einen versucht wird, Internet-Inhalte zu zensieren, zum anderen Nachrichten aus Nordkorea einzuschränken (Freedom House 2012, in <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2012/south-korea>) - dies stellt eine Form der Vorzensur dar. Der Bann japanischer Fernsehsendungen und anderer Popkultur-Elemente aus südkoreanischen Medien, der bis vor wenigen Jahren als Form der Vorzensur bestand, wurde jedoch mittlerweile aufgehoben und japanische Rundfunkinhalte wurden ab 2000 in Südkorea verfügbar gemacht (Heo/Uhm/Chang 2000: 630, in Gunaratne; vgl. auch Teicher 2003: 28, in Gössmann/Waldenberger). Daran lässt sich erkennen, dass zwar große Teile, jedoch nicht alle Maßnahmen der Vorzensur beseitigt sind: Wenn es um Berichterstattung über Nordkorea geht, unterliegen die südkoreanischen Medien nach wie vor Einschränkungen. Zu beachten ist hier jedoch, dass die Vorzensur nicht durch Kontrollorgane ausgeübt wird, die Medieninhalte vor der Publikation prüfen. Aber angesichts der Tatsache, dass sich die südkoreanischen Journalisten der möglichen Bestrafungen und Formen der Nachzensur bewusst sind, ist Selbstzensur keine Seltenheit; außerdem halten sich Journalisten in ihrer Arbeit an Ethik-Kodizes, die „konkrete Verhaltensanweisungen“ beinhalten (Sung 2004: 174): Dazu zählen etwa die Sorgfaltspflicht oder das Recht auf Privatsphäre (Sung 2004: 173).

In Südkorea ist eine Registrierung von neu erscheinenden Presseprodukten nötig: Allerdings ist im Pressegesetz festgehalten, dass alle Registrierungen freigegeben werden müssen, wenn die erforderlichen formalen Kriterien erfüllt sind (Youm 1998: 181, in O’Neil). Nach Sung ist die Registrierungspflicht dennoch als Lizenzierungs-Maßnahme zu betrachten:

„Demgemäß muss jede Person, die ein Periodikum herausgeben will, bestimmte Informationen bezüglich der Herausgabe des Periodikums beim Ministerium für Kultur und Tourismus (MKT), früher Ministerium für Information, registrieren lassen. Dabei ist die Erfüllung der Auflagenstandards, die Artikel 6 Absatz 3 vorschreibt, die Voraussetzung zur Registrierung (...). In diesem Sinne entspricht die Registrierung einer Lizenzierung.“ (Sung 2004: 91f.)

Jeder, der eine nicht registrierte Publikation herausbringt, muss mit rechtlichen Konsequenzen rechnen (Sung 2004: 92). Auch für neue Rundfunkanstalten sind Lizenzen erforderlich (vgl. Heo/Uhm/Chang 2000: 617, 622, in Gunaratne).

Wie bereits erwähnt, wirkt vor allem das Nationale Sicherheitsgesetz einschränkend auf die Medienfreiheit. Zudem kommen Formen der Nachzensur in Südkorea zum Einsatz, wenn Medieninhalte die individuellen Rechte einer Person, eines Unternehmens oder der Regierung verletzen (siehe auch Kapitel 4.2.8): So ist im Pressegesetz festgehalten, dass jeder Leser das

Recht hat, innerhalb eines Monats nach Veröffentlichung eines Artikels eine Korrektur falscher oder rufschädigender Inhalte zu verlangen (Heo/Uhm/Chang 2000: 617f., in Gunaratne). Diese Korrektur muss innerhalb von drei Monaten erfolgen und kann, auch wenn keine Beschwerden eingereicht wurden, von der *Press Arbitration Commission* (PAC) nach eigenem Ermessen verlangt werden (Kwak 2012: 62). Journalisten, die mit dem Vorwurf der Rufschädigung konfrontiert sind, müssen mit rechtlichen Konsequenzen rechnen: Unter der aktuellen Regierung unter Lee Myung-bak wurden bereits 180 Journalisten dafür bestraft, kritische Artikel über die Regierung veröffentlicht zu haben – in diesem Rahmen kommt es auch immer wieder zu Freiheitsstrafen (Freedom House 2012, in <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2012/south-korea>). Im Rundfunkbereich hat der Rundfunk-Akt von 1999 die staatliche Kontrolle über die Medien eingeschränkt, indem er alle Formen der Vorzensur unterbindet (Kim/Hong 2001: 87, in Morris/Waisbord). Die *Korean Communications Commission* (KCC) ist jedoch als zwischen Politik und Medien geschaltetes Organ für die nachträgliche Kontrolle von Rundfunkinhalten wie Fernsehfilmen, Animationsfilmen, Werbung und ausländischen Programmen (mit Ausnahme von Nachrichten und Sport) verantwortlich (Heo/Uhm/Chang 2000: 622, in Gunaratne). Gegen Rundfunkanstalten, die nicht den KCC-Qualitätsstandards, wie Unparteilichkeit oder öffentliche Verantwortlichkeit, entsprechen, können Strafmaßnahmen vorgenommen werden; dazu gehören Warnungen, Korrekturen, Widerrufungen, öffentliche Entschuldigungen oder die Aufhebung von Programmen (Heo/Uhm/Chang 2000: 622, in Gunaratne).

Verschiedene Formen der Nachzensur kommen in Südkorea also vor allem dann häufig vor, wenn die nationale Sicherheit, die Rechte einer Person, eines Unternehmens oder der Regierung, sowie im Rundfunkbereich Vorgaben der KCC verletzt werden. Vorzensur im Sinne der Überprüfung und gegebenenfalls Streichung von Inhalten vor ihrer Veröffentlichung gibt es im südkoreanischen Rundfunk- und Pressebereich nicht. Allerdings werden im Rahmen des Nationalen Sicherheitsgesetzes bestimmte Inhalte untersagt; und auch jene Gesetze, die individuelle Rechte und Rufschädigung betreffen, wirken einschränkend auf die Medienfreiheit. Seitens der Politik wird häufig auf diese Regelungen zurückgegriffen, rufschädigende Inhalte werden in einigen Fällen sogar mit Freiheitsentzug bestraft. Dies führt zu einem verstärkten Aufkommen an Selbstzensur. Aus der herangezogenen Literatur geht hervor, dass von den Aspekten, die Delhaes (2002: 49, siehe Kapitel 3.2.3) eingebracht hat, zumindest zwei erfüllt sind: Die Untersagung bestimmter Inhalte und die Lizenzvergabe, die sowohl bei der Presse, als auch beim Rundfunk erforderlich ist. Grundsätzlich ist „klassische“

Vorzensur in Südkorea untersagt. Medienberichte können nicht vor dem Erscheinen kontrolliert und gegebenenfalls verhindert werden. Inhaltliche Vorgaben, etwa im Bereich der Berichterstattung über Nordkorea, stellen zwar eine Form der Vorzensur dar, Verstöße dagegen können jedoch erst im Nachhinein bestraft werden. Da die Vorgaben dennoch bestehen, Vergehen vergleichsweise streng bestraft werden können und seitens der Politik häufig auf die Medienfreiheit einschränkende Gesetze und Regelungen zurückgegriffen wird, kann man Südkorea nicht als gänzlich frei von Zensur bezeichnen. Dazu kommt, dass nach Freedom House (2012) versucht wird, den Nachrichtenfluss aus Nordkorea einzuschränken. Die Orientierung an der Vorzensur erschwert auch hier die Einordnung in Blums Modell. Lässt man die Nachzensur gänzlich außer Acht, liegt auch Südkorea zwischen Linie A und B in Blums Modell. Im diesbezüglichen Vergleich mit dem japanischen Mediensystem tendiert Südkorea jedoch eher zu Linie B.

4.2.5 Medienbesitz

In diesem Kapitel wird, angelehnt an die im Theorieteil erarbeiteten Kriterien zur Klassifizierung privater, öffentlicher und staatlicher Medien (siehe Kapitel 3.2.4), betrachtet, ob sich die wichtigsten südkoreanischen Medien in privatem oder öffentlichem Besitz befinden und welche Besitzform überwiegt.

Die drei großen südkoreanischen Tageszeitungen *Joseon Ilbo*, *Dong-A Ilbo* und *Jungang Ilbo* sind Familienunternehmen: Die *Joseon Ilbo* gehört Familie Bang, die auch ein Hotel und andere Verlagsunternehmen besitzt (Kwak 2012: 72). Die *Dong-A Ilbo* gehört der Familie Kim und kulturellen Stiftungen, die ebenfalls im Besitz der Familie sind (Kwak 2012: 72). Die *Jungang Ilbo* war lange im Besitz der Samsung-Gruppe, wurde jedoch 2000 an deren Tochterunternehmen verkauft; die enge Beziehung zu Samsung bleibt jedoch über Familienverbindungen aufrechterhalten (Kwak 2012: 72). Vor der Wirtschaftskrise in den 1990er Jahren waren die meisten südkoreanischen Zeitungen im Besitz von großen Unternehmensgruppen (*chaebol*): Die *Munhwa Ilbo* war etwa bis 1998 im Besitz der Hyundai-Gruppe, gehört nun aber zwei kulturellen Stiftungen, die wiederum zur Hyundai-Gruppe gehören (Kwak 2012: 73). Folgende Tabelle zeigt die aktuellen Besitzverhältnisse der wichtigsten südkoreanischen Tageszeitungen:

Tabelle 8: Besitzverhältnisse der südkoreanischen Tageszeitungen

| Medium | Besitz |
|-------------|---|
| Joseon | Familie Bang: 73,6% Bang 11-Junge Kulturelle Stiftung: 15% Andere: 11,4% |
| Dong-A | Familie Kim: 22,2% Incheon Memorial: 24,1% Ilmin Cultural Foundation: 5,2% Andere: 38,4% |
| Jungang | Familie Hong: 45,46% CJ Construction: 9,52% CJ Ltd: 16,68% |
| Hanguk | Familie Chang: 100% |
| Munhwa | Angestellte: 39% Mun-Wu Stiftung: 30,6% Dong-Yang Kulturelle Stiftung: 30,63% Andere: 0,3% |
| Gyeonghyang | Minderheitsaktionäre (Angestellte): 59,7% Minderheitsaktionäre (Andere): 3,3% Eigene Aktien: 28,8% Korea Development Financing: 8,3% |
| Hangyeore | Angestellte: 100% |
| Seoul Daily | Angestellte: 39% Ministerium für Strategie und Finanzen: 30,5% POSCO: 19,4% KBS: 8,1% Andere: 3% |
| Segye Daily | Vereinigungskirche: 39,2% Andere: 60,8% |
| Gukmin | Evangelische Kirche: 100% |

Quelle: KPF 2010, zitiert nach Kwak 2012: 72

Zu einem großen Teil sind die südkoreanischen Zeitungen also in Privatbesitz: Sie gehören entweder „mächtigen“ Familien (Lent 1998: 154, in O’Neil), den eigenen Mitarbeitern oder Unternehmen und deren dazugehörigen Organisationen, haben häufig die Form einer Aktiengesellschaft (Sung 2004: 134) und fungieren wie andere privatwirtschaftlich organisierte Unternehmen: Die *Joseon Ilbo* ist beispielsweise als „Unternehmenskomplex“ zu

bezeichnen, der „fünf Tochtergesellschaften in den Bereichen PR, Informationstechnologie und Druckerei“ unterhält (Han 2005: 60, 63, 64). Zum Teil liegen aber auch Mischformen zwischen privatem und öffentlichem Besitz vor. Einige Tageszeitungen sind auch ganz in öffentlichem Besitz, so etwa die *Gukmin Ilbo*, die der evangelischen Kirche gehört. Die konservativen Zeitungen sind zumeist im Besitz von Familien, während die progressiveren Printmedien gänzlich oder zu einem großen Teil den eigenen Mitarbeitern gehören (Kwak 2012: 73).

Im Rundfunkbereich stellt sich die Situation etwas anders dar. Hier gibt es drei vom Staat konstituierte öffentliche Rundfunkanstalten: KBS, MBC und EBS. EBS wird vom Ministerium für Bildung betrieben (Heo/Uhm/Chang 2000: 626, in Gunaratne). KBS wird von einem „Board of Governors“ geleitet, das aus 11 Mitgliedern besteht, von der KCC nominiert und vom Staatspräsidenten eingesetzt wird. Das Board nominiert den Präsidenten und den Direktor von KBS, der wiederum auch vom Staatspräsidenten eingesetzt wird (Hanawa 2005: 91). Die Bestellung der Funktionsträger erfolgt demnach seitens der Regierung. Die Finanzierung von KBS erfolgt teilweise durch Rundfunkgebühren, teilweise durch Werbung (Hanawa 2005: 90, siehe Kapitel 4.2.6).

MBC gehört zu 30 Prozent einer privaten Stiftung (Heo/Uhm/Chang 2000: 626, in Gunaratne), zu 70 Prozent der *Foundation for Broadcast Culture* (FBC), einer Organisation, die zur Gänze durch Gelder der Regierung finanziert ist (Hanawa 2005: 90). Deswegen ist auch MBC trotz seiner starken finanziellen Abhängigkeit von Werbeeinnahmen (95 Prozent der Gesamteinnahmen) als öffentlicher Rundfunk zu bezeichnen. MBC wird von einem Direktorium geleitet, das von der FBC eingesetzt wird (Kwak 2012: 95). Bei beiden Sendern lässt sich in der politischen Berichterstattung Regierungsnähe erkennen (Kwak 2012: 99). Folgende Tabelle zeigt die Finanz- und Besitzstruktur von KBS und MBC im Überblick:

Tabelle 9: Besitz- und Finanzstruktur der öffentlichen Rundfunkanstalten

| | KBS | MBC |
|---------------------------|------------------------------|-------------------------------------|
| Besitz | Regierung | FBC (70%) Jung-Su Stiftung (30%) |
| Status | Öffentliche Gesellschaft | GmbH |
| Leitendes Organ | Verwaltungsrat | FBC-Rat |
| Netzwerk-Stationen | 18 lokale Netzwerke | 19 lokale Netzwerke |
| Einnahmequellen | Werbung und Rundfunkgebühren | Werbung |

Quelle: Kwak 2012: 92

KBS und MBC sind demnach beide als öffentliche Medien einzuordnen, wobei KBS – wie auch NHK in Japan – fast alle Kriterien eines staatlichen Rundfunks erfüllt.

In der inhaltlichen Ausrichtung unterscheiden sich die öffentlichen Rundfunkanstalten Südkoreas nicht deutlich von den privaten Sendern (Kwak 2012: 99): Dies ist auf ihre teilweise oder gänzliche Abhängigkeit von Werbung (siehe auch Kapitel 4.2.6) zurückzuführen. Sowohl die öffentlichen, als auch die privaten Sender sind unter dem Rundfunkgesetz dazu aufgefordert, Nachrichten, Unterhaltung sowie Kultur und Bildung ausbalanciert in ihrem Programm zu haben (Heo/Uhm/Chang 2000: 625, in Gunaratne). Eine Besonderheit stellt hier also die Kombination aus öffentlichen und kommerziellen Charakteristika dar (Heo/Uhm/Chang 2000: 624, in Gunaratne). In Südkorea gibt es auch zahlreiche Radio- und Fernsehstationen, die im Besitz von religiösen Institutionen und damit auch öffentlich sind (Heo/Uhm/Chang 2000: 626, in Gunaratne). Auch sie sind aber stark von Werbeeinnahmen abhängig (Heo/Uhm/Chang 2000: 626, in Gunaratne).

Wie schon erwähnt, ist *Seoul Broadcasting Systems* (SBS) der größte private Sender Südkoreas: Er befindet sich im Besitz von mehr als 30 privaten Unternehmen (Heo/Uhm/Chang 2000: 617, 624, in Gunaratne). Hinzu kommen noch acht lokale Fernsehsender, die kommerziell geführte, private Unternehmen sind, sowie die zahlreichen privaten Kabelsender (Heo/Uhm/Chang 2000: 624, in Gunaratne). Sie alle funktionieren wie andere privatwirtschaftliche Unternehmen. Seit 1999 sind ausländische Investitionen in den Sektor erlaubt, was zu einer drastischen Veränderung der Besitzverhältnisse geführt hat (Heo/Uhm/Chang 2000: 624, in Gunaratne). Mittlerweile dürfen auch große Unternehmensgruppen und Zeitungen in den Rundfunksektor investieren (Freedom House 2012, in: <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2012/south-korea>).

Die südkoreanischen Print- und Rundfunkmedien sind mehrheitlich privatwirtschaftlich organisiert. Aber auch von religiösen Institutionen werden Medien herausgegeben. Die größten Rundfunkanstalten sind ebenfalls in öffentlicher Hand, auch einige der wichtigsten Tageszeitungen sind zumindest teilweise in öffentlichem Besitz. In der südkoreanischen Medienlandschaft sind demnach sowohl private, als auch öffentliche Medien vorhanden – teilweise weisen einzelne Medien sogar kommerzielle und öffentliche Charakteristika auf. Deswegen wird Südkorea im Bereich Medienbesitz in Linie B von Blums Modell eingeordnet.

4.2.6 Medienfinanzierung

Im Folgenden wird betrachtet, auf welche Art und Weise sich die südkoreanischen Medien finanzieren – unterteilt nach Presse und Rundfunk. Zurückgegriffen wird hierbei auf die im Theorieteil (siehe Kapitel 3.2.5) erarbeiteten Kriterien.

- Presse

Wie Han (2005:64) am Beispiel der *Joseon-Ilbo* zeigt, finanzieren sich die südkoreanischen Printmedien zu vier Fünftel über Anzeigen und zu einem Fünftel über Verkaufs- und Vertriebs Erlöse. Dieser geringere Teil der Einnahmen ist vor allem auf Abonnements zurückzuführen: Über 90 Prozent der Auflagen werden „über Abonnements abgesetzt“ (Sung 2004: 115). Die Presse finanziert sich demnach hauptsächlich über den Anzeigen- und den Publikumsmarkt, wobei Letzterer eine untergeordnete Rolle einnimmt. Damit hängt auch die konservative Ausrichtung der Zeitungen zusammen, die nur selten kritisch über Unternehmen berichten (Park/Kim/Sohn 2000: 116, in Curran/Park; siehe auch Kapitel 4.2.9).

Allerdings kann es von Fall zu Fall auch zu indirekten Unterstützungen seitens des Staates kommen. Wenn Zeitungen in finanziellen Schwierigkeiten sind, wie es etwa in der Wirtschaftskrise der 1990er der Fall war, als sich viele Unternehmensgruppen von ihren Zeitungen trennten und der Anzeigenmarkt schrumpfte (Han 2005: 23), greift auch der Staat in die Finanzierung ein: So wurden damals Banken vom Staat gezwungen, Notkredite an Zeitungen zu vergeben (Kim/Hong 2001: 88, in Morris/Waisbord). Andere indirekte finanzielle Unterstützungen der Medien durch den Staat, wie etwa in Form von Steuervorteilen, gibt es in Südkorea nicht mehr (vgl. Kwak 2012: 53). Mittlerweile gelten bei Steuerüberprüfungen keine Ausnahmen mehr für Medienunternehmen; auch diese werden nun alle fünf Jahre einer Überprüfung unterzogen (Kwak 2012: 54). Die Literatur weist auch nicht auf weitere Formen der staatlichen Unterstützung hin.

- Rundfunk

Auch der südkoreanische Rundfunk finanziert sich über den Werbe- und den Publikumsmarkt. Dabei bestehen jedoch Unterschiede zwischen einzelnen Rundfunkanstalten. Die privaten Sender sowie jene, die im Besitz von religiösen Institutionen sind (siehe Kapitel 4.2.5), sind stark von Werbeeinnahmen abhängig, während sich die öffentlichen Rundfunkanstalten über Werbung und Gebühren finanzieren (Hanawa 2005: 90). Dabei machen die Einnahmen über Gebühren im Fall von KBS den vergleichsweise höchsten Anteil aus. Etwa 60 Prozent der Gesamteinnahmen werden aus Werbung erzielt (Kwak 2012: 93). In

Artikel 56 des Rundfunkgesetzes ist festgehalten, dass die Ausgaben von KBS über die Gebühren gedeckt werden sollen, jedoch – wenn notwendig – durch andere Einnahmequellen ergänzt werden können (Hanawa 2005: 91). Der jährliche Budgetplan von KBS wird zur Überprüfung der KCC vorgelegt, muss jedoch nicht durch das Parlament genehmigt und freigegeben werden (Hanawa 2005: 91). Die Höhe der Rundfunkgebühren, die jeder Empfänger von KBS zahlen muss, liegt seit den 1980er Jahren bei 2.500 Won (etwa 1,80 Euro) (Hanawa 2005: 91f). Für Änderung der Höhe der Rundfunkgebühren benötigt KBS die Zustimmung des Parlaments (Hanawa 2005: 92).

EBS erzielt seine Einnahmen über Gebühren, über den Rundfunk-Entwicklungs-Fonds und über Werbung. MBC ist zu 95 Prozent von Werbeeinnahmen abhängig (Heo/Uhm/Chang 2000: 626, in Gunaratne). Jegliche Werbung muss, bevor sie ausgestrahlt wird, von der *Korea Broadcasting Advertising Corporation* (KOBACO), die von der Regierung kontrolliert wird, genehmigt werden (Kim/Hong 2001: 83, in Morris/Waisbord). Wie viel Werbung ausgestrahlt werden darf, ist im Rundfunkgesetz geregelt: Pro Stunde dürfen nur 10 Minuten Werbung ausgestrahlt werden, wobei Werbespots nur zwischen zwei Sendungen, mit Ausnahme von Sportübertragungen, aber nicht innerhalb einer Sendung geschaltet werden dürfen (Heo/Uhm/Chang 2000: 626, in Gunaratne).

Auch im Rundfunkbereich kann staatliche finanzielle Unterstützung erfolgen, wenn sich Sender in finanziellen Schwierigkeiten befinden (vgl. Kim/Hong 2001: 90, in Morris/Waisbord).

Weitere der im Theorieteil vorgestellten Möglichkeiten der Rundfunkfinanzierung werden in der herangezogenen Literatur nicht erwähnt; ebenso wenig geht hervor, welche Formen der Werbung vorkommen. Dennoch wird an Hand der hier behandelten wichtigsten Finanzierungsformen von Medien deutlich, dass sich die Rundfunkanstalten sowohl über den Werbemarkt, als auch durch verpflichtende Zusehergebühren finanzieren. EBS bekommt zudem finanzielle Unterstützung durch den Rundfunk-Entwicklungs-Fonds. Rundfunkanstalten haben die Möglichkeit, bei finanziellen Schwierigkeiten staatliche Finanzhilfe in Anspruch zu nehmen – dies kommt aber nur in Einzelfällen vor. Werbung spielt bei allen Sendern die wichtigste Rolle, ist jedoch nicht alleinige Einnahmequelle. Die Presse finanziert sich über den Werbe- und den Publikumsmarkt, ist also – abgesehen von seltenen Finanzhilfen – marktfinanziert und muss ohne nennenswerte indirekte Unterstützungen (etwa Steuervorteile) auskommen. Demnach ist Südkorea im Bereich Medienfinanzierung in Linie B von Blums Modell einzuordnen: Zwar überwiegt die

Marktfinanzierung, sie ist jedoch – gerade im Rundfunkbereich – nicht die alleinige Einnahmequelle.

4.2.7 Politischer Parallelismus

„Since the late 1990s, when Kim Dae-Jung, a long-time opposition leader, won the presidential election, the newspapers have been highly ideological and partisan. Political Parallelism has been further strengthened and the newspapers have become highly vigilant of any wrongdoing of the president, politicians or government officials.“ (Kwak 2012: 80)

Anhand der Kategorien, die Hallin und Mancini 2004 zur Klassifizierung des politischen Parallelismus ins Spiel gebracht haben (siehe Kapitel 3.2.6), wird in diesem Kapitel betrachtet, wie stark der politische Parallelismus in Südkorea ausgeprägt ist. Auch hier werden Hallins und Mancinis Kriterien durch jene ergänzt, die von Blumler und Gurevitch stammen.

Die südkoreanischen Tageszeitungen wurden in der Vergangenheit – wie die japanischen Zeitungen noch heute – häufig ob ihrer inhaltlichen Ähnlichkeit kritisiert (Han 2005: 28, siehe auch Kapitel 4.2.10):

„Infolge der leserorientierten Zeitungsinhalte und des Kampfes um die Leser ähneln sich die Zeitungen. Es gibt keine signifikanten Unterschiede bei den überregionalen Zeitungen. Die Massensorientierung zielt auf hohe Auflagen und damit verbundene Werbeaufträge. Die quantitativen Veränderungen und die inhaltliche Ähnlichkeit der Zeitungen werden oft kritisiert, eine Identität oder gar Individualität der Zeitungen sind nicht mehr erkennbar.“ (Han 2005: 28)

Jedoch zeigten schon die frühen koreanischen Zeitungen „(...) starke Eigenschaften der politischen Presse und tendierten zum Meinungsjournalismus“ (Sung 2004: 24). Die Ausrichtung der Medien nach politischen Tendenzen kommt auch heute nach wie vor zum Ausdruck und ist – wie das einleitende Zitat zeigt – insbesondere seit den 1990er Jahren immer deutlicher zu erkennen.

- Medieninhalt

Alle großen nationalen Tageszeitungen (mit Ausnahme der *Hangyeore*) sind in ihrer redaktionellen Ausrichtung konservativ und richten sich an die Elite Südkoreas (Heo/Uhm/Chang 2000: 618, in Gunaratne). Die *Joseon Ilbo* und die ist unter den großen nationalen Tageszeitungen am weitesten rechts im politischen Spektrum angesiedelt; aber auch die *Hanguk Ilbo*, die *Dong-A Ilbo*, die *Jungang Ilbo* und die *Gyeonghyang Sinmun*

verfolgen eine konservative, rechts gerichtete redaktionelle Linie (Heo/Uhm/Chang 2000: 618, in Gunaratne).

Andere Zeitungen wie etwa die *Hangyeore* haben hingegen eine progressivere redaktionelle Ausrichtung. Die *Hangyeore* ist politisch links orientiert und nimmt in Bezug auf Nordkorea eine Pro-Wiedervereinigungs-Position ein (Heuvel/Dennis 1993: 14, zitiert nach Kwak 2012: 34).

Die politische Orientierung der öffentlichen Rundfunkanstalten ändert sich mit jedem Regierungswechsel: Die jeweils regierende Partei wird in positivem Licht dargestellt:

„Overall, most studies have shown that the ruling party’s leaders and candidates are mostly portrayed in a positive and harmonious way, while the opposition party is shown more often in negative scenes that include internal and external conflict.“ (Kim/Kwon 2009: 182, in Willnat/Aw)

Unterschiede in der redaktionellen Ausrichtung und der politischen Orientierung kommen in der südkoreanischen Medienlandschaft vor allem vor Wahlen und in Bezug auf Nordkorea zum Ausdruck (Han 2005: 29). Ein Beispiel für eine Spaltung zwischen Rundfunkanstalten, progressiven und konservativen Medien stellt die Präsidentschaft No Mu-hyeons dar:

„Newspaper coverage (...) became polarized and broadcasters largely portrayed him favorably, while conservative newspapers such as *Chosun Ilbo* and *Donga Ilbo* described him in a negative light.“ (Seol 2005: 24f.)

No wurde von den konservativen Medien stark kritisiert, die Oppositionsparteien hingegen positiv dargestellt (Croissant 2008: 336, in Derichs/Lukner).

Folgendes Zitat zeigt ein weiteres Beispiel, das sich auf die Haltung der Medien (insbesondere der Rundfunkanstalt MBC und den konservativen Tageszeitungen) gegenüber Nordkorea bezieht:

„In August 2002 there was an off-shore battle between the South and North Korean navies in the West Sea of the Korean peninsula. The South suffered significant losses. The majority of newspapers in South Korea condemned the North’s attack. The MBC, however, claimed in its news programme that South Korean fishing boats went deep into disputed waters and this might have contributed to the confrontation (KPF 2002). The way the MBC reported the story implied that it may not have been entirely the North’s fault. The report was heavily criticised by conservative newspapers, which have traditionally supported the conservative opposition party, the GNP.“ (Kwak 2012: 56)

Im Bereich Medieninhalt reflektieren die südkoreanischen Medien demnach unterschiedliche politische Orientierungen – bei bestimmten Themen (Wahlen, Nordkorea) erreicht das Ausmaß des politischen Parallelismus in diesem Bereich ein hohes Niveau.

- Organisatorische Verbindungen

Mit der Abschaffung der Presseclubs fällt im Falle Südkoreas eine Form der organisatorischen Verbindung weg. Davor gab es, ähnlich wie in Japan, in allen Regierungsbüros und Ministerien solche Clubs, über die politische Informationen an Journalisten gegeben wurden (Kwak 2012: 66). Organisatorische Verbindungen zum Staat – nicht aber zu bestimmten Parteien – bestehen im Bereich des öffentlichen Rundfunks, aber auch dort, wo Medien von kirchlichen Organisationen herausgegeben werden (siehe Kapitel 4.2.5). Anzumerken ist, dass Medien zwar bestimmte Parteien stärken, jedoch mit Ausnahme der öffentlichen Rundfunkanstalten nicht in direkter organisatorischer Verbindung mit ihnen stehen.

- Tendenz des Medienpersonals, im politischen Leben aktiv zu sein

Viele südkoreanische Journalisten nutzen ihre Beziehungen zu politischen Akteuren für einen späteren Einstieg in die Politik. Dieser Umstand hat seine Wurzeln in der Zeit vor dem Übergang zur Demokratie 1987; zwischen 1967 und 1987 waren alle Sprecher der Präsidenten sowie zahlreiche Ministerialbeamte Journalisten (Sung 2004: 190). Der Wechsel von Journalisten in politische Positionen wurde auch von Medienunternehmen mit Wohlwollen gesehen, da sich so direkte Verbindungen zu Politikern und Regierungsbeamten und damit Möglichkeiten ergaben, exklusive Informationen zu erhalten (Park/Kim/Sohn 2000: 114). Diese Tendenz schwächte nach 1987 zwar ab (Sung 2004: 190), aber auch heute ist noch zu beobachten, „dass die Journalisten für ihre eigene Karriere Beziehungen zu Politikern aufbauen und pflegen“ (Han 2005: 53).

„For example, during the most recent political election to select members of the National Assembly, all three anchors of the national main TV news programs were elected to the National Assembly. Moreover, many newspaper journalists were also elected to the National Assembly. As a result, more Koreans want to become journalists in order to eventually become members of the National Assembly. Many Korean journalists see Journalism as a stepping-stone to a career in politics.” (Choi 2007: 42).

Daraus ergibt sich auch das Problem neutraler Berichterstattung, das später behandelt wird: Journalisten, die in die Politik einsteigen wollen, tendieren dazu, positiv über die bevorzugte Partei zu berichten – auf Kosten der Objektivität (Choi 2007: 42).

Viele ehemalige Journalisten sind demnach später in der Politik bzw. in Parteibüros tätig, ihre Karrierepfade werden durch politische Verbindungen geformt.

- Parteilichkeit des Medienpublikums

Die großen nationalen Tageszeitungen richten sich wie bereits erwähnt an eine konservative Leserschaft, während die links gerichteten Zeitungen, wie etwa die *Hangyeore*, progressive Intellektuelle und Leser aus der Arbeiterklasse anziehen (Heo/Uhm/Chang 2000: 618f., in Gunaratne). Die Medien, vor allem die Presse, richten sich also an unterschiedliche politische Zielgruppen. Die politischen Sichtweisen der Printmedien gleichen jenen ihrer Leser und umgekehrt (Lee 2005: 120, zitiert nach Kwak 2012: 147).

- Journalistische Rollenorientierungen und Praktiken

Welche Rollen sich südkoreanische Journalisten selbst zuschreiben, geht aus der Literatur nicht hervor. Dass die Medien nicht neutral ausgerichtet sind, lässt jedoch darauf schließen, dass journalistische Praktiken nicht der Vermittlung neutraler Informationen dienen. Croissant (2008: 226, in Derichs/Lukner) spricht im Falle Südkoreas von einem „ausgeprägten Mangel an kritischer Berichterstattung und journalistischer Neutralität“. Wie bereits erwähnt, werden unterschiedliche politische Orientierungen der südkoreanischen Medien insbesondere vor Wahlen deutlich. Das Wahlgesetz sieht zwar vor, dass die Medien gerade in Wahlkämpfen neutral berichten müssen und keine bestimmten Kandidaten unterstützen dürfen (Han 2005: 46), in der Realität zeigt sich aber ein anderes Bild, wonach Journalisten versuchen, die öffentliche Meinung zu beeinflussen:

„In der Realität sieht die gesetzlich gesicherte faire Wahlkampagne durch die Medien anders aus, da einige Medien, vor allem die marktführenden Tageszeitungen, viele Verstöße gegen das Gesetz, durch unfaire Berichterstattung und Nachrichten über die Gewinnchancen eines bestimmten Kandidaten oder durch einseitige Berichterstattung über die Kandidaten, verursachen.“ (Han 2005: 47)

Kwak (2012: 56) spricht im Falle Südkoreas über ein hohes Maß an politischem Parallelismus, der sich in wachsenden Widersprüchen zwischen einer progressiven Regierung und konservativen Zeitungen, sowie der Opposition und den „regierungstreuen“ öffentlichen Rundfunkanstalten verdeutlicht. Im Falle Südkoreas kann man nicht von internem Pluralismus sprechen, da – wie oben gezeigt wurde – keine ausbalancierten, neutralen Inhalte publiziert werden:

„(...) the Korean newspapers have achieved external diversity, which allowed them to criticise the political elite and political parties at the other end of their political and ideological spectrum. In contrast to the newspapers, public service broadcasters in Korea have been destined to serve the government of the day.“ (Kwak 2012: 106)

Die Printmedien stärken jeweils bestimmte favorisierte Parteien; man kann davon ausgehen, dass gerade die konservative GNP auch auf die Unterstützung der konservativ ausgerichteten Tageszeitungen baut. Aus der Literatur geht nicht hervor, dass die Printmedien auch fallweise Parteien stärken würden, die nicht ihrer politischen Ausrichtung entsprechen. Nach Blumler und Gurevitch spricht dies für einen mittel bis stark ausgeprägten politischen Parallelismus. Die öffentlichen Rundfunkanstalten nehmen hingegen je nach aktueller Regierung für eine andere Partei Stellung. Dennoch kann man hier nicht von einem ad-hoc auftretenden politischen Parallelismus sprechen, da dieser nicht vorhersehbar wäre (Blumler/Gurevitch 1995: 65). Die öffentlichen Rundfunkanstalten zeigen sich jedoch überwiegend gegenüber der jeweils regierenden Partei loyal – auch hier kann man davon ausgehen, dass die Regierung auf ihre Unterstützung bauen kann, zudem bestehen direkte organisatorische Verbindungen. Auch dies spricht für einen stark ausgeprägten politischen Parallelismus. Hinzu kommen die Tatsachen, dass das Medienpersonal häufig im öffentlichen Leben aktiv wird und das Publikum Medien gemäß seiner politischen Einstellungen konsumiert. Der politische Parallelismus ist in einem Großteil der hier behandelten Aspekte stark ausgeprägt. Südkorea ist daher in Linie C von Blums Modell einzuordnen.

4.2.8 Staatskontrolle über Medien

„While politics in Korea has changed dramatically during the 20th century, Korea’s mass media have been under tight political control during most of that time. In fact, most governments that have ruled Korea since World War II have tried to control the mass media more or less directly.“ (Kim/Kwon 2009: 176, in Willnat/Aw)

Traditionell haben der Staat und politische Akteure in Südkorea immer versucht, die Medien zu kontrollieren – die Medien haben sich unter dem starken Einfluss des Staates entwickelt (Kim/Hong 2001: 84, in Morris/Waisbord). In diesem Kapitel wird anhand der im Theorieteil vorgestellten Aspekte (siehe Kapitel 3.2.7) betrachtet, wie sich die Situation heute darstellt. Auch hier werden einzelne Aspekte aus den Kapiteln Medienfreiheit, Medienbesitz und Medienfinanzierung noch einmal aufgegriffen und durch weitere Indikatoren ergänzt.

Im Bereich Medienbesitz sind die Einflussmöglichkeiten des südkoreanischen Staates auf die meisten Medien – vor allem im Printbereich - nicht stark ausgeprägt. Mit Ausnahme der öffentlichen Rundfunkanstalten MBC, KBS und EBS sind die Medien überwiegend in privater Hand. Allerdings gibt es wenige Ausnahmen: Die *Seoul Daily* gehört etwa zu mehr

als 30 Prozent dem Ministerium für Strategie und Finanzen (Kwak 2012: 72, siehe Kapitel 4.2.5).

Auch im Bereich Finanzierung stechen keine stark ausgeprägten Einflussmöglichkeiten des südkoreanischen Staates ins Auge; jedoch sind finanziell schwache Medienunternehmen insofern stärker abhängig vom Staat, als sie von staatlicher Seite Not-Unterstützungen erhalten (Kim/Hong 2001: 88, in Morris/Waisbord, siehe auch Kapitel 4.2.6). Die südkoreanischen Medien genießen keine Steuervorteile mehr (vgl. Kwak 2012: 53). Auch die öffentlichen Rundfunkanstalten sind in ihrer Finanzierung weit mehr vom Werbemarkt abhängig, als von der Regierung (siehe Kapitel 4.2.6). Andere Formen der direkten oder indirekten finanziellen Unterstützung finden in der herangezogenen Literatur keine Erwähnung.

Bei der Betrachtung des rechtlichen Rahmens, in dem die südkoreanischen Medien operieren, scheint die staatliche Kontrolle stärker ausgeprägt: Es „tangieren in Korea etwa 50 medienrelevante Gesetze, direkt oder indirekt, das Medienrecht“ (Han 2005: 36). Dabei gibt es sowohl ein Rundfunk-, als auch ein Pressegesetz, in denen grundlegende, die Medien betreffende Regelungen enthalten sind (vgl. Han 2005: 36). Im Folgenden werden jene Gesetze behandelt, die in der Literatur Erwähnung finden.

Zunächst ist in der koreanischen Verfassung festgehalten, dass die Medien „die Ehre, Rechte der anderen und die öffentliche Moral oder die gesellschaftliche Ethik nicht verletzen“ dürfen (Han 2005: 41f.). Verletzen Medien die Ehre anderer, können sie verklagt werden – dies ist im Strafgesetzbuch festgehalten, in dem sich auch Gesetze wiederfinden, welche Beleidigungen untersagen (Han 2005: 42). Verletzungen dieser gesetzlichen Regelungen „sind strafbar, das Strafmaß reicht von Geldstrafen bis zu Freiheitsstrafen“ (Han 2005: 41f.). Ausnahmen werden gemacht, wenn die beanstandete Ehrverletzung dem „öffentlichen Interesse“ oder dem „öffentlichen Gemeinwohl“ dient (Han 2005: 42). Der Ehrenschutz beinhaltet auch den „Schutz des Ansehens und des guten Rufes“ (Han 2005: 45). Hinzu kommen Gesetze, die das Privatleben schützen – auch hier ist die Verletzung strafbar; dies wirkt sich im Medienbereich vor allem auf das Sammeln von Informationen aus (Han 2005: 44). Die rechtliche Bestimmung, dass Personen Korrekturen falscher oder rufschädigender Inhalte verlangen können (Heo/Uhm/Chang 2000: 617f., in Gunaratne), wurde bereits in Kapitel 4.2.4 behandelt. Eng damit in Verbindung steht das Recht auf Schadenersatz, der in Hinblick auf die Pressefreiheit kritisch betrachtet wird (Sung 2004: 86f.). Die hier erwähnten Gesetze kommen in Südkorea häufig zur Anwendung:

„(...) the Korean press now confronts more legal and ethical issues than ever before. Koreans file lawsuits against the news media in explosive frequency on the grounds that their reputations or rights to privacy have been violated by news reports. The most significant change is that public figures – including government officials – have turned to libel law and other related statutes to claim damages für their various media-related injuries. Some of these claims appear to be politically motivated and thus a weapon against critical news coverage.“ (Youm 1998: 188f., in O’Neil).

Hinzu kommt auch das in Kapitel 4.2.4 behandelte nationale Sicherheitsgesetz, das insbesondere bei der Berichterstattung über Nordkorea angewendet wird (Croissant 2008: 332); ebenso wie die Registrierungsvorschriften für Presse- und Rundfunk, die als Lizenzierungsmaßnahmen verstanden werden können (Sung 2004: 91f., siehe Kapitel 4.2.4).

Gesetze, die den Zugang zu Regierungsinformationen regeln, wurden in den letzten Jahren gelockert, indem das Pressekartensystem abgeschafft wurde (Sung 2004: 84). Früher hatten nur Journalisten, die im Besitz einer Pressekarte waren, Zugang zu Regierungsbehörden; diese Einschränkung gibt es heute nicht mehr (Sung 2004: 84). Eine Einschränkung erfolgt in diesem Bereich durch die Schließung von Presseräumen in Ministerien und Ämtern, wo Journalisten gesammelte Informationen erhielten; dies führte dazu zu einem erschwerten Zugang zu Regierungsinformationen (Kwak 2012: 67). Die politische Kommunikation wird weiters über das bereits erwähnte Wahlgesetz (siehe Kapitel 4.2.7) geregelt.

Auch Besitz, Konzentration und Wettbewerb sind gesetzlich geregelt, wenngleich auch diese Regelungen im Laufe der letzten Jahre gelockert wurden. So ist es transnationalen Mediengruppen mittlerweile erlaubt, in den koreanischen Markt einzutreten; die Regierung versucht, ausländisches Kapital anzuziehen (Kim/Hong 2001: 88, in Morris/Waisbord). Auch ein Gesetz, das nur eine Zeitung in jeder Provinz erlaubte, wurde abgeschafft; ebenso wie das Verbot, Reporter in andere Provinzen zu senden (Kwak 2012: 32). Nach wie vor gesetzlich geregelt ist der Besitz von Rundfunkanstalten durch Presseunternehmen, also die Kapitalverflechtung unter Medienunternehmen (Kwak 2012: 110).

Neben der Lizenzvergabe und der Bestellung des Medienpersonals werden auch Rundfunkinhalte staatlich geregelt: Öffentliche Rundfunkanstalten müssen sich an die Prinzipien der Unparteilichkeit und der öffentlichen Verantwortung halten; das Programm soll bestimmten Qualitätsstandards entsprechen (Heo/Uhm/Chang 2000: 622, in Gunaratne). Außerdem müssen Rundfunkanstalten Programme beinhalten, die es Zusehern und Zuhörern erlauben, zu partizipieren und ihre Meinung zu äußern (Kwak 2012: 108).

Kommt es zur Auswahl des Medienpersonals, spielt der Staat – außer beim öffentlichen Rundfunk – keine direkte Rolle. Jedoch sind im Pressegesetz Qualifikations-Anforderungen

für Verleger und Herausgeber festgehalten (Sung 2004: 92). Diese Anforderungen beinhalten allerdings keine politischen Kriterien: Ein Verleger oder Herausgeber muss koreanischer Staatsbürger sein und in Korea leben, volljährig sein, keine psychische Krankheit haben, er darf nicht „bankrott“ sein und muss strafrechtliche Anforderungen erfüllen (Sung 2004: 92f.). Generell wird journalistisches Personal am Markt über schriftliche Aufnahmeprüfungen und Vorstellungsgespräche rekrutiert (Sung 2004: 156). Von Bedeutung bei der Auswahl von Kandidaten sind Hochschulnoten und persönliche Schreiben (Sung 2004: 157). Politische Kriterien sind hier nicht relevant, der Staat spielt bei der Auswahl keine Rolle. Wie gesagt bilden hier jedoch die öffentlichen Rundfunkanstalten eine Ausnahme: Die strengere staatliche Kontrolle im Rundfunkbereich äußert sich vor allem darin, dass deren Direktorien und Präsidenten vom Staat oder zwischengeschalteten staatlichen Organisationen nominiert oder eingesetzt werden (Kwak 2012: 95, siehe auch Kapitel 4.2.5). Im Rundfunkgesetz von 1999, das auf die Liberalisierung und Deregulierung des Rundfunkbereichs abzielt, ist außerdem festgehalten, dass jede Rundfunkanstalt – privat oder öffentlich – eine Zuseherkommission einsetzen muss, die anstelle des Staates ihr Mitspracherecht bei Programminhalten ausübt (Kim/Hong 2001: 87, in Morris/Waisbord). Im Falle von KBS und MBC wird diese Zuseherkommission allerdings von den jeweiligen Direktoren der Sender eingesetzt, die wiederum unter staatlichem Einfluss in ihre Positionen gelangt sind (Kwak 2012: 108). Der Staat übt hier stärkere Kontrolle aus, als im Bereich der Presse.

„(...) the fate of the two national broadcasters (the KBS and the MBC) has long been in the hands of the government of the day. This has been so because of the structural constraint that empowered the state to directly or indirectly appoint the board members and the president of each broadcaster. It is not surprising that political parties and the government can exert more direct influence on the operation and management of the broadcasters.“ (Kwak 2012: 120)

Der Bereich Zensur wurde bereits in Kapitel 4.2.4 behandelt, wobei im Falle Südkoreas vor allem die unter der strengen Interpretation des Nationalen Sicherheitsgesetzes erfolgte Untersagung bestimmter Inhalte, sowie der Versuch, den Nachrichtenfluss aus Nordkorea einzuschränken zu nennen sind (Freedom House 2012, in <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2012/south-korea>). Dies ist ein Einzelfall, in dem Inhalte direkter Zensur unterliegen.

Im den Bereichen Medienbesitz und Medienfinanzierung ist die staatliche Kontrolle nur schwach ausgeprägt. Auch im Bereich Medienpersonal erfolgt weitgehend keine Einmischung des Staates – eine Ausnahme bilden die öffentlichen Rundfunkanstalten, wo sich der Staat

direkt oder indirekt über die Bestellung des Medienpersonals große Einflussmöglichkeiten sichert. Die südkoreanischen Medien sind weitgehend frei von Zensur, jedoch unterliegen bestimmte Inhalte Einschränkungen. Fast alle der im Theorieteil erwähnten rechtlichen Rahmenbedingungen finden sich auch in Südkorea wieder – allerdings muss hier noch einmal festgehalten werden, dass kein Mediensystem völlig frei von rechtlichen Vorschriften ist.

Vor allem angesichts der Kontrollmöglichkeiten über die großen Rundfunkanstalten, den Registrierungsvorschriften und der Einschränkungen von Nachrichten aus und über Nordkorea ist Südkorea in Linie B von Blums Modell einzuordnen.

4.2.9 Medienkultur

„As evidenced in the previous chapters, the Korean newspapers have achieved external diversity, which allowed them to criticise the political elite and political parties at the other end of their political and ideological spectrum. In contrast to the newspapers, the public service broadcasters in Korea have been destined to serve the government of the day.“ (Kwak 2012: 106)

In diesem Kapitel wird betrachtet, ob die südkoreanischen Medien durch investigativen Journalismus oder Konkordanz geprägt sind. Hier besteht eine enge Verbindung zu Kapitel 4.2.7 – denn der stark ausgeprägte politische Journalismus wirkt sich auf die Medienkultur aus. Dies führt zu einer Situation, in der sich viele Medien - gemäß ihrer politischen Orientierung - je nach regierender Partei konkordant oder kritisch verhalten. Kritischere Berichterstattung wurde vor allem auch seit der Abschaffung der Presseclubs möglich (Kwak 2012: 67). Auch die Besitzform (siehe Kapitel 4.2.5) und die Medienfinanzierung (siehe Kapitel 4.2.6) haben in Südkorea starken Einfluss auf die Medienkultur.

Wie in Kapitel 4.2.7 betrachtet wurde, unterstützen die konservativen Tageszeitungen generell auch konservative politische Parteien, allen voran die NFP (vgl. Kwak 2012: 56). Ist nun eine progressive Regierung an der Macht, üben die konservativen Medien eine Kritik- und Kontrollfunktion aus, insbesondere indem sie der konservativen Opposition eine Plattform bieten. Dies war vor allem beim Regierungswechsel 1998, als eine progressive Partei die Wahlen gewann, der Fall. Politische Inhalte der neuen Regierung wurden harsch kritisiert (Kwak 2012: 56):

„With the power shift to reformist government in 1998, a critical turning point for watchdog journalism emerged as the Korean media became polarised and the political parallelism strengthened.“ (Kwak 2012: 68).

Mit der Wahl des langjährigen Oppositionsführers Kim Dae-Jung zum Präsidenten wurden die konservativen Zeitungen demnach sehr „wachsam“, was Fehlverhalten des Präsidenten, von Politikern oder Regierungsbeamten angeht (Kwak 2012: 80) – sie übten eine klare Kritik- und Kontrollfunktion aus. Der stark ausgeprägte externe Pluralismus im südkoreanischen Mediensystem (siehe Kapitel 4.2.7) führt dazu, dass sich die Situation im Falle eines Regierungswechsels zu einer konservativen Regierung genau umgekehrt darstellt – dann übernehmen die progressiven Medien die Kritik- und Kontrollfunktion, während die konservativen Medien den politischen Status quo stützen (vgl. Kwak 2012: 106). Darin zeigt sich, dass es in Südkorea sowohl konkordant, als auch investigativ ausgerichtete Medien gibt; wer welche Funktion ausübt, ändert sich jedoch je nach politischer Richtung der aktuellen Regierung. Eine Ausnahme bildet auch hier der öffentliche Rundfunk, der stärkerer staatlicher Kontrolle ausgesetzt ist (siehe Kapitel 4.2.8), sich dementsprechend konkordant gegenüber der jeweils regierenden Partei verhält und den politischen Status quo stützt. Dies verdeutlicht sich an folgendem Beispiel:

„Sisa Tonight (KBS2) was one of the programmes that started immediately after Jung Youn-Joo was re-appointed by president Rho Mu-Hyun as the president of the KBS. The majority of political topics covered in the programme in 2006 were in favor of the ruling coalition parties, while very few topics were in favour of the opposition party (...). The comments on the opposition party made by the presenters, reporters and interviewees were mostly negative, while their comments on the ruling coalition were predominantly positive. Likewise, footage about the opposition party was all negative, while the ruling parties were shown in positive ways.“ (Kwak 2012: 99)

Bis 1997 unterstützten die öffentlichen Rundfunkanstalten die konservativen Parteien, zwischen 1998 und 2007 die progressiven Parteien und seit 2008 nehmen sie wieder eine konservative Position ein (Kwak 2012: 114).

Die private Besitzstruktur der meisten Medien und ihre Abhängigkeit von Werbung wirkt sich insofern auf die Medienkultur aus, als dass gegenüber großen Unternehmenskonglomeraten nur selten kritische Positionen eingenommen werden (Kwak 2012: 75). Die Berichterstattung über wirtschaftliche Skandale, etwa Korruption, wird weitgehend vermieden – besonders von solchen Medien, die sich im Besitz von Unternehmensgruppen befinden und von deren Werbeschaltungen abhängig sind (Kwak 2012: 81). Hier werden demnach freiwillig die Interessen wirtschaftlicher Akteure vertreten, die südkoreanischen Medien nehmen keine „Wachhund-Funktion“ im wirtschaftlichen Bereich ein (Choi 2007: 40).

Der stark ausgeprägte politische Parallelismus führt zu partiischer Berichterstattung. Die Zeitungen stärken jeweils bevorzugte Parteien, während sie gegenüber anderen eine Kritik- und Kontrollfunktion ausüben und Fehlverhalten durch investigativen Journalismus zu Tage bringen wollen. Wenn es um wirtschaftliche Themen geht, tendieren die südkoreanischen Medien zu Konkordanz. Auch die öffentlichen Rundfunkanstalten stärken mit ihrer Berichterstattung den politischen Status quo, indem sie sich der jeweils regierenden Partei gegenüber unterstützend verhalten. Im südkoreanischen Mediensystem liegt demnach eine Mischform aus konkordanter und investigativer Medienkultur vor, wobei die Konkordanz im Rundfunkbereich und bei wirtschaftlicher Berichterstattung überwiegt. Dennoch sind Medien beider Ausrichtung vorhanden, die sich in ihrer Rolle als „Wachhunde“ und Sprachrohre je nach aktueller Regierungssituation abwechseln. Südkorea ist demnach im Bereich Medienkultur in Linie B von Blums Modell einzuordnen.

4.2.10 Medienorientierung

Mit der Einführung einer freien Marktwirtschaft 1987 entstand unter den südkoreanischen Medien eine wachsende Wettbewerbssituation (vgl. Heo/Uhm/Chang 2000: 621, in Gunaratne). Im Bereich der Printmedien verdeutlicht sich dieser Wettbewerb in der Erhöhung der Seitenzahlen, um mehr Leser und damit mehr Anzeigenkunden anzuziehen (Heo/Uhm/Chang 2000: 619, in Gunaratne). Die größere Anzahl an Seiten wird genutzt, um spezielle Themen (etwa an Frauen gerichtete Artikel oder Finanzseiten) unterzubringen, führt aber auch dazu, dass Artikel aufgeblasen und mit mehr Sensationalismus behandelt werden und immer mehr redaktionell aufgemachte Anzeigen ihren Weg in die Zeitungen finden (Kwak 2012: 33). Der Kampf um Leser und Anzeigenkunden schlägt sich also auch hier in einer Verminderung der publizistischen Qualität nieder. Des Weiteren drückt sich der Wettbewerb am Zeitungsmarkt darin aus, dass freie Exemplare verteilt und an Haushalte geschickt, sowie potentielle Leser mit teuren Werbegeschenken angelockt werden (Heo/Uhm/Chang 2000: 619, in Gunaratne; Kwak 2012: 54). So wird im Printmediensektor versucht, Reichweiten und damit die eigene Attraktivität gegenüber Werbekunden zu steigern. Da die Zeitungen in ihrer Finanzierung zu 70 Prozent von Anzeigen abhängig sind, nimmt die Beziehung zu Unternehmen eine wichtige Rolle ein: Dies drückt sich auch darin aus, dass sich Zeitungen gegenüber Unternehmensgruppen konkordant verhalten (Kwak 2012: 75, siehe Kapitel 4.2.9).

Die Printmedien orientieren sich also zu einem großen Teil am Kommerz – insbesondere Wochenzeitungen und Magazine sowie Sportzeitungen sind sehr stark von Profit getrieben

(Heo/Uhm/Chang 2000: 621, in Gunaratne). Gleichzeitig aber üben die südkoreanischen Zeitungen auch - wie in Kapitel 4.2.9 behandelt - Kritik und Kontrolle aus, womit sie nicht nur gegenüber der Öffentlichkeit, sondern auch gegenüber ihren favorisierten politischen Parteien eine wichtige Funktion erfüllen.

Der Rundfunk wird in Südkorea seitens der Regierungen traditionell als ein Medium betrachtet, bei dem die Sozialverantwortung gegenüber der Öffentlichkeit im Vordergrund steht – daher rührt auch die vergleichsweise starke staatliche Kontrolle, der die öffentlichen Rundfunkanstalten unterliegen (Kwak 2012: 92, siehe auch Kapitel 4.2.8). Diese Sozialverantwortung wird allerdings dadurch eingeschränkt, dass sich die öffentlichen Rundfunkanstalten weitgehend über Werbung finanzieren (siehe Kapitel 4.2.6) und sich deshalb bei der Produktion von Inhalten vor allem an kommerziellen Kriterien orientieren. KBS ist zu 60 Prozent von Werbeeinnahmen abhängig und versucht, ein Massenpublikum über populäre Unterhaltungsprogramme anzuziehen – hier entsteht das im Theorieteil erwähnte Spannungsverhältnis zwischen „ökonomischen Gewinnerwartungen der Medienunternehmen“ und „publizistischen Leistungserwartungen der Gesellschaft“ (Altmeyden 2000: 225, zitiert nach Meier/Jarren 2002: 203, in Haas/Jarren), das sich in wachsender Kritik des Publikums ob der zu zahlenden Rundfunkbeiträge ausdrückt (Kwak 2012: 93). Die öffentlichen Rundfunkanstalten befinden sich heute in Wettbewerb mit den privaten Sendern, allen voran SBS – sie alle kämpfen gegeneinander um hohe Ratings und sind inhaltlich ähnlich ausgerichtet, anstatt sich zu ergänzen (Kwak 2012: 93). Das gleichzeitige Bestehen von zahlreichen privaten lokalen Fernsehsendern, Kabelsendern, Satellitenrundfunk sowie den öffentlichen Rundfunkanstalten zeichnet im südkoreanischen Rundfunksektor ein Bild der extremen Kommerzialisierung (Heo/Uhm/Chang 2000: 625, in Gunaratne), bei allen Sendern steht – unabhängig von ihrer Organisationsform – der Kampf um das Publikum und damit um Werbekunden durch die häufige Ausstrahlung massentauglicher Unterhaltungsprogramme im Vordergrund (Heo/Uhm/Chang 2000: 625, in Gunaratne). Um Gewinne zu erhöhen wurden seit der Finanzkrise auch immer mehr kostengünstige Programme produziert (Heo/Uhm/Chang 2000: 625, in Gunaratne). Gerade die öffentlichen Rundfunkanstalten erfüllen aber gleichzeitig Funktionen für die jeweilige Regierungspartei (siehe Kapitel 4.2.9) – hier befinden sie sich in einem Spannungsverhältnis zwischen kommerziellen und politischen Interessen (Heo/Uhm/Chang 2000: 628, in Gunaratne).

Die kommerzielle Orientierung hat sich Ende der 1990er Jahre auch darin manifestiert, dass die Medienunternehmen von der Finanzkrise ob der rückgängigen Werbeeinnahmen stark

getroffen wurden – es erfolgten wie bei anderen privatwirtschaftlichen Unternehmen Umstrukturierungen und Stellenkürzungen (Heo/Uhm/Chang 2000: 615, 629, in Gunaratne).

Insgesamt sind die südkoreanischen Medien stark auf Werbung angewiesen und orientieren sich daher zu einem großen Teil an kommerziellen Kriterien, wofür insbesondere die öffentlichen Rundfunkanstalten immer wieder ins Kreuzfeuer der Kritik gelangen. Dennoch wird gerade beim öffentlichen Rundfunk deutlich, dass er gegenüber der Regierung bestimmte Funktionen erfüllt (siehe Kapitel 4.2.9). Auch die Zeitungen vernachlässigen - trotz ihrer starken Ausrichtung auf Werbung und zahlreicher marktwirtschaftlicher Methoden zur Gewinnung von Lesern – ihre Kritik- und Kontrollfunktion nicht gänzlich. Zwar werden Themen häufig nach betriebswirtschaftlichen Kriterien ausgewählt, dennoch kann man in Hinblick auf die in Kapitel 4.2.9 erarbeiteten Aspekte nicht von einer rein kommerziellen Ausrichtung sprechen. Südkorea ist demnach im Bereich Medienorientierung in Linie B von Blums Modell einzuordnen.

4.3 Volksrepublik China

4.3.1 Überblick: Medien in der Volksrepublik China

“The development of the media, the most political and commercial of modern industries, provides a unique insight into the reality of ‘socialism with Chinese characteristics’ and the challenges facing China as a major world economy and cultural force. In no other sectors are the powerful forces of politics and commerce so graphically and publicly joined together and presented to the people as a single product.” (Redl/Simons 2002: 18, in Hemelryk Donald/Keane/Hong)

Der chinesische Mediensektor wuchs zwischen 1978 und 2008 um 100 Prozent (Stockmann 2010: 108, in Carlson/Gallagher/Lieberthal/Manion). Ein prägendes Merkmal des chinesischen Mediensystems ist dabei das Spannungsverhältnis zwischen rascher Kommerzialisierung und weiterhin bestehender ideologischer Kontrolle (Ma 2000: 21, in Curran/Park). Dies ist nicht zuletzt auf die politischen und wirtschaftlichen Einflüsse zurückzuführen, unter denen sich das chinesische Mediensystem in den letzten 50 Jahren entwickelt hat – die Prinzipien der chinesischen Richtung der sozialistischen Marktwirtschaft spiegeln sich im Mediensystem wider (Redl/Simons 2002: 26, in Hemelryk Donald/Keane/Hong). Zwar ist die staatliche Kontrolle nach wie vor allgegenwärtig, jedoch gewinnen die chinesischen Medien immer mehr Autonomie, wenn es um nicht-politische Berichterstattung geht (Ma 2000: 22, in Curran/Park). Dies führt nach Hediger

„(...) zum paradoxen Phänomen, dass eine einheitliche Parteilinie der politischen Berichterstattung mit einem Höchstmaß an Diversität und Vielfalt der Medienformate und Medienangebote einhergeht.“ (Hediger 2007: 302, in Thomaß)

Im Jahr 2003 gab es in China über 2.000 Zeitungen und mehr als 9.000 Magazine (Yin 2006: 29, in Hao/Datta-Ray). Im Jahr 1999 wurden insgesamt 30 Milliarden Zeitungs- und Magazinexemplare verkauft (WAN 2003, zitiert nach Abels 2006: 97). Knapp die Hälfte der 2.000 Zeitungen erscheint täglich – gemeinsam haben die Tageszeitungen eine Auflage von 82,047 Millionen Exemplaren (WAN 2003, zitiert nach Abels 2006: 97). Folgende Tabelle zeigt die zehn auflagenstärksten Zeitungen der Volksrepublik China (2002) im Überblick:

Tabelle 10: Die auflagenstärksten Zeitungen Chinas

| Platz | Titel | Auflage | Verleger |
|-------|--|-----------|----------------------------------|
| 1. | Cankao Xiaoxi, Beijing (Reference News) | 2.530.000 | Xinhua News Agency |
| 2. | Renmin Ribao, Beijing (People's Daily) | 1.773.000 | People's Daily |
| 3. | Yangzi Wanbao, Nanjing (Yangzi Evening News) | 1.660.000 | Xinhua Daily Group |
| 4. | Guangzhou Ribao, Guangzhou (Guangzhou Daily) | 1.600.000 | Guangzhou Daily Group |
| 5. | Yangcheng Wanbao, Guangzhou (Yangcheng Evening News) | 1.500.000 | Yangcheng Evening News Group |
| 6. | Xinmin Wanbao, Shanghai (Xinmin Evening News) | 1.218.000 | Weihui-Xinmin United Press Group |
| 7. | Chutian Dushibao, Wuhan (Chutian Metropolis Daily) | 1.213.000 | Hubei Daily Group |
| 8. | Nanfang Daily, Guangzhou (Nanfang Ribao) | 1.030.000 | Nanfang Daily Group |
| 9. | Beijing Wanbao, Beijing (Beijing Evening News) | 980.000 | Beijing Daily Group |
| 10. | Qilu Wanbao, Jinan (Qilu Evening News) | 850.000 | Dazhong Daily Group |

Quelle: WAN 2003, zitiert nach Abels 2006: 102

Ganz oben in der Hierarchie der chinesischen Medienlandschaft steht die *People's Daily*, die das Sprachrohr der Kommunistischen Partei Chinas (KPCh) ist, gemeinsam mit der Nachrichtenagentur *Xinhua*¹⁵, dem *China National Radio* (CNR, auch *Central People's Radio*, CPR) und *China Central Television* (*Zhongyang dianshitai*, CCTV) (Zhao 1998: 18). Dazu kommt eine Vielzahl an Zeitungen mit speziellen Schwerpunkten: Die *Guangming Daily* richtet sich als Parteiorgan an die chinesische ausgebildete Elite Chinas; *Reference News* (*Cankao Xiaoxi*) publiziert hauptsächlich Inhalte von ausländischen Nachrichtenagenturen; die *Economic Daily* (*Jingji Ribao*) gehört zum Staatsrat und spezialisiert sich auch Wirtschaftspolitik und wirtschaftliche Themen; die *People's Liberation Army Daily* (*Jiefangjun bao*) ist das Organ des zentralen Militärkomitees und dem *General Political Department of the Chinese People's Liberation Army* (Zhao 1998: 18). Weitere Zeitungen, die sich an bestimmte soziale Gruppen richten, sind die *Worker's Daily*, die *China Youth News*, die *Farmer's Daily* (*Nongmin ribao*, herausgegeben vom Landwirtschaftsministerium) und die *China Women's News* (*Zhongguo funu bao*, publiziert von der *All China Women's Federation*) (Zhao 1998: 18). Viele Regierungsbüros, darunter

¹⁵ *Xinhua* ist dem Staatsrat direkt untergeordnet und damit „von ministeriellem Rang“ (Abels 2006: 93).

die Ministerien für Kultur, Sport, Bildung, Gesundheit, Industrie und Handel sowie Wissenschaft und Technik, publizieren eigene Zeitungen (Zhao 1998: 18). Diese Struktur der nationalen Printmedien spiegelt sich auch auf Provinz- und Gemeindeebene wieder: Üblicherweise hat jede Provinz und jede Stadt oder Präfektur eine Parteizeitung, eine Radiostation und eine Fernsehstation, die unter der direkten Kontrolle eines lokalen Parteikomitees stehen (Zhao 1998: 18). Die vier wichtigsten nationalen Medienorganisationen (*Xinhua*, *People's Daily*, CNR und CCTV) geben den Ton an: Aussendungen von *Xinhua* werden in Medien in ganz China transportiert, wichtige Leitartikel der *People's Daily* werden häufig von *Xinhua* übernommen, von Radio- und Fernsehstationen zusammengefasst und von Zeitungen auf Provinzebene nachgedruckt (Zhao 1998: 18).

Neben den oben erwähnten „offiziellen“ Printmedien (Zhao 1998: 129) erscheinen in China zahlreiche Magazine und Zeitschriften, die sich am Markt orientieren und zur Diversität der chinesischen Printmedienlandschaft beitragen. Dazu zählen etwa die *Beijing Youth News*, die *China Business Times*, *China Securities*, *China Business* oder Wochenendausgaben wie die *Nanfeng Weekend* (Zhao 2003: 33 in Lee), aber auch viele Boulevardzeitungen und Magazine (Zhao 1998: 131). Letztere werden ebenfalls von verschiedenen Regierungsabteilungen publiziert; aber auch Partei- und Regierungszeitungen bringen Boulevardblätter heraus (Zhao 1998: 132).

Die Diversität der Medienangebote ist nicht auf die Presse beschränkt. Fernsehen und Radio spielen eine ebenso wichtige Rolle und bieten ein vielfältiges Angebot. Fast jeder chinesische Haushalt besitzt ein Fernsehgerät: Das Fernsehen ist die wichtigste Nachrichten- und Unterhaltungsquelle für einen Großteil der chinesischen Bevölkerung (Zhu/Berry 2009: 1). China ist weltweit das Land mit den meisten Fernsehgeräten und der höchsten Anzahl an Fernseh-Zusehern: 1,188 Milliarden Chinesen sehen fern und 98,1 Prozent der chinesischen Haushalte besitzen ein Fernsehgerät (*Chinese Television Yearbook 2005*, zitiert nach Zhang 2009: 172, in Zhu/Berry). Bis vor wenigen Jahren hatten die meisten Zuseher nur Zugang zum nationalen staatlichen Rundfunk CCTV und den lokalen Sendern der Region, wo sie leben (Zhu/Berry 2009: 3). Mittlerweile sind die wichtigsten lokalen Sender über Satellit oder Kabel in ganz China verfügbar und auch bestimmte Hongkonger Fernsehsender sind zugelassen (Zhu/Berry 2009: 3). Ende 2004 gab es in China 374 Fernsehstationen (Abels 2006: 93), darunter ist CCTV als einziger nationaler Sender der größte und einflussreichste (Abels 2006: 103). 650 Millionen Chinesen schauen täglich CCTV (Hong/Lü/Zou 2009: 47,

in Zhu/Berry). Seit der ersten Ausstrahlung einer Sendung im Jahr 1958¹⁶ ist CCTV durch zahlreiche Veränderungen seiner Funktionsweise und Inhalte geprägt:

„From 1958 to the late 1970s, CCTV mainly functioned as a mouthpiece for the Chinese Communist Party (CCP), an ideological vehicle through which were advocated continuous political movements such as class struggle, the Anti-Rightist Campaign of 1958, the Great Leap Forward of 1959, and the 1966 – 1976 Cultural Revolution. Since 1978, like other economic, political, and cultural institutions in China, CCTV has experienced numerous changes: it has undergone organizational restructuring, its financial resources have been redefined, its roles and functions have been adjusted, and its programming content and development strategies have been redesigned in an effort to make it a world-class television network.“ (Hong/Lü/Zou 2009: 40f., in Zhu/Berry)

Mittlerweile besteht CCTV aus zahlreichen Kanälen, die 24 Stunden am Tag Sendungen ausstrahlen - damit ist CCTV eine der größten, fortgeschrittensten und mächtigsten Fernsehanstalten der Welt (Hong/Lü/Zou 2009: 47, in Zhu/Berry). Folgende Tabelle zeigt die wichtigsten Sender CCTVs mit ihren inhaltlichen Schwerpunkten:

Tabelle 11: CCTV

| Kanal | Programmschwerpunkte |
|-----------------------------|---|
| CCTV 1 | Nachrichten, aktuelle Programme |
| CCTV 2 | Wirtschaft, Gesellschaft, Bildung |
| CCTV 3 | Shows, Opern, Varieté |
| CCTV 4 | Internationales (Mandarin) |
| CCTV 5 | Sport |
| CCTV 6 | Kinofilme |
| CCTV 7 | Kinder, Landwirtschaft, Militär, Wissenschaft |
| CCTV 8 | Fernsehspiele |
| CCTV 9 (CCTV International) | Internationales (Englisch) |
| CCTV 10 | Wissenschaft, Bildung, Technologie |
| CCTV 11 | Opern |
| CCTV 12 | Regionales für Westchina |
| CCTV 13 | 24-stündiges Nachrichtenprogramm (Mandarin) |
| CCTV 14 | Jugend |
| CCTV 15 | Musik |

Quelle: Abels 2006: 105

In China hat auch der Hörfunk nach wie vor eine besondere Bedeutung (Abels 2006: 10):

„In China sind der Einfluss und die Macht des Radios weiterhin groß. Etwa 94% der chinesischen Bevölkerung können Radioprogramme empfangen. Im Jahr 2005 gibt es in ganz China ca. 500 Millionen Radio-Empfangsgeräte und mehr als 1,2 Milliarden

¹⁶ Damals hieß CCTV noch *Beijing Television* – 1976 wurde der Sender in CCTV umbenannt (Keane 2004: 92, in Moran/Keane).

Chinesen hören nach offiziellen Angaben den Programmen der 282 Rundfunkstationen zu.“ (Abels 2006: 184).

Der bereits erwähnte zentrale Radiosender CPR (auch CNR: *China National Radio*) besteht aus sieben Programmen, die – neben Musik – Nachrichten, technische und wirtschaftliche Informationen, Beiträge zu Literatur und Sendungen, die sich an ethnische Minderheiten, Südchina oder das südostasiatische Ausland richten, ausstrahlen; 700 Millionen potentielle Hörer können die Radioprogramme CNRs verfolgen (Abels 2006: 200f.).

Nachdem nun die Grundzüge der chinesischen Medienlandschaft sowie die wichtigsten chinesischen Medien vorgestellt wurden, wird in den folgenden Kapiteln anhand Blums Modell der Zusammenhang zwischen Politik und Medien in China betrachtet.

4.3.2 Regierungssystem

Auch im Falle Chinas wird - ob der Schwerpunktsetzung auf die medialen Aspekte - dieses Kapitel kurz gehalten. Es stellt somit keinesfalls eine umfassende Analyse des chinesischen Regierungssystems dar – vielmehr wird nur überblicksartig und ohne Anspruch auf Vollständigkeit dargestellt, inwiefern die im Theorieteil (siehe Kapitel 3.2.1) erarbeiteten Kriterien auf China zutreffen, um später eine Einordnung in Blums Modell vornehmen zu können.

Wie Abels betont, trifft

„fast alles, was gemeinhin zu den wesentlichen Voraussetzungen und Grundsätzen der Demokratie (...) genannt wird, (...) auf die VR China nicht zu. Es gibt keine politisch institutionalisierte Partizipation und keinen politischen Wettbewerb im Zusammenhang der vertikalen Herrschaftslegitimation und Herrschaftskontrolle.“ (Abels 2006: 53)

Gemeinsam mit 70 anderen Ländern, wird China von Freedom House nicht als elektorale Demokratie anerkannt (Gunaratne 2006: 7, in Hao/Datta-Ray). Betrachtet man Dahls Aspekte einer Demokratie (siehe Kapitel 3.2.1), bestätigt sich dies: China ist ein Einparteien-Staat, in dem die Kommunistische Partei Chinas (KPCh) ein „Machtmonopol“ hat – es gibt keine politische Konkurrenz (Abels 2006: 81). Wahlen finden in China nur auf den „unteren staatlichen Ebenen, wie in Dörfern, Gemeinden, Wahlbezirken oder Stadtbezirken“ statt, wobei „Kandidaten- bzw. Kandidatinnenvorschläge (...) meist von höheren Organen oder Parteiinstitutionen vorgenommen“ werden (Heberer 2008: 85, in Heberer/Derichs). Damit

gibt es keine freien und fairen Wahlen und nicht jeder Bürger hat das Recht, gewählt zu werden. Wie in Kapitel 4.3.4 gezeigt wird, ist freie Meinungsäußerung zwar verfassungsrechtlich festgehalten, jedoch mit großen Einschränkungen (Abels 2006: 117); dasselbe gilt für die Informationsfreiheit. Die Verfassung sieht keine Gewaltenteilung in Exekutive, Legislative und Judikative vor; vielmehr besteht eine Gewaltenkonzentration (Heilmann 2008: 575, in Staiger/Friedrich/Schütte), in der die KPCh Regierung, Medien, das Rechtssystem und die Legislative kontrolliert (He 2009: 60, in Willnat/Aw).

Obwohl die Volksrepublik China ein Einparteiensstaat unter alleiniger Führung der KPCh ist (Heilmann 2008: 577, in Staiger/Friedrich/Schütte), ist sie nicht als totalitärer Staat zu bezeichnen:

„In China herrscht somit kein totalitäres System mehr, sondern nach Heberer (1997) ein ‚System des aufgeklärten autoritären Pluralismus‘:

‚Die Modernisierung wird nicht mehr ideologisch begründet, sondern gesellschaftlich. Die Partei versteht sich auch nicht mehr als allumfassender Organisierer, sondern als steuerndes Instrument, mit dem Auswüchse und stabilitätsmindernde Faktoren des sozialen Umbruchs kanalisiert werden können. Solange die wirtschaftliche und gesellschaftliche Lage stabil bleibt, mag dies die Entwicklung von einem Maximalstaat, der alles kontrolliert, in Richtung eines eingeschränkten Staates, der eher für die Rahmgestaltung zuständig ist, fördern. Die Hoffnung ist nicht unberechtigt, daß daraus irgendwann ein Demokratisierungsprozess werden könnte‘ (Heberer 1997)“.
(Abels 2006: 64)

China unterscheidet sich also zunächst insofern von totalitären Systemen, dass Ideologie keine zentrale Rolle mehr spielt: Die KPCh hat erkannt, dass sich die kommunistische Ideologie nicht mehr mit den wirtschaftlichen Reformen hin zu einer Marktwirtschaft vereinbaren lässt (Abels 2006: 58), stattdessen bekennt sie sich zu einem „Sozialismus chinesischer Prägung“ (Abels 2006: 10), der mehr Freiheiten erlaubt. Außerdem geht die chinesische Regierung zwar nach wie vor hart gegen Dissidenten vor, greift aber nicht mehr ins gesellschaftliche Leben ein (Lee 2001: 249f., in Tunstall), solange sich einzelne Personen oder soziale Gruppen nicht gegen das System wenden. Zudem ist in China wie bereits erwähnt politische Partizipation in kleinem Rahmen möglich: In Dörfern, Gemeinden und Bezirken finden direkte Wahlen statt, während auf Provinz- und Nationalebene indirekte Wahlen erfolgen (Gunaratne 2006: 15, 17 in Hao/Datta-Ray).

China erfüllt folglich einen Großteil der Kriterien, die Heberer und Derichs (2008: 3) als Merkmale eines autoritären Systems und Ausschlusskriterien für ein totalitäres System anführen. Im Bereich Regierungssystem folgt China demnach der Linie B in Blums Modell.

4.3.3 Politische Kultur

„During the mid-1950s, Chairman Mao established the rule that all opinions, public or private, should be uniform and be in accordance with those of the top leadership. Ever since, uniformity in public opinion has been a sacred doctrine in China. Even today, ‚keeping uniformity with the Central Party Committee‘ and ‚playing the main melody‘ (the Communist doctrine) are strictly implemented policies both within and outside the Communist Party.“ (He 2009: 58, in Willnat/Aw).

Auch hier werden – um eine Zuordnung Chinas im Bereich der politischen Kultur zu ermöglichen - Aspekte betrachtet, die Hallin und Mancini (2004: 59ff.) zur Unterscheidung zwischen moderatem und polarisiertem Pluralismus eingebracht haben (siehe Kapitel 3.2.2).

Die chinesische Kultur gilt als gruppenorientiert, der Begriff Individualismus hat in China traditionell einen negativen Beigeschmack (Yu 2009: 113). Die Aufrechterhaltung der kollektiven Moral und gemeinsamer Verpflichtungen gilt als öffentliches Interesse, dem individuelle Rechte untergeordnet sind (Keane 2001: 789). Die Regierung unter Hu Jintao setzte sich das Ziel, in China eine „harmonische Gesellschaft“ aufzubauen – eine Vision, welche die Unterstützung breiter Teile der Bevölkerung gewann (Zhu 2008: 126):

„The state’s strengthened cultural authority is a major plank in this platform, and again there is general intellectual and popular agreement on the necessity of strong central leadership, at least for now and for harmonizing all the pieces of the harmonious society.“ (Zhu 2008: 126)

Diese unterstützende Haltung gegenüber dem politischen System ist auf eine Mischung aus persönlichen Einstellungen der Bevölkerung und politischer Unterdrückung zurückzuführen (Liu 1998: 16, zitiert nach He 2009: 58, in Willnat/Aw).

Nathan (2007: 2) zeigt, dass China im Rahmen der Studie *“East Asia Barometer”* die Unterstützung des gegenwärtigen politischen Systems am höchsten ausgeprägt ist: 94,4 Prozent der befragten Chinesen denken, dass ihre Regierungsform die beste für sie ist, 81,7 Prozent sind zufrieden mit der Funktionsweise von Demokratie in China (Nathan 2007: 4).

Die chinesischen Bürger sind nicht unbedingt „politisiert“ und nicht gegen den politischen Status quo eingestellt (McCormick/Liu 2003: 146, in Lee).

Widerstandsbewegungen in Form von Aufständen und sozialen Unruhen verschiedener sozialer Gruppen sind zwar häufig, jedoch größtenteils klein, lokal und voneinander isoliert, da es keine gemeinsamen ideologischen und organisatorischen Verbindungen gibt (Zhao 2008: 62). Dies ist zum Teil darauf zurückzuführen, dass der chinesische Staat nach wie vor in der Lage ist, Informationsflüsse zu kontrollieren und damit das Entstehen einer starken Opposition zu verhindern (Zhao 2008: 62).

Der Konsens ist im Falle Chinas demnach stark ausgeprägt, die Legitimität des politischen Systems wird nicht in Frage gestellt, ideologische Unterschiede sind nur schwach ausgeprägt. Es existiert keine starke Opposition. Immer wieder kommt es jedoch zu politischen Konflikten, die allerdings keine Regierungswechsel mit sich bringen. Insofern ist der Pluralismus, wie ihn Hallin und Mancini verstehen (siehe Kapitel 3.2.2), in China nur schwach ausgeprägt, was wiederum für eine konkordante politische Kultur und damit für eine Einordnung Chinas in Linie C von Blums Modell spricht. Inwiefern dies auch auf die Medienkultur zutrifft, wird in Kapitel 4.3.9 betrachtet.

4.3.4 Medienfreiheit

„Die aktuelle Verfassung der Volksrepublik China, die 1982 in Kraft gesetzt wurde, garantiert das Recht auf Eigentum, Religionsfreiheit, allgemeines Stimm- und Wahlrecht sowie das Recht auf freie Meinungsäußerung und Pressefreiheit. Der Bestand dieser Freiheiten ist prekär.“ (Hediger 2007: 301, in Thomaß)

Dieses Kapitel dient der Analyse verschiedener Zensurformen in China. Es wird betrachtet, welche Formen der Vor- und Nachzensur im chinesischen Mediensystem vorkommen um danach eine Einordnung in Blums Modell vorzunehmen.

In Artikel 35 der chinesischen Verfassung ist – wie obiges Zitat zeigt – das Recht auf Meinungsäußerung und Pressefreiheit garantiert (Hediger 2007: 301, in Thomaß; Abels 2006: 117). Gleichzeitig enthält die Verfassung (Artikel 51) aber auch Einschränkungen dieser Freiheiten (Abels 2006: 117): Bei deren Ausübung dürfen die Interessen des Staates, der Gesellschaft und des Kollektivs sowie die Rechte und Freiheiten anderer Bürger nicht verletzt werden¹⁷ (Chinesische Verfassung 1982, zitiert nach Abels 2006: 118).

In China kommen sowohl Formen der Vor-, als auch der Nachzensur zum Einsatz (Abels 2006: 118) - zuständig für die Kontrolle der Medien sind die Propaganda-Abteilung des Zentralkomitees der KPCh, aber auch die SARFT (*State Administration for Radio, Film and Television*) und die GAPP (*General Administration of Press and Publication*) und deren entsprechende Abteilungen auf Lokalebene (vgl. Zhao 2008: 31). Auch hochrangige Mitarbeiter von Medienunternehmen haben die Aufgabe, die Inhalte ihres Mediums vor dem Erscheinen zu kontrollieren und zu entscheiden, was publiziert werden darf und was nicht (Abels 2006: 137). Dabei gilt es, sich an vorgegebene Richtlinien der Partei zu halten (siehe

¹⁷ Artikel 51 der chinesischen Verfassung lautet: „The exercise by the citizens of the People’s Republic of China of their freedoms and rights may not infringe upon the interests of the State, of society and of the collective, or upon the lawful freedoms and rights of other citizens.“ (zitiert nach Abels 2006: 118)

auch Kapitel 4.3.5) und politisch sensible Themen zu vermeiden (To 1998: 273, in Albarran/Chan-Olmsted):

„Inside the media organization, the office of the editor-in-chief serves as the transmission beld of official propaganda guidelines by issuing daily ‚propaganda notices‘ or ‚propaganda requirements‘ to each editorial department. The main content consists of ‚Notice from the PD‘, ‚Notice from the Municipal Propaganda Department‘, ‚No reporting on such and such event‘, ‚All must use Xinhua general copy‘, and so on.“ (Zhao 2008: 30f.)

Zu den Themen, die entweder verboten sind oder besonders strenger Kontrolle unterliegen, gehören Arbeitslosigkeit, Unruhen und Aufstände von ethnischen Minderheiten oder das Privatleben hochrangiger Politiker (McCormick/Liu 2003: 153, in Lee). Die Studentendemonstrationen des 4. Juni 1989 führen nach wie vor die Liste der Tabus an (Zhao 1998: 20). Passiert etwas „Negatives“, entscheidet die Regierung, wie darüber berichtet werden darf: Entscheidungen über den Zeitpunkt der Veröffentlichung, Ton, Ausmaß und Wortwahl obliegen nicht den Medienschaffenden (Hong/Lü/Zou 2009: 49, in Zhu/Berry). Dies soll das Entstehen von Unmut gegenüber der Regierung verhindern (Dreyer 2008: 292). Vorschriften gibt es allerdings zum Teil auch bei nicht-politischen Belangen (obgleich die Medien – wie später gezeigt wird – hier mehr Freiheit haben). Musikkkanäle im Hörfunkbereich müssen sich etwa zu Feiertagen oder anderen besonderen Anlässen an Vorgaben halten: So müssen zu Geburtstagen hochrangiger Parteiführer wiederholt deren Lieblingslieder gesendet werden (Abels 2006: 138). Live-Sendungen werden nur mit einem „Sicherheitspuffer von einigen Sekunden“ ausgestrahlt, der Zensoren die Möglichkeit gibt, das Programm bei etwaigen „unliebsamen“ Inhalten zu unterbrechen (Abels 2006: 198). Eine weitere Form der Zensur stellt die Lizenzierung von Medienunternehmen dar. Allen nicht-staatlichen Organisationen und Privatpersonen ist es untersagt, Medienunternehmen zu gründen (To 1998: 272, in Albarran/Chan-Olmsted). Es gibt weitgehende Einschränkungen im Bereich der Produktion und Verbreitung von Medieninhalten: Fernsehprogramme, Bücher und Filme müssen vor ihrer Veröffentlichung offiziell genehmigt werden (McCormick/Liu 2003: 144f., in Lee), immer wieder werden Publikationen verboten. Besonders strengen Vorschriften unterliegen internationale Publikationen: Ausländische Unternehmen dürfen nicht im redaktionellen Medienbereich tätig werden und Informationen, die von ausländischen Nachrichtenagenturen stammen, müssen von *Xinhua* freigegeben werden, bevor sie in China öffentlich gemacht werden können (To 1998: 278, in Albarran/Chan-Olmsted).

Um Formen der Nachzensur zu vermeiden, kommt es des Weiteren häufig zu Selbstzensur:

„Above all, the authorities work to maintain an atmosphere of surveillance and implicit and explicit threats where those who work in the media will censor themselves rather than risk incurring unwanted official attention and punitive sanctions.“ (McCormick/Liu 2003: 145, in Lee)

Nachzensur erfolgt in China durch die oben erwähnten Kontrollorgane (Propaganda-Abteilungen auf verschiedenen administrativen Ebenen, GAPP und SARFT), deren Aufgabe es ist, die wichtigsten Zeitungen nach ihrem Erscheinen zu lesen bzw. Fernseh- und Radioprogramme zu überwachen (Ma 2000: 28, in Curran/Park). Das Ausmaß dieser Überwachung ist groß: Im Jahr 2003 wurden allein in Shenzhen 230 Zeitungen und andere periodische Druckwerke, 150 Bücher und mehr als 200 audiovisuelle Publikationen kontrolliert (Zhao 2008: 32). Medien oder einzelne Journalisten, die gegen Richtlinien der Partei verstoßen, haben mit Sanktionen zu rechnen. Dazu gehören das vorübergehende oder endgültige Schließen von Redaktionen, finanzielle Strafen, das nachträgliche Einziehen bereits erschienener Publikationen, Berufsverbote und Kündigungen von Journalisten, das Verfassen von Selbstkritiken oder Freiheitsstrafen (White 2005: 175; McCormick/Liu 2003: 155f., in Lee; He 2004: 21; Zhao 1998: 21).

Theoretisch unterliegen die chinesischen Medien demnach ständig der Vor- und Nachzensur durch den Staat. In der Praxis stellt sich dies jedoch anders dar: Ob der Größe des Mediensektors ist es nicht möglich, alle Inhalte zu kontrollieren und die Einhaltung der politischen Richtlinien ständig zu überprüfen (Hemelryk Donald/Keane 2002: 7, in Hemelryk Donald/Keane/Hong). Damit sind die chinesischen Medien in der Theorie stärkerer Kontrolle ausgesetzt, als in der Praxis (Zhou/Grabe 2006: 137, in Hao/Datta-Ray). Zwar ist sich jeder Medienschaffende der möglichen Strafen bewusst, jedoch ist die Zensur in der Realität unbeständig und unvorhersehbar (Yu 2009: 115). Dazu trägt auch die Tatsache bei, dass nicht nur eine, sondern mehrere Institutionen zuständig für Zensur sind, wodurch Schlupflöcher entstehen können (Yu 2009: 115).

Generell gilt, dass Printmedien stärker kontrolliert werden, als elektronische Medien, Nachrichtenmedien weniger Freiheiten haben, als kulturelle Publikationen und Magazine, Zeitschriften und Bücher lockerer Zensur unterliegen, als Tageszeitungen (Ma 2000: 23f., in Curran/Park). Wochenend- und Abendausgaben genießen größere Freiheiten, als Morgenausgaben (Zhao 1998: 134). Die Abendnachrichten auf CCTV werden strenger kontrolliert, als die Nachmittagsnachrichten (Ma 2000: 24, in Curran/Park). Unterschiede bezüglich des Ausmaßes der Zensur gibt es auch zwischen Medien verschiedener Regionen:

Parteizeitungen auf Zentral-, Provinz- und Gemeindeebene werden strenger überwacht, als lokale Publikationen (Ma 2000: 24, in Curran/Park).

Dies heißt jedoch nicht, dass es Bereiche gibt, in denen Journalisten eine mit westlichen Demokratien vergleichbare Medienfreiheit genießen (Ma 2000: 24, in Curran/Park); aber vieles spricht dafür, dass die Möglichkeiten für freie Meinungsäußerung heute größer sind, als während der letzten Jahrzehnte (Lee 2000, zitiert nach Ma 2000: 26, in Curran/Park, siehe auch Kapitel 4.3.9).

Vor- und Nachzensur sind im chinesischen Mediensystem allgegenwärtig. Aus der Literatur geht hervor, dass viele der von Delhaes (2002: 49) eingebrachten Aspekte in China vorkommen: Es gibt Organe, die für Zensur und Lizenzvergabe zuständig sind, Listen verbotener Bücher, das Verbot bestimmter Inhalte, Berufsverbote, Beschränkungen der Erscheinung von Medien und Berufsverbote, wenn es zu Vergehen gegen die Richtlinien kommt. Journalisten üben Selbstzensur aus, um nachträglichen Bestrafungen zu entgehen. Unerwünschte Medieninhalte können noch vor ihrem Erscheinen verboten werden. Die Einordnung Chinas in Blums Modell stellt sich in diesem Bereich jedoch insofern als problematisch dar, dass zwar permanent zensiert wird, jedoch nicht alle Medien ständiger Zensur unterworfen sind – das Ausmaß variiert, wie oben dargestellt, von Fall zu Fall. Ersteres spricht für eine Einordnung Chinas in Linie C, Zweiteres für eine fallweise Zensur, also die Einordnung in Linie B. Eine klare Zuordnung ist in diesem Fall nicht möglich.

4.3.5 Medienbesitz

„(...) no matter who its investors are, a news provider is a publicly owned resource. As a result, all news agencies have just one shareholder: the Chinese Communist government.“ (He 2004: 22)

In diesem Kapitel wird betrachtet, ob die chinesischen Medien in privatem oder öffentlichem Besitz sind. Dafür wird auf die im Theorieteil (siehe Kapitel 3.2.4) erarbeiteten Charakteristika zurückgegriffen und betrachtet, inwiefern diese auf die chinesischen Medien zutreffen.

Nach Ma (2000: 21, in Curran/Park) sind alle chinesischen Medien im Besitz der Regierung. Dennoch agieren sie seit den Finanzierungsreformen des späten 20. Jahrhunderts (siehe Kapitel 4.3.6) zu einem Großteil wie kommerziell geführte Unternehmen: Sie bieten am Markt ein Produkt zum Kauf an, Werbekunden und Konsumenten entscheiden, ob ein Medium wirtschaftlich erfolgreich ist, oder nicht (siehe Kapitel 4.3.6). Dennoch sind die

Medien – wie in Kapitel 4.3.9 gezeigt wird - kein Spiegel der Bevölkerung, sondern ein Spiegel der Interessen der Regierung und zu einem weiten Teil deren Instrumente. Sie haben zwar im wirtschaftlichen Bereich weitgehende Unabhängigkeit erlangt, nicht jedoch im politischen Bereich (Abels 2006: 195). Die meisten Medien werden nicht von Vorständen, Aufsichtsräten oder Direktoren geleitet¹⁸, sondern von redaktionellen Beiräten (He 2000: 120, in Lee). Es gibt strenge Beschränkungen für den Eintritt ausländischer und privater Investoren in die Medienlandschaft (Zhao 2008: 24, in Chakravartty/Zhao). Privatpersonen und ausländische Investoren können nur in jene periphere Medienbereiche investieren, die nichts mit der Produktion von redaktionellen Inhalten zu tun haben, wie etwa Werbung, Distribution oder Druck (Zhao 2008: 41f., in Chakravartty/Zhao). Ihr Anteil an einem Medienunternehmen darf dabei allerdings nicht mehr als 49 Prozent betragen (Yin 2006: 29, in Hao/Datta-Ray). Gänzlich privater Besitz von Medien ist in China nicht erlaubt (Zhao 2008: 39, in Chakravartty/Zhao). Dahinter steht die Befürchtung, dass sich private Medien bei politischen Krisen gegen die Regierung wenden könnten (Zhao 2008: 42, in Chakravartty/Zhao).

Ähnlich wie in Japan und Südkorea geht auch in China der Trend in Richtung Bildung von Medienkonglomeraten. Die Entstehung von Mediengruppen erfolgt unter der strikten Leitung des Staates, den Kern eines Konglomerats bildet immer ein zentrales Parteiorgan (Lee 2000: 12). Ziel des Zusammenschlusses von Medienunternehmen ist die Aufrechterhaltung politischer Kontrolle sowie die Erreichung wirtschaftlicher Effizienz und internationaler Wettbewerbsfähigkeit (Zhao 2005: 66, in Hackett/Zhao). 2003 gab es in China nach Lee 26 Pressegruppen und acht Radio- und Fernsehgruppen (Lee 2003: 10) diese Anzahl variiert jedoch von Quelle zu Quelle. Presseunternehmen dürfen offiziell keine Rundfunkstationen betreiben, umgekehrt jedoch bringen Rundfunk-Medien wie CCTV oder CNR auch Presseprodukte heraus (Abels 2006: 100).

Privater Medienbesitz ist, wie oben dargestellt, im chinesischen Mediensystem ausgeschlossen. Medien werden entweder von Staat und Regierung publiziert, oder von öffentlichen Organisationen (Wu 2000: 53, in Lee). Dazu gehören zahlreiche soziale Organisationen, die dem Staat direkt untergeordnet sind, wie Frauen- und Handelsunionsen oder Massenorganisationen wie der *Kommunistische Jugendverband* (Wu 2000: 54, in Lee). Außerdem zählen Publikationen der neun „Satelliten-Parteien“, die politisch und finanziell direkt mit der KPCh verbunden sind, zu dieser Kategorie (Wu 2000: 54f, in Lee), ebenso wie

¹⁸ Eine Ausnahme bildet zum Beispiel die *Shenzhen Special Zone Daily*, die von einem Direktor geleitet wird (He 2000: 120, in Lee).

Medien, die von akademischen Gesellschaften und Fachverbänden herausgegeben werden (Wu 2000: 55, in Lee). All diese Organisationen und Verbände sind jedoch wiederum in öffentlichem Besitz und den politischen Autoritäten untergeordnet, wie Chan am Beispiel der chinesischen Presse verdeutlicht:

„By their official political status, Chinese newspapers can be typified as Party organs or non-Party newspapers such as mass appeal papers and bureaucratic papers. Being a formal voice of the Party, the Party organ is more political and ideological in its editorial approach. In contrast, the non-Party papers, also owned and controlled by the Party-state, are supposed to serve the general interest of the public at large. Both types of newspapers carry with them an administrative status which is defined by the administrative level of their sponsoring units. In China, each newspaper is required to have a sponsoring unit (*zhuban danwei*) and a regulating unit (*zhuguan danwei*) (Wei 1999). This ensures that all newspapers are *danwei*-based and no individuals can start publications on their own.” (Chan 2003: 161f., in Lee)

Die Medien dieser Organisationen und Verbände versuchen zwar immer wieder, für ihr Publikum zu sprechen, sind aber ebenso dazu verpflichtet, Richtlinien der Partei zu propagieren (Zhao 1998: 22).

Die Nachrichten werden über mehrere Kanäle zentral gelenkt: Dazu zählen jährliche Konferenzen der einzelnen Propaganda-Abteilungen, Propaganda-Richtlinien, zu denen beispielsweise Reden von Führern der KPCh gehören oder persönliche Treffen zwischen Chefredakteuren und Mitgliedern der Propaganda-Abteilungen, bei denen Medien Anweisungen erhalten (Zhao 2008: 24f.) Häufig werden bestimmte Themen vorgegeben und festgelegt, wie diese behandelt werden sollen – manche sind gänzlich zu vermeiden, andere nur kurz anzuschneiden oder von *Xinhua*-Aussendungen zu kopieren; nicht selten werden auch exakte Formulierungen vorgegeben (Zhao 2008: 24f., siehe auch Kapitel 4.3.4). Zudem definiert die Partei auch breite Themen, die über eine längere Zeitspanne hinweg behandelt werden sollen – diese reflektieren immer Prioritäten der Partei (Zhao 1998: 20). Ein Beispiel für solche Anweisungen sind die 2004 an die Medien ausgesendeten „10 Verbote für die chinesischen Medien“ die folgende Tabelle zeigt:

Tabelle 12: Die „10 Verbote für die chinesischen Medien“

1. "It is without exception forbidden to report rumors about a 5% appreciation of the Chinese currency Renminbi;"
2. "It is without exception forbidden to report information about the selling of stocks or shares by government agencies;"
3. "The mainstream media is forbidden to report gossip;"
4. "The central media department and the websites under its administration are not allowed to have contacts with commercial websites such as Sina.com and Sohu.com outside of normal business transactions;"
5. "There should be no more reports about the Anhui 'Red Roof Businessman';"
6. "It is forbidden to reproduce or report on The Chinese Peasant Report (Zhongguo nongmin diaocha), The Past is Less than a Mist (Wangshi bing bur u yuan), and The Heart of Girls (Shaonu zhi xin);"
7. "Reporting should cease on the Ma Jiajue case;"
8. "When reporting on the employment of college students, on the security issues caution is recommended;"
9. "In some current social news reports, especially in reports regarding serious criminal behavior, it is forbidden to be overly detailed, which produces a negative influence;"
10. "The original sentence has been upheld in the "Shenyang BMW accident case", and media organizations are uniformly forbidden to report on this."

Quelle: AFAR (2004): Unter <http://www.asianresearch.org/articles/2058.html>

Damit dienen die chinesischen Medien auch als Instrumente, die in die politische Führung des Landes eingebunden sind. Die kann am Beispiel des staatlichen Fernsehens CCTV verdeutlicht werden, dessen vom Zentralkomitee der KPCh festgelegte theoretische Aufgabe folgende ist:

„ (...) to agitate and educate the whole Party, the whole army, and the people of all nationalities in the country to contribute to the socialist construction and to build

socialist spiritual and material civilizations' (218: from China Journalism Yearbook, 1982).“ (White 2005: 183)

Alle Journalisten Chinas sind öffentlich bedienstet, Angestellte des Staates (Abels 2006: 7). Auch in China erfolgt die Ausbildung von Journalisten zunächst an Universitäten oder Fachhochschulen – ein großer Teil der Journalismus-Absolventen *Communication University of China* (CUC), die zum Bildungsministerium gehört (Abels 2006: 113). „Die Journalistenausbildung an der CUC erfolgt in Übereinstimmung mit der ideologischen Jugenderziehung in China“ (Abels 2006: 114). Die Kontrolle über das Personal ist aber eine zentrale Komponente der staatlichen Kontrolle über die Medien (Zhao 2008: 28f.). Die wichtigsten leitenden Angestellten von Medienunternehmen werden von den Parteikomitees der jeweiligen Verwaltungsebenen eingesetzt (vgl. He 2000: 121, in Lee). Diese entscheiden auch über die Anzahl der Angestellten (He 2000: 121, in Lee). Journalisten, Chefredakteure und Moderatoren von Talkshows müssen durch den Staat zertifiziert werden, bevor sie für Medienunternehmen arbeiten können – nach Zhao (2008: 28f.) ist China der einzige Staat der Welt, in dem Journalisten nur mit offiziellen Lizenzen arbeiten dürfen. 2003 wurde ein offizielles verpflichtendes Trainingsprogramm für Journalisten gestartet, in dem sie die Bereiche „Offizielle Ideologie“, Journalismus-Ethik, Medienpolitik und Kommunikationstheorie durchlaufen müssen, um Pressekarten zu erhalten (Zhao 2008: 29). Diese müssen alle zwei Jahre erneuert werden (Zhao 2008: 30). Nicht nur Journalisten, sondern auch Medienunternehmen an sich unterliegen einer Lizenzpflicht (To 1998: 273, in Albarran/Chan-Olmsted; Zhao 2008: 196). Voraussetzung für den Erhalt einer Lizenz ist die Übereinstimmung mit staatlichen politischen Richtlinien (To 1998: 278, in Albarran/Chan-Olmsted). Die meisten Zeitungen verwenden die staatliche Post als Beförderungsmittel, obgleich diese seit den 1980er Jahren kein Monopol mehr in der Distribution von Presseerzeugnissen hat (Zhao 1998: 128). Wie in Kapitel 4.3.6 ausführlicher betrachtet wird, werden viele chinesische Medien nach wie vor finanziell vom Staat unterstützt. Es gibt keine Rundfunkgebühren, wodurch ein breiter Zugang zu den Medien ermöglicht wird.

Die chinesischen Medien erfüllen demnach nahezu alle von Pürer (2003: 420f., siehe Kapitel 3.2.4) genannten Kriterien staatlicher Medien in Diktaturen. Sie sind gänzlich in öffentlichem Besitz – China ist deshalb im Bereich Medienbesitz in Linie C von Blums Modell einzuordnen.

4.3.6 Medienfinanzierung

„(...) state-endorsed marketization has initiated significant changes in the financial structures of China's media system. Once dependent primarily on government subsidies, China's media operators have increasingly relied on advertising revenues. Since the economic reforms started in the late 1970s, state subsidies have been gradually reduced or terminated to media organizations except for a handful of party organs. Media managers have received a clear signal from the state that they have to generate revenues and be self-supportive in the long run.“ (Ma 2000: 21f., in Curran/Park)

In diesem Kapitel wird betrachtet, ob die chinesischen Medien – die sich, wie in Kapitel 4.2.5 dargestellt, in staatlichem oder öffentlichem Besitz befinden – durch den Markt finanzieren, oder, wie ihre Besitzform vermuten ließe, über staatliche Gelder finanziert werden. Bevor auch hier die Unterscheidung zwischen Presse- und Rundfunkfinanzierung erfolgt, werden zunächst für beide Bereiche gültige und eine Besonderheit des chinesischen Mediensystems darstellende Aspekte behandelt.

Im Bereich Finanzierung änderte sich der Status der chinesischen Medien in den 1990er Jahren: Der politische Status quo – also die Rolle der Medien als Parteiorgane – blieb zwar weiterhin erhalten, allerdings war der Staat angesichts der immer höher werdenden Budget-Defizite nicht mehr in der Lage, unlimitiert Subventionen an Medienunternehmen zu zahlen (To 1998: 268). Dies führte dazu, dass den Medien selbst die Verantwortung über ihre Finanzierung erteilt wurde – mit dem Ziel, dass die staatlichen Subventionen nach und nach schwinden, bis sie schließlich gänzlich überflüssig werden (To 1998: 268, in Albarran/Chan-Olmsted). Mit dieser Entwicklung begann der chinesische Werbesektor rasant zu wachsen (To 1998: 270, in Albarran/Chan-Olmsted). Das Wachstum führte zu einem Boom in Chinas Mediensektor: Denn je mehr Gelder die Medien über Werbung und Anzeigen lukrieren können, umso weniger finanzielle Unterstützung erhalten sie von der Regierung (To 1998: 271, in Albarran/Chan-Olmsted). So sanken die staatlichen Subventionen schon in den 1990er Jahren – besonders in den wirtschaftlich entwickelten Regionen Chinas – auf ein unbedeutendes Niveau; die Medien konnten finanziell unabhängiger von Staat und Regierung werden (To 1998: 271, in Albarran/Chan-Olmsted). Diese Entwicklung bringt politische Implikationen mit sich (vgl. auch Kapitel 4.3.10), obgleich viele Werbekunden Unternehmen sind, die zu Regierungseinheiten gehören oder mit Regierungsbeamten in enger Verbindung stehen (Ma 2000: 28, in Curran/Park):

„The change of funding sources, however, also implies that the CCP's monopolized power of control over the media is now shared by advertisers. In their choice of media,

advertising effectiveness takes precedence over the political authority of the media concerned.“ (To 1998: 271, in Albarran/Chan-Olmsted)

Die kommerzielle Ausrichtung der Medien¹⁹ macht sie unabhängiger vom Staat – sowohl strukturell, als auch politisch (Wu 2000: 57, in Lee). Allerdings ist der chinesische Werbemarkt nicht groß genug, um alle Medienorganisationen finanziell am Leben halten zu können, weswegen sich die Medien auch auf die direkte Unterstützung einzelner Unternehmen verlassen müssen (Pan 2000: 85, in Lee). Wie solche Unterstützungen aussehen, wird in den folgenden Abschnitten zur Presse- und Rundfunkfinanzierung betrachtet.

- Presse

Seit den oben dargestellten Finanzierungs-Reformen der 1990er Jahre wurden alle chinesischen Printmedien zur finanziellen Unabhängigkeit und Finanzierung über den Markt gedrängt (He 2000: 113, in Lee). Auch die zentralen Sprachrohre der KPCh bilden keine Ausnahme (He 2000: 113, in Lee): Für nahezu alle chinesischen Printmedien sind Werbung und Anzeigen die wichtigste Einnahmequelle. Folgende Beispiele unterstreichen diese Tatsache: Die *Guangzhou Daily* generierte beispielsweise im Jahr 2002 74 Prozent ihrer Einnahmen über Werbung, die *Shanghai Morning Post* finanziert sich zu 87 Prozent über Anzeigen und zu 13 Prozent über Verkaufserlöse (Zhao 2008: 84). Bereits in den 1990er Jahren war ein Drittel der chinesischen Zeitungen gänzlich abhängig von kommerziellen Einnahmen; die übrigen zwei Drittel erhielten nur noch geringe Unterstützung durch die Regierung (Zhao 1998: 127f.). Werbung ist in der chinesischen Printmedienlandschaft allgegenwärtig, die meisten Presseprodukte finanzieren sich zu weit mehr als 50 Prozent über Anzeigen (Wu 2000: 59, in Lee). Auch hier spielen also Anzeigenerlöse noch vor Verkaufs- und Vertriebslösen die wichtigste Rolle. Eine besondere und sehr gängige Form der Medienfinanzierung ist in der chinesischen Presse zudem das Sponsoring von Inhalten durch Unternehmen – obwohl die Regierung eine direkte Involvierung von Unternehmen in der Medienlandschaft verbietet (Zhao 1998: 64). Dieses Sponsoring kann in verschiedenen Formen erfolgen: So unterstützen Unternehmen Publikationen von Artikeln, Seiten oder Kolumnen, zahlen Reisekosten für Recherchen oder geben in Form von sogenannten „roten

¹⁹ Die Kommerzialisierung der chinesischen Medien begann langsam in den späten 1970er Jahren (Wu 2000: 57, in Lee), als die Werbeindustrie nach dem Ende der Kulturrevolution (1966 -1976) wieder an Bedeutung gewann – seitdem galt Werbung bereits als wichtigste nicht-staatliche Einnahmequelle der chinesischen Medien (Zhao 1998: 54).

Paketen“ direkt Geld an Printmedien (Pan 2000: 85, in Lee). Im Gegenzug erscheinen neben Artikeln, Kommentaren oder Kolumnen Unternehmenslogo, Name und Produkt, in manchen Fällen auch die Unternehmensadresse oder Kontaktdaten eines Verkäufers (Zhao 1998: 61). Dadurch entsteht eine direkte Verbindung zwischen einem Unternehmen und bestimmten Zeitungsinhalten (Zhao 1998: 62) – eine besondere Form der Marktfinanzierung im chinesischen Mediensystem, bei der Unternehmen überall in Zeitungen Platz kaufen können (Zhao 1998: 63).

Ein weiteres Zeichen für den Rückzug des Staates aus Pressefinanzen ist, dass Produktionsmaterialien wie beispielsweise Tinte nicht mehr vom Staat verteilt werden, sondern von den Medienunternehmen selbst am Markt erstanden werden müssen (Zhao 1998: 53). Damit entfällt eine weitere Form der indirekten finanziellen Unterstützung.

Demnach spielt Marktfinanzierung im chinesischen Printmediensystem eine nicht unbedeutende Rolle, dennoch ist die Presse nicht gänzlich unabhängig vom Staat. Abels fasst die Finanzierung der Presse in China folgendermaßen zusammen:

„Medienbetriebe in entlegeneren Regionen werden weiterhin finanziell unterstützt. Die Mehrzahl der öffentlich verbreiteten Zeitungen erhalten, je nach Auflage und Werbung, Teilsubventionen vom Staat. Keinerlei staatliche Unterstützung erhalten die meisten der Zeitschriften, die intern in Industriebetrieben, Unternehmen, Schulen und Universitäten veröffentlicht werden. Sie operieren innerhalb des Gesamtbudgets ihrer *danwei* (Einheit). Den dritten Finanzierungstyp bildet die zunehmende Zahl an gewinnorientierten Zeitungen, denen erlaubt wird, selbstständig und ohne staatliche finanzielle Unterstützung zu arbeiten. Allerdings müssen auch bei dieser Finanzierungsform die staatlichen Vorschriften eingehalten werden. Die Preisfestlegung erfolgt bei den nationalen Zeitungen durch die Regierung, bei den Provinzzeitungen durch die Provinzbehörden und nur bei den Zeitungen mit geringer Auflage oder Firmenzeitungen kann der Preis frei festgelegt werden.“ (Abels 2006: 99f.)

Hier wird deutlich, dass der Staat trotz fortschreitender Kommerzialisierung nach wie vor Einfluss auf die Pressefinanzierung nimmt. Daraus resultiert, dass in der chinesischen Printmedienlandschaft eine Mischform aus privater und staatlicher Finanzierung vorliegt.

- Rundfunk

Ähnlich wie bei der chinesischen Presse sind auch Rundfunkmedien sehr stark auf Werbeeinnahmen angewiesen:

„Fernsehwerbung wurde in China 1982 erstmals zugelassen. Im Zug des Wirtschaftswachstums der letzten fünfzehn Jahre vervielfachte sich das Aufkommen an Fernsehwerbung, sodass der Staat sich aus der Subventionierung der Medien mehr und mehr zurückzog und namentlich die Fernsehanbieter dazu zwang, ihre

Betriebsmittel auf dem Werbemarkt zu erwirtschaften. Diese Entwicklung führte zu einer starken Kommerzialisierung des Fernsehens.“ (Hediger 2007: 301)

Bereits Mitte der 1990er wurden insgesamt 50 Prozent der Einnahmen chinesischer Fernsehanstalten durch Werbung aufgebracht (White 2005: 183). Mittlerweile geht man davon aus, dass dieser Anteil bei 90 Prozent (Xu 2009: 156, in Zhu/Berry) beziehungsweise sogar bei 99 Prozent (Berry 2009: 73, in Zhu/Berry) liegt. Kommerzielle Sender – so etwa *Beijing TV* – erhalten kaum noch direkte finanzielle Unterstützung seitens der Regierung; die staatlichen finanziellen Mittel sind weniger, als die 5,7-prozentige Rundfunk-Werbesteuer, die der Sender an die Regierung zahlen muss (EIU 1996: 6, zitiert nach White 2005: 183). Obwohl die Kommerzialisierung im Hörfunkbereich nicht so rasch voranschreitet, wie bei den Fernsehsendern, gibt es bereits Radiosender, die finanziell gänzlich von der Regierung unabhängig sind – so etwa das *Shanghai East Radio* (Zhao 1998: 101). Nur in den ärmeren Regionen Chinas sind kleine Rundfunkanstalten weiterhin auf die finanziellen Mittel der Zentral- oder Lokalregierung angewiesen (Abels 2006: 104). Rundfunkgebühren werden in China nicht eingehoben (Abels 2006: 196) und die Abonnement-Gebühren für Kabelfernsehen sind unter den niedrigsten der Welt (Harrison 2002: 170, in Hemelryk Donald/Keane/Hong).

Auch der staatliche Rundfunk CCTV erhält einen Großteil seiner finanziellen Mittel über Werbung und zahlt mehr Steuern an die Regierung, als er seitens dieser einnimmt (White 2005: 183). Zwar subventioniert die Regierung den zentralen Sender weiterhin, diese Unterstützung hat aber nur noch symbolischen Wert (Lee 2001: 246, in Tunstall).

„Nevertheless, even the most profitable of TV stations such as Beijing TV, still receive an annual government subsidy. The subsidy may be dwarfed by the tax levied on BTV's commercial operations, but it stands as a symbol of the never-changing core relationship between mouthpiece and Party.“ (Redl/Simons 2002: 21, in Hemelryk Donald/Keane/Hong)

2004 konnte CCTV mehr als 50 Prozent seiner Gesamteinnahmen – etwa eine Milliarde US-Dollar - über Werbung lukrieren (Hong/Lü/Zou 2009: 45, in Zhu/Berry). Regierungsgelder machen nur 0,5 Prozent der Gesamteinnahmen CCTVs aus (Li 2002: 18.9, zitiert nach White 2005: 183). Einen großen Anteil an Werbung macht Spotwerbung aus. Diese ist besonders lukrativ für chinesische Rundfunker, was durch die Tatsache verdeutlicht wird, dass CCTV jedes Jahr die begehrtesten Werbezeiten an die höchstbietenden Unternehmen (für gewöhnlich Medizin- und Alkoholhersteller) versteigert (Mo 2001, zitiert nach White 2005: 185). Werbung ist in den chinesischen staatlichen Fernsehsendern eine Alltäglichkeit: „Der zeitliche Anteil von Werbung im Programm übertrifft teilweise noch den von Privatsendern in

westlichen Industrienationen“ (Abels 2006: 104). Auch Produktplatzierungen sind keine Seltenheit im chinesischen Fernsehen: Ein Beispiel ist der Neunzehn-Uhr-Wetterbericht auf CCTV, bei dem immer wieder Hotels, Einkaufszentren, Industriezonen oder Unternehmen einzelner Städte, über deren Wetterlage berichtet wird, eingeblendet werden (Zhao 1998: 58). Moderatoren diverser Konsumenten- und Lifestyle-Shows stellen in ihren Sendungen immer wieder gegen Gelder von Unternehmen deren Produkte vor (Xu 2009: 155, in Zhu/Berry). Neben Spotwerbung und Produktplatzierung ist auch Sponsoring eine gängige Finanzierungsquelle. Zumeist handelt es sich dabei um gemeinsame Produktionen von Informations- und Dokumentarsendungen: Dabei stellen Unternehmen oder auch Regierungsabteilungen Geld und Material zur Verfügung, während die Sender die Programme produzieren und ausstrahlen (Zhao 1998: 64). So gelangt direkt Geld von Unternehmen bzw. der Regierung an die Rundfunker, ohne die Zwischenschaltung einer Werbeagentur; die Zuseher wissen für gewöhnlich nicht, dass für den Inhalt, den sie sehen, bezahlt wurde (Zhao 1998: 59).

Demnach liegt auch im Rundfunkbereich eine Mischfinanzierung aus Markt und Staat vor. Ein Großteil der Einnahmen gelangt über Werbung in die Rundfunkanstalten. Dennoch erhalten viele Sender nach wie vor eine – wenn auch geringe – staatliche Subventionierung, des Weiteren fließen auch über Sponsoring Regierungsgelder an die Rundfunkmedien. China ist somit im Bereich Medienfinanzierung in Linie B von Blums Modell einzuordnen.

4.3.7 Politischer Parallelismus

Dieses Kapitel dient zur Darstellung der Ausprägung des politischen Parallelismus in China. Hier wird es zu Überschneidungen mit anderen Kapiteln kommen. Vorweg muss gesagt werden, dass nicht alle der von Hallin und Mancini stammenden Aspekte (siehe Kapitel 3.2.6) eins zu eins auf China anwendbar sein werden; denn sie gehen von einer Diversität im politischen System aus, die in China nicht gegeben ist. Auf die sich daraus ergebenden Probleme bei der Analyse Chinas wird an entsprechender Stelle hingewiesen.

- Medieninhalt

Die chinesischen Medien dienen als Sprachrohr für die KPCh – das spiegelt sich in den politischen Inhalten wider. Allerdings reflektieren die chinesischen Medien nicht verschiedene politische Orientierungen, sondern nur eine: Die der Kommunistischen Partei Chinas (siehe auch Kapitel 4.3.9 und 4.3.10). Regulierungen und Richtlinien halten fest, dass

Medien keinesfalls die Meinungen politischer Opponenten oder „Konterrevolutionären“ wiedergeben und Journalisten sich mit der Darstellung persönlicher Meinungen zurückhalten sollen (Hong/Lü/Zou 2009: 48f., in Zhu/Berry). Die Regierung ist auf die Medien angewiesen, um rechtliche und politische Inhalte an die Bevölkerung weiterzuleiten (Lee 2000: 213, in Lee).

- Organisatorische Verbindungen

Die chinesischen Medien stehen in sehr enger Verbindung mit politischen Organisationen: Jedes Medium befindet sich im Besitz des Staates oder von öffentlichen Organisationen, die wiederum staatlich sind (siehe Kapitel 4.3.5). Handelsunionen, Kooperationen, Verbände und Vereine bringen eigene Zeitungen heraus, die sich an ihre Mitglieder und damit an bestimmte gesellschaftliche – nicht politische - Gruppen (etwa Frauen, Bauern oder Arbeiter) richten (Zhao 1998: 18, siehe Kapitel 4.3.1). Auch diese stehen allerdings über ihre Organisationsstruktur in enger Verbindung mit der Partei, weswegen eine unabhängige Vertretung der Interessen ihrer Leser nur im von der KPCh erlaubten Rahmen möglich ist.

- Tendenz des Medienpersonals, im öffentlichen Leben aktiv zu sein

Da die Partei wie weiter oben erwähnt auf die Medien angewiesen ist, um politische Inhalte und Gesetze an die Bevölkerung zu transportieren, stehen Politiker in direkter Verbindung mit den Führungskräften von Medien (Lee 2000: 213, in Lee). Sieben von zehn Journalisten – vor allem jene, die in hohen Positionen in Medienunternehmen arbeiten - sind Mitglieder der KPCh oder des Kommunistischen Jugendverbandes (Lee 2001: 248, in Tunstall). Wie bereits in Kapitel 4.3.5 betrachtet, ist die Bestellung von Medienpersonal aufgrund politischer Kriterien alltäglich – wenn Chefredakteure entgegen der von der Partei vorgegebenen Richtlinien handeln, werden sie nicht selten durch „vertrauenswürdigeren“ Parteifunktionäre ersetzt (Zhao 2008: 28f.). Die politisch „korrekte“ Einstellung kann Journalisten also dabei helfen, Stellen zu bekommen. Umgekehrt werden ehemalige Journalisten häufig Beamte in Propaganda-Abteilungen, wie folgendes Beispiel zeigt:

„(...), the party has renovated its traditional *nomenklatura* system of personnel management by stepping up the training for future propaganda officials and media managers through the ‘revolving door’ strategy. The Guangzhou municipal PD, for example, sends senior journalists and editors with the potential to become media managers to work in the PD, that is, to role-play as propaganda officials. The advantage of such an exercise is considerable: the media professional not only brings intimate knowledge of the ‘other side’ to the PD, but also facilitates the communication and implementation of the PD’s orders in media outlets, where such a

person typically has an extensive interpersonal network and significant credibility.”
(Zhao 2008: 40f.)

Zwei unter vielen weiteren Beispielen unterstreichen die enge Verbindung zwischen Politik und Medien in diesem Bereich: Ein ehemaliger Chefredakteur der *Guangming Daily* wurde später stellvertretender Direktor der zentralen Propaganda-Abteilung und Direktor der SARFT; ein Junior-Funktionär der Propaganda-Abteilung Guangdongs wurde als Direktor der *Guangzhou Daily* eingesetzt und später zum führenden Funktionär im Parteikomitee von Guangzhou befördert (Pan/Lu 2003: 224, in Lee). Pan und Lu (2003: 224, in Lee) argumentieren, dass diese Vorgehensweise von der Partei genutzt wird, um den „richtigen Weg zu professioneller Exzellenz“ aufzuzeigen.

Karrierepfade werden im chinesischen Fall also sowohl durch politische Einstellungen, als auch durch politische Verbindungen geformt. Journalisten können ihren Job nur ausüben, wenn ihre politischen Ansichten mit jenen der KPCh übereinstimmen. Medienschaffende bekommen Stellen in medienrelevanten Parteibüros, umgekehrt werden politische Funktionäre in hohe Positionen von Medienunternehmen gesetzt.

- Parteilichkeit des Medienpublikums

Chinesische Medienkonsumenten haben nicht die Möglichkeit, bestimmte Zeitungen oder Rundfunkangebote gemäß ihrer politischen Einstellung zu wählen – wie zu Beginn dieses Kapitels erwähnt, fehlt im chinesischen politischen System und damit auch im Mediensystem eine dementsprechende Diversität. Dieser Aspekt ist daher nicht auf China anwendbar.

- Journalistische Rollenorientierungen und Praktiken

Die Medien werden von der chinesischen Regierung dazu genutzt, mit der Bevölkerung vor allem über Gesetze und deren Implementierung zu kommunizieren, also das Verhalten der Bevölkerung in Konformität mit den mitzuteilenden Gesetzen zu formen (Lee 2000: 213, in Lee). Wie später in Kapitel 4.3.9 betrachtet wird, sollen chinesische Journalisten der Bevölkerung die Programme, politischen Inhalte und Direktiven der Partei vermitteln (Zhao 1998: 19). Insofern gehört es in China zur Rolle von Journalisten, die öffentliche Meinung im Sinne des von der Partei vorgegebenen Rahmens zu beeinflussen. Von ihnen wird erwartet, dass sie die „richtigen Medieninhalte“ liefern (Zhao 2008: 105f.). In diesem Sinne kann man Journalisten nicht als Vermittler neutraler Information sehen, solange es um politische Berichterstattung geht. Im Unterhaltungsbereich ist neutrale Berichterstattung zwar eher

möglich (siehe Kapitel 4.3.10), doch folgendes Beispiel zeigt, dass die Rolle der Journalisten als neutrale Vermittler auch hier zweitrangig ist:

„The Chinese government seeks to impress upon television drama workers that they are not only art workers. They should understand that they are Chinese Communist Party information workers first, and second television media art workers.“ (Ji Bingxuan 2000: 3, zitiert nach Hong 2002: 33, in Hemelryk Donald/Keane/Hong)

Anhand dieser Kriterien ist der politische Parallelismus in China stark ausgeprägt: Die Medien reflektieren die eine politische Orientierung, stehen in enger Verbindung mit politischen Organisationen und dienen als Beeinflusser der öffentlichen Meinung. Das Medienpersonal tendiert dazu, im politischen Leben aktiv zu sein; umgekehrt sind auch Politiker im Medienbereich aktiv.

Auch nach den von Blumler und Gurevitch eingebrachten Kriterien (siehe Kapitel 3.2.6) ist der politische Parallelismus in China sehr stark ausgeprägt: Die Partei steht direkt mit den Medienunternehmen in Verbindung, indem sie sie besitzt, sie teilweise finanziert und Parteimitglieder in hochrangigen Positionen von Medienunternehmen vertreten sind.

Die von Hallin und Mancini (2004: 29f.) zusätzlich eingebrachten Konzepte des internen und externen politischen Pluralismus sind auf China nicht anwendbar, da es keine Diversität politischer Orientierungen gibt, mit denen die Medien auf eine bestimmte Art und Weise umgehen könnten.

Aus den auf China anwendbaren Kriterien geht jedoch klar hervor, dass China im Bereich politischer Parallelismus in Linie C von Blums Modell einzuordnen ist.

4.3.8 Staatskontrolle über Medien

„As previous studies show (see He 1993a, 1996; Polumbaum 1990), controls over the party press in China were exerted primarily in the following forms: (1) legal controls through such measures as registration and licensing of news organizations; (2) financial controls over the budget and resources; (3) control over the personnel, especially the executives; (4) suppression and withholding of sensitive or ‚inappropriate‘ information; (5) ‚voluntary‘ submission of copies of important stories for preview; (6) post-view party apparatus, such as the propaganda departments; (7) direct interference by leaders; and (8) self-censorship established through training and organizational culture.

It was found that most measures of political control over the content remained fairly strong despite challenges from market forces.“ (He 2000: 133, in Lee)

In diesem Kapitel wird betrachtet, wie hoch das Ausmaß der staatlichen Kontrolle über die Medien in China ist. Viele der im Theorieteil erarbeiteten Aspekte (siehe Kapitel 3.2.7)

wurden schon in anderen Kapiteln zum chinesischen Mediensystem dargestellt und werden hier nochmals kurz aufgegriffen.

Im Bereich Medienbesitz, der bereits in Kapitel 4.3.5 ausführlich behandelt wurde, hat der chinesische Staat als alleiniger Besitzer aller Medien – inklusive der Nachrichtenagenturen - sehr große Einfluss- und Kontrollmöglichkeiten.

Wie in Kapitel 4.3.6 gezeigt wurde, hat sich der Staat jedoch weitgehend aus der Finanzierung der Medien zurückgezogen. Dennoch werden Medien in ärmeren Regionen weiterhin finanziell unterstützt (Abels 2006: 104), und auch viele der finanziell unabhängigen Medienorganisationen erhalten geringe, symbolische Subventionen (Lee 2001: 246, in Tunstall) – diese sollen verdeutlichen, dass eine vollständige Unabhängigkeit von Staat und Regierung keineswegs gegeben ist; obgleich die chinesischen Medien im Bereich Finanzierung vergleichsweise frei handeln können.

In der Literatur wird auf zahlreiche Gesetze hingewiesen, die Medien entweder direkt regulieren oder sie indirekt betreffen. Dazu gehört etwa das „Recht am guten Ruf“, dass die Rufschädigung durch Verleumdung oder Beleidigung untersagt (Binding 2012: 16f.). Regierungsinformationen sind in China nicht gänzlich frei zugänglich, obwohl eine Verfahrensregel die den Zugang erleichtern soll, seit 2008 in Kraft ist (China Internet Information Center 2008, in http://german.china.org.cn/fokus/2009-11/03/content_18820053.htm). Auch Medienkonzentration, Besitz und Wettbewerb sind gesetzlich geregelt: So erließ der Staatsrat 1999 eine Regelung, die im Telekommunikationsbereich den Zusammenschluss von Infrastruktur und Kabelnetzwerken verbietet und ausländische Investitionen in diesem Bereich einschränkt (Hediger 2007: 302). Der Wettbewerb ist stark geregelt – es gibt hohe Eintrittsbarrieren, Medienunternehmen können nur mit Zustimmung einer Regierungs- oder Parteiorganisation gegründet werden (To 1998: 274f., in Albarran/Chan-Olmsted). Abgesehen von den nationalen Zeitungen dürfen Presseprodukte nur in jenen Gebieten verkauft werden, in denen sie auch publiziert werden. Dies wird von staatlichen Körpern überprüft, die gleichzeitig die Preise für die nationalen Zeitungen festlegen (To 1998: 275, in Albarran/Chan-Olmsted). Andere Gesetze regeln Rundfunkinhalte und Lizenzen: Alle Rundfunksender unterliegen der staatlichen Lizenzpflicht, wofür die SARFT verantwortlich ist; in deren Zuständigkeitsbereich liegt auch die Zensur von Rundfunkinhalten (Abels 2006: 95). In den „Rundfunkverwaltungsvorschriften“ vom ersten September 1997 wird festgehalten, dass der

Rundfunk als „Sprachrohr der Partei, der Regierung und des Volkes“ dienen soll, außerdem werden darin die

„(...)Verwaltungskompetenzen der Regierungen auf verschiedenen Ebenen (...), die Errichtung der Rundfunksender, Planung, Einschließung und Verwaltung der Übertragungsnetze sowie die Produktion, Ausstrahlung und Übertragung von Programmen geregelt.“ (Abels 2006: 119)

Bodenempfangseinrichtungen für Satellitenfernsehen unterliegen nach einem Erlass des Staatsrates vom 5. Oktober 1993 einer Lizenzpflicht, Privatpersonen ist die Installation einer solchen Einrichtung untersagt (White 2005: 156).

Ähnliche Regelungen gibt es auch für die Presse: Auch hier gilt die staatliche Lizenz- und Registrierungspflicht (Zhao 2008: 80). Jede Zeitung, die eine höhere Anzahl an Seiten drucken oder inhaltliche Änderungen vornehmen will, muss zuvor eine offizielle Genehmigung einholen (To 1998: 275, in Albarran/Chan-Olmsted).²⁰

Auch die Kontrolle über das Medienpersonal wurde bereits in Kapitel 4.3.5 sowie 4.3.7 behandelt. Wie dort gezeigt wurde, spielen politische Kriterien für die Bestellung des Medienpersonals eine wichtige Rolle. Die politische Einstellung eines Journalisten ist bei seiner Rekrutierung von Bedeutung (Abels 2006: 94):

„Wie der stellvertretende Universitätspräsident der CUC, Su Zhiwu, im April 2004 erläuterte, werden den Studenten an der renommierten CUC zur Rolle des Journalisten genau wie in der Maoära auch heute noch eindeutig folgende Prioritäten vermittelt:

1. die korrekte politische Linie vertreten
2. Sprachrohr der Kommunistischen Partei Chinas sein und
3. die Mehrheitsinteressen des chinesischen Volkes vertreten – Interessen, die von der KPCh definiert werden (Liu Jinan, Lei Yuejie, Cai Wenmai, Interviewdaten 2000 und 2002).“ (Abels 2006: 114f.)

Es werden nur Journalisten angestellt, die zuvor Trainings durchlaufen haben und politisch geschult wurden; als Journalist arbeiten kann man in China nur, wenn man zuvor eine Lizenz erhalten hat. Auch Beförderungen erfolgen anhand politischer Kriterien (Ma 2000: 22, in Curran/Park).

In einigen Fällen – so etwa beim Shanghaier *East Radio* – obliegt die Rekrutierung von Journalisten den Medienunternehmen selbst (Zhao 1998: 101). Auch hier muss die Bestellung der wichtigsten Führungskräfte jedoch von der zuständigen politischen Autorität genehmigt werden (Zhao 1998: 101).

²⁰ Die hier erwähnten Regulierungen sind nicht vollständig und sollen lediglich als Beispiel für die zahlreichen Regulierungen dienen, in deren Rahmen die chinesischen Medien operieren.

Wie in Kapitel 3.2.4 betrachtet wurde, werden Medieninhalte in China von Staat und Regierung streng kontrolliert. Die meisten, jedoch nicht alle Inhalte, unterliegen der Zensur. Die diesbezüglichen Regulierungen sind in zahlreichen Dokumenten festgehalten (einige wurden bereits oben erwähnt) und ständigen Änderungen unterworfen. Folgendes Zitat soll als Beispiel zur Verdeutlichung dieser rechtlich oftmals unübersichtlichen Situation dienen:

„Zu den Ende der 90er Jahre geltenden Dutzenden Dokumenten, die die Zensur in allen möglichen Bereichen regeln, gehören das Gesetz betr. den Staatsgeheimnisschutz vom 5. Sept. 1988 mit Ausführungsmaßnahmen vom 14. Juni 1990 und das Staatssicherheitsgesetz vom 22. Febr. 1993 mit Ausführungsdetailbestimmungen vom 10. Mai 1994; die Einstweiligen Vorschriften für die Verlagsarbeit vom 20. April 1980 (in Punkt 5: Normen betr. das dreistufige System der Überprüfung – *chushen, fushen, zhongshen* – von Manuskripten); die Mitteilung des Presse- und Publikationsamtes betr. die Verstärkung der Kontrolllektüre von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern vom 9. Nov. 1988; die Einstweiligen Bestimmungen betr. die Kontrolle von Zeitschriften vom 24. Nov. 1988; die Einstweiligen Bestimmungen betr. die Kontrolle von Zeitungen vom 25. Dez. 1990; die Bestimmungen betr. die Kontrolle der Bodenempfangseinrichtungen für Satellitenfernsehsendungen vom 5. Okt. 1993 mit Detailausführungsbestimmungen vom Febr. 1994; die Vorschriften betr. den Schutz der Sicherheit von Computerinformationssystemen vom 18. Febr. 1994; die Vorläufigen Bestimmungen über die Kontrolle der Computerinformationsnetzwerke am internationalen Verbindungsnetz vom 23. Jan. 1996 in der revidierten Fassung vom 20. Mai 1997 und die Maßnahmen betr. die Kontrolle über den Schutz der Sicherheit von Computerinformationssystemen und des Internet vom 11. Dez. 1997 u.a. Ein besonderes Regime für das Nachrichtenwesen sieht das Gesetz betr. den Ausnahmezustand vom 1. März 1996 (Art. 13 Ziff. 3, Art. 18 Ziff. 4) vor.“ (Von Senger 2008: 881f., in Staiger/Friedrich/Schütte)

Mit Ausnahme des Finanzierungsbereiches sind die chinesischen Medien in allen erarbeiteten Aspekten – zumindest theoretisch - starker staatlicher Kontrolle ausgesetzt. Der Staat besitzt die Medien, legt rechtliche Rahmenbedingungen für sie fest und kontrolliert die Bestellung des Medienpersonals – einerseits über die genannten Ausbildungsprozesse, andererseits über die Lizenzvergabe und die direkte Bestellung von Journalisten. Auch im Bereich Medieninhalt sichert sich der Staat über zahlreiche Regelungen Einflussmöglichkeiten. All das spricht bei strenger Betrachtung der im Theorieteil erarbeiteten Kriterien für eine Einordnung Chinas in Linie C von Blums Modell. Allerdings gibt es einen Vorbehalt: Denn angesichts der Größe und der dementsprechenden Unübersichtlichkeit des chinesischen Mediensystems ist der Staat nicht in der Lage, vollständige Kontrolle auszuüben:

„In sum, while the CCP is able to intimidate or quarantine intellectuals and journalists, as described by Link (1992), attempts to manage the media structure itself are a lot less successful, thanks to its complexity and diversity. Enforcement of policies made in Beijing in distant places like Yunnan or poor places like Changsha (...) has always been a challenge. After almost 15 years of commercialization and decentralization,

both made necessary by the financial constraints on the central government, the challenge is greater and the obstacles to successful control much higher.“ (White 2005: 182).

4.3.9 Medienkultur

„If topics are assigned from above anyway, why bother to be diligent or to pursue investigative journalism, which might cause political trouble?“ (Zhao 1998: 184)

Die chinesischen Medien sind dazu aufgefordert, sich in ihrem Schaffen an das „Partei-Prinzip“ (*dangxing yuanze*) zu halten, das aus drei wesentlichen Komponenten besteht: (1) Die Medien müssen die Ideologie der Partei als ihre eigene akzeptieren; (2) Die Medien müssen Programme, politische Grundsätze und Richtlinien der Partei propagieren; (3) Die Medien müssen die Führung der Partei akzeptieren und sich an deren organisatorische Prinzipien und Presserichtlinien halten (Zhao 1998: 19). Damit ist das Befolgen von Anweisungen der KPCh allen anderen Medienfunktionen übergeordnet (Hao 2006: 69, in Hao/Datta-Ray). Nachrichten werden häufig nach ihrer Relevanz für zentrale politische Inhalte der Partei ausgewählt, die Berichterstattung erfolgt häufig aus der Perspektive der KPCh – typische Berichte chinesischer Medien sind deshalb sehr positiv, didaktisch und wertorientiert (Zhao 1998: 27). Eine Schlüsselrolle der Medien ist damit das Vertreten politischer Interessen: „Bei aller vordergründigen Vielfalt auf dem chinesischen Pressemarkt sucht man eine regierungskritische Presse vergebens“ (Abels 2006: 101). Politische Institutionen werden auch in China respektvoll behandelt, nicht kritisiert. Die Regierung wird als beschützend und fürsorglich dargestellt (Lee 2000: 22). Gleichzeitig wird seitens der Medien politische Konformität propagiert (Lee 2000: 23), sie unterstützen die breiten Absichten und Ziele der Regierung (Zhu 2008: 126). Im Vordergrund steht dabei die Aufrechterhaltung politischer und sozialer Stabilität (Abels 2006: 9), die dem Recht der Bevölkerung auf Information übergeordnet ist:

„As Yu (2004: 1) observes, the media in China are very bad at providing the public with information. One of the biggest problems is that ‚pleasant‘ or ‚good‘ things can be covered by the media but ‚unpleasant‘ or ‚bad‘ things cannot – they are covered up by the party and government and hidden from the public.“ (Hong/Lü/Zou 2009: 49, in Zhu/Berry)

Journalisten berichten für gewöhnlich nicht über soziale Unruhen, da dies die politische Stabilität gefährden könnte (Zhao 2005: 67, in Hackett/Zhao). Wenn es zur Berichterstattung über politisch sensible Themen kommt, sind die Medien angehalten, Aussendungen der staatlichen Nachrichtenagentur *Xinhua* zu kopieren (Stockmann 2010: 117, in Carlson/Gallagher/Lieberthal/Manion). Damit sind die Medien eher ein „Spiegel der Politik“

als ein „Spiegel der Gesellschaft“ und legen für gewöhnlich mehr Wert darauf, die Bedürfnisse der Regierung darzustellen, als jene der Bevölkerung (Hong/Lü/Zou 2009: 52, in Zhu/Berry).

Dennoch ist die Suche nach investigativem Journalismus in China nicht vergebens: Gerade Boulevardzeitungen und Wochenendausgaben brechen immer wieder politische Tabus, indem sie von Fall zu Fall Kritik an Politik und Gesellschaft ausüben (Zhao 1998: 157). Auch lokale Tageszeitungen sind immer wieder bereit, gesellschaftliche Probleme anzusprechen (Chan 2003: 163, in Lee). Die Beliebtheit von Abendzeitungen ist darauf zurückzuführen, dass sie Sorgen der Bevölkerung aufzeigen und als Plattform für Beschwerden gegen lokale Bürokratien dienen (Zhao 1998: 130). Ein Beispiel für eine Zeitung, die immer wieder die Grenzen investigativer Berichterstattung austestet und ob ihrer publikumsorientierten Berichterstattung nicht selten in Konflikt mit den Autoritäten gerät, ist die *Beijing Youth Daily* (Rosen 2000: 156, in Lee), die immer wieder bereit ist, Risiken einzugehen, um ihre Einnahmen zu steigern (Rosen 2003: 104, in Lee), gleichzeitig aber auch erfolgreich als Sprachrohr der Partei fungiert:

“Therefore, the *Beijing Youth Daily* has a very pragmatic motive in striking a tolerable fit between party trust and market success. To do this, it must constantly gauge the situation, test the limits of investigative reporting and consumer advocacy, and take its potential opponents in playing a game that often resembles hide-and-seek. The examples of the *Beijing Youth Daily*, the *Shenzhen Special Zone Daily*, and the *Southern Weekend* show that ideological innovation always originates from the periphery, rather than from the center. These politically marginal papers have greater room and take greater risk to experiment with new ideas.” (Lee 2000: 17f.)

Im Rundfunkbereich entstanden in den 1990er Jahren „*public forum*“-Programme, die sich durch investigative Recherche, kritische Berichterstattung und Publikumsdiskussionen über wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Themen auszeichneten

„(...) public forum television programs on county level stations began to function as a societal monitor, a public’s surveillance, and the people’s watchdog on the authorities. That meant that television on the county level too started to evolve from being a political and ideological vehicle of the Party and government to a somewhat democratic mechanism.“ (Hong 2006: 155, in Hao/Datta-Ray).

Auch der zentrale Rundfunk CCTV nahm solche Formate in sein Programm auf (Hong 2006: 157, in Hao/Datta-Ray) – ein Zeichen, dass der Sender nicht mehr nur als reines Sprachrohr der Partei fungierte, sondern begann, eine aktive Rolle im politischen Prozess zu spielen (Lichtenberg 1990: 1, zitiert nach Hong 2006: 151, in Hao/Datta-Ray). Diese zusätzliche Rolle als „Wachhund“ der Gesellschaft war im Falle CCTVs jedoch nicht von langer Dauer: Der Anteil an kritischen, investigativen Programmen sank ob der Einmischung politischer

Autoritäten zwischen 1998 und 2002 um knapp 30 Prozent auf 17,5 Prozent (Hong/Lü/Zou 2009: 49, in Zhu/Berry). Größeren Spielraum für kritische Berichterstattung und investigativen Journalismus haben nach wie vor Sender auf Lokal- und Provinzebene (Abels 2006: 194). Jedoch können auch diese nicht uneingeschränkt Kritik ausüben und investigativ berichten: Kritik ist nur im kleinen Rahmen an einzelnen gesellschaftlichen Problemen möglich, aber nicht am politischen System oder dem „Sozialismus chinesischer Prägung“ (vgl. Hong 2006: 156, in Hao/Datta-Ray). Kritisiert werden auch nicht hochrangige Partei- und Regierungsbeamte, sondern lediglich Politiker auf Regional- und Lokalebene (Hong 2006: 160, in Hao/Datta-Ray). Kritik und investigativer Journalismus sind möglich, dient aber nicht nur der Information der Bevölkerung, sondern nach Hong (2006: 156, in Hao/Datta-Ray) auch der Aufrechterhaltung des politischen Systems und der kommunistischen Ideologie:

„In other words, the purpose of exposing and criticizing some societal problems is to improve the image of the government and party leadership but not to reveal the real causes of the problems nor to challenge the political system and communist ideology.“
(Hong 2006: 156, in Hao/Datta-Ray)

Insofern sind Kritik und Partizipation nur eingeschränkt möglich, in einem Rahmen, der von den politischen Autoritäten festgelegt wird (Hong 2006: 162, in Hao/Datta-Ray), weswegen investigative Journalisten häufig „Wachhunde an den Leinen der Partei“ genannt werden (vgl. Yu 2009: 136, in Zhu/Berry).

Die chinesischen Medien unterstützen also das politische System, verhalten sich gegenüber der Partei und der Regierung respektvoll und halten sich mit Kritik zurück – zumeist agieren sie im Sinne einer konkordanten Medienkultur. Gerade kleinere lokale und marktorientierte Medien nutzen jedoch den ihnen zur Verfügung stehenden Spielraum, um investigativ zu arbeiten und versuchen, eine Kritik- und Kontrollfunktion auszuüben. Zwar dient auch Kritik häufig zur Aufrechterhaltung der politischen und sozialen Stabilität, die erlaubten Grenzen werden aber immer wieder überschritten: Nicht selten geraten investigative und kritische Medien in Konflikt mit der Regierung, da sie auf Probleme hinweisen und Stellung beziehen – auch über den offiziell erlaubten Rahmen hinaus. Da es diese investigativen Elemente gibt, kann man in China nicht von einer rein konkordanten Medienkultur sprechen. Deswegen ist China – obwohl die Konkordanz überwiegt – im Bereich Medienkultur in Linie B von Blums Modell einzuordnen.

4.3.10 Medienorientierung

„Chinese media, though having been gradually weaned from government subsidies and pushed into the global media market, are still required to provide „three satisfactions“ (*san ge manyi*): they must satisfy the party, the audience, and the market. Consequently, Chinese journalism has been transformed from a solely propagandist model to „a propagandist/commercial model“ (Zhao 1997), or, more precisely, to a propagandist/commercial/populist model. Journalists are increasingly assuming triple roles as ideologists/propagandists, news brokers and enlighteners, in the name of professional journalism. They are not simply serving two masters and toeing two lines (Zhao 1998; Pan 2000); they are serving *three* masters and toeing *three* lines.“ (Yu 2009: 134, in Zhu/Berry)

Wie schon in Kapitel 5.2.6 dargestellt, sind die chinesischen Medien in ihrer Finanzierung stark kommerziell ausgerichtet. Dass die meisten Medien jedoch immer noch (symbolische) staatliche Subventionen erhalten, führt in ihrer Orientierung zu einem Spannungsverhältnis zwischen kommerzieller Ausrichtung und dem nach wie vor bestehenden Druck, Funktionen für Staat und Regierung zu erfüllen. Denn traditionell sind die chinesischen Medienunternehmen Einheiten, die öffentlichen Zwecken dienen: Ihre wichtigste Aufgabe war lange Zeit das Erfüllen öffentlicher Funktionen, darunter das Publizieren von Regierungs- und Parteipolitik und die Erziehung und Mobilisierung der Massen (To 1998: 268, in Albarran/Chan-Olmsted). Dieses Bild der chinesischen Medien als reines Sprachrohr der Partei rückt jedoch angesichts der Tatsache, dass sie sich heute zu einem Großteil über den Markt finanzieren (siehe Kapitel 5.2.6), immer mehr in den Hintergrund:

„In stark contrast to the past, when media were synonymous with party-controlled media working with the unanimous aim of publicizing state policies, media today perform multiple functions for their audience, ranging from politics to entertainment.“ (To 1998: 270, in Albarran/Chan-Olmsted)

Trotz der Kommerzialisierung dienen die chinesischen Medien nach wie vor zu einem Teil als Instrumente zur Verbreitung aktueller ideologischer Regierungspolitik (Zhao 2008: 32, in Chakravartty/Zhao). Sie sind jedoch keine reinen Propagandainstrumente mehr: Zhou He bezeichnet die chinesischen Medien als „Party Publicity Inc.“, deren Aufgabe es ist, den Ruf und die Legitimität der KPC zu stärken (He 2000: 143f., in Lee). Die chinesischen Medien haben einen „kapitalistischen Körper“ und gleichzeitig ein „sozialistisches Gesicht“ (Lee 2003: 18). Sie sind keine „Werkzeuge des Klassenkampfes“ mehr, sondern sollen zur Modernisierung Chinas beitragen (Lull 1991: 4, zitiert nach Yu 2009: 16). Eine weitere bedeutende Funktion der chinesischen Medien ist die Übermittlung von offiziellen Gesetzes-Interpretationen – hier übernehmen die Medien eine von der Regierung ausgehende Bildungsfunktion (Lee 2000: 236, in Lee): „(...) nowhere else in the world today is a media

industry so heavily engaged in the business of transmitting governmental views about law as in the PRC“ (Lee 2000: 236, in Lee). Damit erfüllen die chinesischen Medien eine Service-Public-Funktion für die Regierung. Gleichzeitig aber richten sie sich ebenso an ihr Publikum und versuchen immer wieder, im engen Rahmen der staatlichen Kontrolle eine Kritik- und Kontrollfunktion im Dienst der Bevölkerung auszuüben: Zahlreiche Rundfunkprogramme, bei denen Zuhörer und Zuseher dazu aufgerufen werden, ihre Meinung kundzutun und Kritik auszuüben (siehe Kapitel 4.3.9) sprechen für diese Service-Public-Ausrichtung im Sinne der Bevölkerung, ebenso die Tatsache, dass immer wieder kritische Berichterstattung – etwa zum Thema Korruption – möglich ist (To 1998: 272, in Albarran/Chan-Olmsted).

Auf der anderen Seite sind die chinesischen Medien in Anbetracht ihrer finanziellen Abhängigkeit vom Markt gezwungen, sich innerhalb des von der Regierung vorgegebenen Rahmens auch am Kommerz zu orientieren. Dies führt zu dem oben erwähnten Spannungsverhältnis zwischen politischer Korrektheit und kommerzieller Wettbewerbsfähigkeit (Huang/Lee 2003: 54, in Rawnsley/Rwansley). Die Medien erarbeiten immer neue Geschäftsstrategien, die Einnahmen generieren sollen (To 1998: 168, in Albarran/Chan-Olmsted). In diesem Sinne handeln auch solche Medienunternehmen, deren organisatorischer Status der einer politischen Einheit ist (Chan 2003: 160, in Lee), wie privatwirtschaftliche Unternehmen, die ihren Gewinn erhöhen wollen. Der dadurch entstehende Wettbewerb um Leser, Zuseher und Zuhörer resultiert in einer verstärkten Ausrichtung an Bedürfnissen des Publikums (To 1998: 271). Im Bereich der Presse zeigt sich das einerseits am verstärkten Aufkommen von Boulevardzeitungen, die „strikt leser- und absatzorientiert“ berichten (Hediger 2007: 300, in Thomaß), andererseits auch in einer Veränderung der Parteipresse, die nun mehr Wert auf lesergerechte Berichterstattung legt und verstärkt Artikel über Themen wie Wirtschaft, Sport, Gesellschaft oder Wissenschaft und Technik publiziert sowie das Publikum in Form von Feedback partizipieren lässt (He 2000: 114, in Lee). Parteizeitungen stehen nicht nur untereinander im Wettbewerb um Auflage, Werbeeinnahmen und Leser, sondern auch mit den Boulevardzeitungen – sie alle versuchen, durch Mittel wie gratis Abonnements, Lotterien oder kostenlosen Abendausgaben mehr LeserInnen und damit wichtige Anzeigenkunden anzuziehen (He 2000: 115, in Lee). Viele Zeitungen bringen auch Wochenendausgaben heraus, die keine spezielle redaktionelle Ausrichtung haben: Gedruckt wird, was sich gut verkauft (Zhao 1998: 137).

Ähnlich verhält es sich auch beim chinesischen Rundfunk: Rundfunksender stehen ebenso wie Printmedien in starker Konkurrenz zueinander (White 2005: 184) und betätigen sich in einer Vielzahl an Aktivitäten, die ihre Einnahmen steigern sollen (Ma 2000: 22, in

Curran/Park). Um den finanziellen Erfolg einzelner Programme messbar zu machen, führen viele Stationen – darunter auch CCTV (Zhang 2009: 175, in Zhu/Berry) - Marktgruppen- und Publikumsforschung durch (Xu 2009: 156, in Zhu/Berry). Gute Bewertungen führen zu einem verstärkten Interesse der Werbekunden (Hong/Lü/Zou 2009: 46, in Zhu/Berry). Viele Sender richten ihr Programm vor allem an ein zahlungskräftiges Publikum, um Werbekunden anzuziehen (Xu 2009: 156f.). Um Marktanteile zu gewinnen, werden Programme entwickelt, „die sich eng an definierte Zielgruppen richten, so dass sie für die Werbetreibenden interessant werden (...)“ (Häusermann 1998: 21f., zitiert nach Abels 2006: 195). Im Hörfunkbereich führt die Entwicklung zu einem immer mehr wachsenden Anteil an Musik, leichter Unterhaltung und Werbung (Abels 2006: 77). Andererseits investieren viele Rundfunksender auch in eine große Bandbreite an nicht-medialen Aktivitäten (To 1998: 275). Ein Beispiel ist *Beijing TV*, dem unter anderem ein Taxiunternehmen und ein Hotel gehört (White 2005: 181). Für Werbekunden werden auch Symposien und Pressekonferenzen gehalten sowie PR-Aktivitäten durchgeführt (Ma 2000: 22, in Curran/Park).

„Auch für den chinesischen Kontext gilt, was Meier und Jarren (2002) mit den Begriffen Ökonomisierung und Kommerzialisierung zum Ausdruck bringen: ökonomische Prinzipien und Handlungsrationitäten haben einen wachsenden Einfluss bei der Institutionalisierung, Diversifizierung, Produktion und Konsumption von Medien bzw. deren Inhalten (Meier; Jarren 2002, 202).“ (Abels 2006: 78)

Es gilt hier zu beachten, dass der kommerzielle Wettbewerb unter den chinesischen Unternehmen nicht unbeschränkt ist, sondern immer unter der Kontrolle und Dominanz der Regierung stattfindet (To 1998: 273, in Albarran/Chan-Olmsted). Die chinesischen Medien sind nicht nur „Einheiten der Kapitalakkumulation“, sondern gleichzeitig nach wie vor „offizielle politische Organe“ (Zhao 2008: 40, in Chakravartty/Zhao). Einerseits sind sie geschäftlich ausgerichtet und versuchen, durch das Anziehen von bestimmten Zielgruppen ihre Werbeeinnahmen zu steigern; andererseits dürfen Aufgaben, welche die chinesischen Medien für die Regierung zu erfüllen haben, nicht in den Hintergrund rücken. Gleichzeitig versuchen die Medien auch im Dienste der Bevölkerung zu fungieren und im Rahmen ihrer eingeschränkten Möglichkeiten einer Kritik- und Kontrollfunktion nachzukommen (siehe auch Kapitel 4.3.9). Dementsprechend ist die Orientierung der chinesischen Medien divergent: Sie orientieren sich sowohl am Kommerz, als auch am Service-Public und folgen somit der Linie B in Blums Modell.

5. Konklusion

Nachdem nun die Mediensysteme Ostasiens anhand der Kategorien Roger Blums analysiert wurden, werden in diesem abschließenden Kapitel die einleitenden Fragestellungen noch einmal aufgegriffen und anhand der im analytischen Teil erarbeiteten Aspekte beantwortet.

Zu diesem Zweck erfolgt zunächst die rasterartige Einordnung der drei Vergleichsländer (Japan, Südkorea und Volksrepublik China) in Blums Modell. In diesem Zusammenhang wird betrachtet, welche Probleme sich bei der Einordnung, aber auch bei der Anwendung der einzelnen Vergleichsdimensionen auf die ostasiatischen Vergleichsländer ergaben. Festgestellt werden soll diesbezüglich auch, ob die Mediensysteme der drei Vergleichsländer den sechs von Blum erstellten Modellen (Liberalismus-Modell, Klientel-Modell, Service public-Modell, Schockmodell, Patriotenmodell und Kommandomodell, siehe Kapitel 3.3) entsprechen, oder ob Mischformen vorliegen.

Anschließend werden die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verglichenen Mediensysteme herausgearbeitet, um die in der Einleitung behandelten Fragestellungen zu beantworten: Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede weisen die Mediensysteme Japans, Südkoreas und der Volksrepublik auf? Gibt es trotz unterschiedlicher politischer Systeme regionale Ähnlichkeiten? Oder sind aufgrund unterschiedlicher politischer Systeme stark voneinander unterscheidbare Mediensysteme entstanden, wobei sich China als autoritäres System deutlich von Japan und Südkorea abhebt?

Den theoretischen Rahmen vorliegender Arbeit bildet der „Erweiterte Vergleichs-Ansatz“ Roger Blums, der durch die Kombination von Dimensionen, die Hallin und Mancini 2004 in „*Comparing Media Systems*“ ins Spiel gebracht haben, mit solchen, die schon 2001 an der Universität Bern entwickelt wurden, entstanden ist. Der „Erweiterte Vergleichs-Ansatz“ hat das Ziel, alle Mediensysteme der Welt in einem Raster darzustellen (Blum 2005: 5, siehe auch Kapitel 3.2). In dieser Arbeit wurde versucht, Japan, Südkorea und die Volksrepublik China in diesen Raster einzuordnen. Um dies zu bewerkstelligen, wurden zunächst ab Kapitel 3.2.1 die von Blum sowie Hallin und Mancini stammenden Vergleichskategorien unter Heranziehung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Literatur genauer ausgearbeitet; hierbei wurden bei den von Hallin und Mancini stammenden Dimensionen (politische Kultur, politischer Parallelismus und Staatskontrolle über die Medien) vor allem deren Ausführungen berücksichtigt. Da es zum Zeitpunkt des Erstellens dieser Arbeit keine genaueren Ausführungen von Blums Dimensionen gab, erfolgte die Ausarbeitung der

Kategorien Regierungssystem, Medienfreiheit, Medienbesitz, Medienfinanzierung, Medienkultur und Medienorientierung vor allem nach eigenem Ermessen. Dabei ergab sich zunächst das Problem, dass sich die Vergleichskategorien zum Teil überschneiden, die Dimensionen somit nicht immer klar voneinander trennbar sind. Dies verdeutlicht aber zugleich, dass alle Subsysteme des Systems „Medien“ in enger Verbindung miteinander stehen und zugleich durch politische Aspekte, also durch das System „Politik“ geprägt sind. Wie in Kapitel 3.1 erwähnt, ist ein Mediensystem „als etwas Zusammengesetztes mit komplexen Strukturen und Entwicklungslogiken“ zu bezeichnen (Thomaß 2007: 15). So ist etwa die Staatskontrolle über Medien auch davon abhängig, in welchem Besitz sich die Medien befinden, wie sie finanziert werden und ob Zensur erfolgt; die Medienkultur ist von der politischen Kultur eines Landes abhängig; und die Finanzierungsform der Medien wirkt sich auf deren Orientierung aus. Dies sind nur einige Beispiele für die Verknüpfung und die Interaktionen zwischen einzelnen Dimensionen.

In folgender Tabelle werden die Vergleichsländer entsprechend der Linien, denen sie in Blums Modell folgen, gegenübergestellt:

Tabelle 13: Einordnung und Gegenüberstellung der Vergleichsländer

| Dimension | Japan | Südkorea | Volksrepublik China |
|--|----------------------------------|---------------------------|---------------------------------------|
| 1 Regierungssystem | A - Demokratisch | A - Demokratisch | B - Autoritär |
| 2 Politische Kultur | B - Ambivalent | B - Ambivalent | C - Konkordant |
| 3 Medienfreiheit | A/B - Keine bis fallweise Zensur | B - Fallweise Zensur | B/C - Fallweise bis permanente Zensur |
| 4 Medienbesitz | B - Privat und öffentlich | B - Privat und öffentlich | C - Öffentlich |
| 5 Medienfinanzierung | B - Durch Markt und Staat | B - Durch Markt und Staat | B - Durch Markt und Staat |
| 6 Politischer Parallelismus | B - Mittel | C - Stark | C - Stark |
| 7 Staatskontrolle über die Medien | B - Mittel | B - Mittel | C - Stark |
| 8 Medienkultur | B - Ambivalent | B - Ambivalent | B - Ambivalent |
| 9 Medienorientierung | A - Kommerziell | B - Divergent | B - Divergent |

Quelle: Eigene Erstellung, angelehnt an Blum 2005: 9

Wie Tabelle 13 zunächst zeigt, war eine klare Zuordnung der Vergleichsländer nicht in jeder Dimension möglich. Insbesondere traten im Bereich Medienfreiheit Probleme auf. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Linien A, B und C im „Erweiterten Vergleichs-Ansatz“ nicht klar definiert sind; es ist unklar, ob sie sich ausschließlich auf Vorzensur beziehen, oder auch

Formen der Nachzensur einschließen. Wie in Kapitel 3.2.3 erwähnt wurde, ist kein Mediensystem vollständig frei von Nachzensur. Ein Mediensystem, in dem es ein gänzlich Zensurverbot gibt, das auch die nachträgliche Bestrafung von bereits veröffentlichten Inhalten inkludiert, wird nur schwer zu finden sein – wobei sich das Ausmaß dieser nachträglichen Bestrafungen und die Fälle, in denen sie zur Anwendung kommen, stark unterscheiden können. Es stellt sich die Frage, wo hier die Grenze zwischen Zensurverbot (Linie A) und fallweiser Zensur (Linie B) zu ziehen ist. Deswegen wurden bei der Einordnung in das Modell vor allem Formen der Vorzensur berücksichtigt. Doch auch hier ergaben sich Probleme: Ist Selbstzensur als Form der Vorzensur zu berücksichtigen, auch wenn sie freiwillig und nicht durch Staat und Regierung diktiert erfolgt? Und kann man einen Staat, in dem „unerwünschte“ Inhalte nachträglich mit Freiheitsentzug bestraft werden können, wirklich als frei von Zensur bezeichnen, auch wenn Vorzensur verboten ist? Auch die Grenze zwischen permanenter (Linie C) und fallweiser Zensur (Linie B) ist nicht klar zu ziehen: Bedeutet permanente Zensur, dass ausnahmslos alle Inhalte vor dem Erscheinen kontrolliert werden? Wie hoch muss das Ausmaß an Zensur sein, um als permanent zu gelten? Wie aus dem analytischen Teil (Kapitel 4.1.4, 4.2.4 und 4.3.4) hervorgeht und wie auch in Tabelle 12 ersichtlich ist, war eine klare Einordnung der ostasiatischen Vergleichsländer ob dieser begrifflichen Unbestimmtheit nicht möglich.

Ein weiteres Problem ergab sich im Bereich des politischen Parallelismus, zu dessen Ausarbeitung im Theorieteil vor allem die von Hallin und Mancini eingebrachten Kriterien verwendet wurden (siehe Kapitel 3.2.6). Diese wurden jedoch für die Anwendung auf demokratische Systeme entwickelt und gehen dementsprechend von politischen Systemen aus, in denen mehrere Parteien miteinander in Konkurrenz stehen. Dies führte bei der Anwendung der Kriterien auf die Volksrepublik China zu Problemen (siehe Kapitel 4.3.7) – da eine entsprechende Diversität im chinesischen politischen System fehlt, konnten nicht alle Bereiche berücksichtigt werden. Blumlers und Gurevitichs fünf Stufen des politischen Parallelismus (1995: 65, siehe Kapitel 3.2.6) sind hingegen leichter auch auf Systeme anzuwenden, in denen die politische Diversität nicht stark ausgeprägt oder gar nicht vorhanden ist. Unter ausschließlicher Bezugnahme auf Hallins und Mancinis Kriterien ist der „Erweiterte Vergleichs-Ansatz“ demnach nicht auf alle Länder der Welt anwendbar; hier ist eine Definition des politischen Parallelismus erforderlich, die eine breitere Anwendbarkeit ermöglicht und auch nicht-demokratische Regierungssysteme mit einschließt. Auch der Bereich „Politische Kultur“ wurde von Hallin und Mancini für eine Anwendung auf demokratische Systeme ausgearbeitet (siehe Kapitel 3.2.2). Hier stellt sich die Frage, ob man

in jedem Land der Welt von einem Vorhandensein von Pluralismus – moderat oder polarsiert – ausgehen kann. Bei der Einordnung der in dieser Arbeit herangezogenen Länder ergaben sich in diesem Bereich jedoch keine Probleme. Auch die übrigen Vergleichsdimensionen waren auf die ostasiatischen Vergleichsländer anwendbar, wobei die Einordnung in bestimmte Linien unter Berücksichtigung der nach eigenem Ermessen gehandhabten Ausarbeitung der Kategorien erfolgte.

Bevor nun die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Vergleichsländern genauer gegenübergestellt werden, wird betrachtet, ob Japan, Südkorea und China den sechs von Blum erarbeiteten Modellen (siehe Kapitel 3.3) entsprechen oder ob neue Mischformen vorliegen.

In Japan liegt zunächst eine Mischung aus Linie A und B vor. Im Bereich Regierungssystem und Medienorientierung folgt Japan der Linie A, im Bereich Medienfreiheit liegt eine Mischform vor, in allen anderen Bereich folgt Japan der Linie B. Damit gibt es keine genaue Übereinstimmung mit einem der sechs Modelle. Die meisten Übereinstimmungen bestehen jedoch mit dem Klientel-Modell, das, abgesehen von einem demokratischen Regierungssystem und dem Verbot von Zensur, der Linie B folgt. Ein Unterschied besteht darin, dass die japanischen Medien kommerziell orientiert, jene Medien, die dem Klientel-Modell entsprechen, aber divergent ausgerichtet sind. Letzteres trifft auf Japan nicht zu.

Tabelle 14: Japan und das Klientel-Modell

| Dimension | Japan | Klientel-Modell |
|--|----------------------------------|---------------------------|
| 1 Regierungssystem | A - Demokratisch | A - Demokratisch |
| 2 Politische Kultur | B - Ambivalent | B - Ambivalent |
| 3 Medienfreiheit | A/B - keine bis fallweise Zensur | A - Zensurverbot |
| 4 Medienbesitz | B - Privat und Öffentlich | B - Privat und Öffentlich |
| 5 Medienfinanzierung | B - Durch Markt und Staat | B - Durch Markt und Staat |
| 6 Politischer Parallelismus | B - Mittel | B - Mittel |
| 7 Staatskontrolle über die Medien | B - Mittel | B - Mittel |
| 8 Medienkultur | B - Ambivalent | B - Ambivalent |
| 9 Medienorientierung | A - Kommerziell | B - Divergent |

Quelle: Eigene Erstellung, angelehnt an Blum 2005: 9

Auch Südkorea folgt in weiten Teilen der Linie B. Allerdings ist auch hier das Regierungssystem demokratisch, der politische Parallelismus ist stark ausgeprägt und damit der Linie C zuzuordnen. Auch hier gibt es keine gänzliche Übereinstimmung mit den Modellen, wobei Südkorea noch am ehesten dem Schock-Modell entspricht. Der einzige

Unterschied besteht darin, dass die Staatskontrolle im Schock-Modell stark ausgeprägt ist, im Falle Südkoreas jedoch der politische Parallelismus.

Tabelle 15: Südkorea und das Schockmodell

| Dimension | Südkorea | Schock-Modell |
|--|---------------------------|---------------------------|
| 1 Regierungssystem | A - Demokratisch | A - Demokratisch |
| 2 Politische Kultur | B - Ambivalent | B - Ambivalent |
| 3 Medienfreiheit | B - Fallweise Zensur | B - Fallweise Zensur |
| 4 Medienbesitz | B - Privat und Öffentlich | B - Privat und Öffentlich |
| 5 Medienfinanzierung | B - Durch Markt und Staat | B - Durch Markt und Staat |
| 6 Politischer Parallelismus | C - Stark | B - Mittel |
| 7 Staatskontrolle über die Medien | B - Mittel | C - Stark |
| 8 Medienkultur | B - Ambivalent | B - Ambivalent |
| 9 Medienorientierung | B - Divergent | B - Divergent |

Quelle: Eigene Erstellung, angelehnt an Blum 2005: 10

In der Volksrepublik China liegt eine Mischung aus Linie B und C vor. Dies ist auch beim Patrioten-Modell der Fall, das jedoch in den Bereichen Medienkultur und Medienorientierung der Linie C folgt. Dies ist in China nicht der Fall. Die Medien sind im Patriotenmodell in privatem und öffentlichem Besitz, in China jedoch ausschließlich in öffentlichem.

Tabelle 16: China und das Patrioten-Modell

| Dimension | China | Patrioten-Modell |
|--|---------------------------------------|---------------------------|
| 1 Regierungssystem | B - Autoritär | B - Autoritär |
| 2 Politische Kultur | C - Konkordant | C - Konkordant |
| 3 Medienfreiheit | B/C - Fallweise bis permanente Zensur | B - Fallweise Zensur |
| 4 Medienbesitz | C - Öffentlich | B - Privat und Öffentlich |
| 5 Medienfinanzierung | B - Durch Markt und Staat | B - Durch Markt und Staat |
| 6 Politischer Parallelismus | C - Stark | C - Stark |
| 7 Staatskontrolle über die Medien | C - Stark | C - Stark |
| 8 Medienkultur | B - Ambivalent | C - Konkordant |
| 9 Medienorientierung | B - Divergent | C - Service public |

Quelle: Eigene Erstellung, angelehnt an Blum 2005: 10

Keines der Vergleichsländer entspricht also einem vorgegebenen Modell. Dies bestätigt Blums Einwand, dass „für die Erfassung aller real existierenden Mediensysteme noch Zwischenmodelle nötig“ sind (Blum 2005: 10).

Abschließend soll nun noch die Frage beantwortet werden, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede die Mediensysteme der ostasiatischen Vergleichsländer aufweisen, um anschließend zu betrachten, ob sich die Mediensysteme Japans und Südkoreas aufgrund des demokratischen Systems deutlich vom autoritär geprägten China unterscheiden und welche Ähnlichkeiten trotz unterschiedlicher politischer Systeme länderübergreifend vorhanden sind. Hierfür wird nur kurz auf die wichtigsten im analytischen Teil (Kapitel 4) behandelten Aspekte der jeweiligen Vergleichskategorien eingegangen.

Im Bereich Medienfreiheit, der ersten medialen Dimension, liegt Japan zwischen Linie A und B, China zwischen Linie B und C. Südkorea befindet sich nach der schematischen Einordnung in Linie B genau in der Mitte. Angesichts der in den Kapitel 4.1.4, 4.2.4 und 4.3.4 erarbeiteten Aspekte wird aber erkennbar, dass China sich hier deutlich von seinen demokratisch geprägten Nachbarstaaten unterscheidet. Denn sowohl Vor-, als auch Nachzensur sind im chinesischen Mediensystem allgegenwärtig, obwohl nicht alle Inhalte und Medien gleich streng kontrolliert und zensiert werden (vgl. etwa Ma 2000: 24, in Curran/Park). In Japan unterliegen die Medieninhalte keiner staatlichen Vorzensur. Was hier aber gegen eine klare Einordnung in Linie A spricht, ist die allgegenwärtige Selbstzensur der Journalisten, deren freie Berichterstattung und Recherche durch das Presseclubsystem erschwert wird (Legewie 2010: 4). Ein solches System gibt es in Südkorea nicht mehr, jedoch kommt auch hier Selbstzensur vor. Dies liegt in diesem Fall an der Untersagung bestimmter Inhalte seitens des Staates. Die Einschränkung von Nachrichten aus und über Nordkorea kann als Vorzensur klassifiziert werden, wie sie in diesem Sinne in Japan nicht auftritt. Was alle drei Länder gemeinsam haben, ist die Lizenzierung von Medienunternehmen. In Japan müssen nur Rundfunkanstalten lizenziert werden, in Südkorea und China unterliegen auch Presseunternehmen der Lizenzpflicht. Zu beachten ist hier, dass die Vorgaben für den Erhalt einer Lizenz in Südkorea viel lockerer sind, als in China. Das chinesische Mediensystem unterliegt ungleich stärkerer und häufigerer Zensur, als das japanische und das südkoreanische Mediensystem – das südkoreanische Mediensystem wiederum ist nicht so frei von staatlich initiiertes Zensur, wie das japanische. In allen drei Vergleichsländern ist die Medienfreiheit zwar verfassungsrechtlich festgehalten, jedoch nicht gänzlich uneingeschränkt. Diese Einschränkungen nehmen jedoch deutlich unterschiedliche Ausmaße an, sind in Japan am lockersten, in China am strengsten geregelt.

Auch im Bereich Medienbesitz, der in den Kapiteln 4.1.5, 4.2.5 und 4.3.5 behandelt wurde, ist China klar von Japan und Südkorea abzugrenzen: Alle chinesischen Medienunternehmen sind in öffentlichem Besitz, Privatbesitz ganzer Medienunternehmen ist nicht erlaubt. In Japan sind hingegen alle Medienfirmen – mit Ausnahme des öffentlichen Rundfunks NHK – in privater Hand. Auch in Südkorea überwiegt der private Besitz von Medien. Die drei öffentlichen Rundfunkanstalten KBS, MBC und EBS sind jedoch in öffentlicher Hand, genauso wie jene Zeitungen, die von kirchlichen Organisationen herausgegeben werden. Aber auch andere Printmedien gehören teilweise dem Staat. Auch hier tritt also ein Fall ein, in dem China sich deutlich von den demokratisch geprägten Ländern unterscheidet. Und auch hier ist Südkorea gewissermaßen zwischen China und Japan anzusiedeln, wenn es auch tendenziell näher bei Japan liegt.

Die Medienfinanzierung (siehe Kapitel 4.1.6, 4.2.6 und 4.3.6) erfolgt in allen drei Vergleichsländern sowohl durch den Markt, als auch durch den Staat. In allen drei Ländern sind die Medien überwiegend marktfinanziert. In Japan wird der öffentliche Rundfunk zur Gänze, in Südkorea teilweise aus verpflichtenden Gebühren der Zuseher finanziert. In China gibt es solche Rundfunkgebühren nicht – hier sind die Fernseh- und Radiosender hauptsächlich auf Werbeeinnahmen angewiesen, erhalten aber auch geringe staatliche Subventionen. Die Presse finanziert sich in Japan, Südkorea und China hauptsächlich über den Werbe- und den Publikumsmarkt. Keines der drei Länder ist gänzlich unabhängig von direkten oder indirekten Finanzhilfen des Staates, weswegen in allen drei Fällen eine klare Einordnung in Linie B von Blums Modell erfolgen konnte.

Deutlichere Unterschiede gibt es beim politischen Parallelismus (siehe Kapitel 4.1.7, 4.2.7 und 4.3.7). Dieser ist im japanischen Mediensystem am schwächsten ausgeprägt. Hier haben die Tageszeitungen zumindest tendenzielle politische Orientierungen, der öffentliche Rundfunk NHK ist deutlich durch politischen Parallelismus geprägt. Der interne Pluralismus ist stark. In Südkorea hingegen ist der externe Pluralismus stark ausgeprägt: Einzelne Medien stärken jeweils favorisierte Parteien, der öffentliche Rundfunk stärkt die jeweilige Regierung. Auch die chinesischen Medien stärken die Regierung, wenngleich dies nicht – wie im südkoreanischen Fall – auf Freiwilligkeit beruht. Organisatorische Verbindungen bestehen im japanischen Mediensystem vor allem über die Presseclubs, aber im Falle des öffentlichen Rundfunks auch über dessen Organisationsform und Finanzierung. Letzteres ist auch in Südkorea der Fall. Hier bestehen jedoch keine direkten organisatorischen Verbindungen der

Printmedien mit politischen Parteien. Die chinesischen Medien stehen über ihren Besitz in sehr enger Verbindung mit politischen Organisationen. Die Tendenz des Medienpersonals, im öffentlichen Leben aktiv zu sein, ist in Südkorea am stärksten ausgeprägt: Hier wird der Weg des Journalismus häufig genutzt, um später eine Karriere als Politiker zu machen (vgl. Han 2005: 53). Auch in China wechseln ehemalige Journalisten nicht selten in die Politik (vgl. Zhao 2008: 40f.). In Japan ist dies nicht zu beobachten. Jedoch kommt es hier vor, dass ehemalige Politiker hohe Positionen in der Medienindustrie einnehmen (Akhavan-Majid 1990: 1009, zitiert nach Cooper-Chen 1997: 26). Dies ist auch in China der Fall. Hier erfolgt - im Gegensatz zu Japan - die Bestellung von Medienpersonal allerdings auf Grund politischer Kriterien. Der Aspekt „Parteilichkeit des Medienpublikums“ konnte mangels entsprechender Diversität im chinesischen politischen System nicht auf China angewendet werden. In Japan werden Medien nicht gemäß der politischen Einstellung von Lesern und Zusehern konsumiert, in Südkorea hingegen schon. Und zuletzt orientieren sich japanischen Journalisten stark am Prinzip der Neutralität. Dies ist in Südkorea nicht der Fall, ebensowenig in China. Auch hier muss aber beachtet werden, dass die chinesischen Journalisten ihre Rolle als Sprachrohr der Regierung nicht ganz freiwillig einnehmen. Dennoch folgen China und Südkorea trotz unterschiedlicher politischer Systeme in diesem Bereich einer gemeinsamen Linie und weisen deutliche Unterschiede zu Japan auf. Hier tritt erstmals der Fall ein, dass Südkorea tendenziell näher bei China liegt – auch, wenn der politische Parallelismus in vielen Bereichen auf Freiwilligkeit beruht, wo er in China von der Regierung „vorgeschrieben“ wird. Anzumerken ist hier auch, dass der öffentliche Rundfunk in allen drei Ländern dem Regierungsmodell entspricht, was in diesem Bereich auf einen stark ausgeprägten politischen Parallelismus hinweist.

Die Staatskontrolle über die Medien (siehe Kapitel 4.1.8, 4.2.8 und 4.3.8) ist in Japan und Südkorea mittel, in China stark ausgeprägt. Der Staat hat in den Bereichen Medienbesitz und Medienfinanzierung in Japan und Südkorea nur schwache Einflussmöglichkeiten. Eine Ausnahme bildet in beiden Ländern der öffentliche Rundfunk, der einer vergleichsweise starken staatlichen Kontrolle in den Bereichen Besitz, Finanzierung und Medienpersonal unterliegt. Der rechtliche Rahmen, in dem die Medien operieren, ist in beiden Ländern ähnlich, wenngleich in Südkorea etwas enger konzipiert. Lizenzierungsmaßnahmen und inhaltliche Vorgaben in Bezug auf Nordkorea unterstreichen dies. Die chinesischen Medien sind hingegen in allen erarbeiteten Aspekten – mit Ausnahme des Finanzierungsbereichs – sehr starker staatlicher Kontrolle ausgesetzt. Alle Medien sind im Besitz des Staates, der auch

Medieninhalte und Berufszulassungen von Journalisten regelt. Damit unterscheidet sich China auch in diesem Fall deutlich von Japan und Südkorea. Im direkten Vergleich von Japan und Südkorea lässt sich sagen, dass die staatliche Kontrolle in Japan am lockersten ist.

Alle drei Vergleichsländer weisen eine ambivalente Medienkultur auf, bewegen sich zwischen investigativem Journalismus und Konkordanz (siehe Kapitel 4.1.9, 4.2.9 und 4.3.9). Investigative Berichterstattung ist in China nur in dem vom Staat vorgegebenen Rahmen möglich, dessen Grenzen jedoch immer wieder ausgetestet werden. Zwar sind die chinesischen Medien in erster Linie „Diener des Staates“, da die erlaubten Grenzen aber immer wieder überschritten werden und die Medien zumindest versuchen, eine Kritik- und Kontrollfunktion auszuüben, sozusagen „Wachhunde an der Leine der Partei“ sind (vgl. Yu 2009: 136, in Zhu/Berry), kann nicht von rein konkordanter Medienkultur die Rede sein. In Japan tritt der umgekehrte Fall ein: Die Leitmedien könnten auf Grund des rechtlichen Rahmens, in dem sie operieren, als „Wachhunde“ der Gesellschaft fungieren, halten kritische Berichterstattung jedoch freiwillig zurück; Skandale werden erst behandelt, wenn sie von den „Außenseitern“, also den Nicht-Mitgliedern der Presseclubs ans Licht gebracht werden (Farley 1996: 146, in Pharr/Krauss). Eine wieder andere Situation tritt in Südkorea auf: Hier verhalten sich einzelne Medien jeweils favorisierten Parteien gegenüber konkordant, während sie andere kritisieren und kontrollieren. Die wirtschaftliche Berichterstattung ist überwiegend konkordant (Kwak 2012: 75). Im Bereich Medienkultur sind zwar alle Vergleichsländer in die gleiche Linie einzuordnen, die Ambivalenz in der Medienkultur wird aber auf unterschiedlichste Arten erreicht. Zu beachten ist hier auch, dass die politische Kultur in Japan und Südkorea ebenso ambivalent ist, wie die Medienkultur, in China aber konkordanter zu sein scheint, als es im Mediensystem reflektiert wird.

Im Bereich Medienorientierung (siehe Kapitel 4.1.10, 4.2.10 und 4.3.10) fällt Japan in Linie A, Südkorea und China wurden hingegen Linie B zugeordnet. Die japanischen Medien sind kommerziell ausgerichtet: Journalistische Vielfalt und die Sozialverantwortung der Medien rücken angesichts ihrer starken Wettbewerbssituation in den Hintergrund. Auch die chinesischen und die südkoreanischen Medien befinden sich untereinander in Konkurrenz und versuchen, über das Gewinnen von Publikum ihre Reichweiten zu erhöhen und ihre Werbeeinnahmen zu steigern. In beiden Ländern kommen sie allerdings gleichzeitig vergleichsweise mehr ihrer Sozialverantwortung nach, als die japanischen Medien - wenn auch auf völlig unterschiedliche Art und Weise: Die chinesischen Medien erfüllen vor allem

gegenüber der Regierung ihre Funktion als „offizielle politische Organe“ (Zhao 2008: 273, in Albarran/Chan-Olmsted), versuchen aber auch, innerhalb ihres engen staatlich vorgegebenen Rahmens im Dienste der Bevölkerung eine Kritikfunktion auszuüben. Auch die südkoreanischen Medien erfüllen eine deutlichere Kritik- und Kontrollfunktion für die Bevölkerung (und die Parteien, die sie jeweils unterstützen), als dies in Japan der Fall ist. Obwohl Südkorea und China hier in die gleiche Linie fallen, ist die divergente Orientierung nicht der gleichen Art.

Das Mediensystem der autoritär regierten Volksrepublik China ist am stärksten von politischen Einflüssen geprägt und unterscheidet sich dadurch deutlich von den demokratisch regierten Ländern Japan und Südkorea. Südkorea, das lange Zeit autoritär regiert wurde und eine vergleichsweise junge Demokratie ist, nimmt häufig eine zwischen China und Japan liegende Position ein. Hier wird die Abhängigkeit der ostasiatischen Mediensysteme von den politischen Systemen, in die sie eingebettet sind, deutlich. Es gibt jedoch auch länderübergreifende Gemeinsamkeiten: So erfolgt die Medienfinanzierung in allen drei Vergleichsländern vor allem durch den Markt, der Staat ist jedoch nicht gänzlich unbeteiligt. Auch in anderen Bereichen lassen sich Gemeinsamkeiten feststellen. So etwa bei der Medienkultur, die in allen drei Vergleichsländern ambivalent ist. Bei näherer Betrachtung wird jedoch deutlich, dass diese Gemeinsamkeiten auf unterschiedlichsten Einflüssen und Zusammenhängen basieren können. Diese wurden im analytischen Teil (Kapitel 4) betrachtet. Es lässt sich erkennen, dass ein auf Nationalstaaten basierender Vergleich der Mediensysteme in Ostasien nach wie vor sinnvoll ist. Die Mediensysteme der drei ostasiatischen Vergleichsländer sind vom politischen Rahmen abhängig, in dem sie operieren, aber auch von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und rechtlichen Einflüssen. Regionale Gemeinsamkeiten bestehen trotz unterschiedlicher politischer Systeme. Oft sind die Gemeinsamkeiten jedoch nur oberflächlich, bei näherer Betrachtung überwiegen die Unterschiede. Eine Einordnung in die gleiche Linie kann aus unterschiedlichsten Gründen erfolgen.

Quellenangaben

Abels, Sigrun (2006): *Medien, Markt und politische Kontrolle in der Volksrepublik China. Eine Untersuchung zur Rolle der Medien seit Beginn der Reformära (1979 – 2005) unter besonderer Berücksichtigung des Hörfunks*. Inauguraldissertation, Bochum

AFAR (2004): *The „Ten Forbiddens“ for the Chinese Media*. Unter: <http://www.asianresearch.org/articles/2058.html>, aufgerufen am 16. 2. 2013

Akuto, Hiroshi (1996): *Media in Electoral Campaigning in Japan and the United States*. In: Pharr, Susan J. / Krauss, Ellis S. (Hrsg., 1996): *Media and Politics in Japan*. University of Hawai'i Press, Honolulu, S. 313 - 337

Albarran, Alban B. / Chan-Olmsted, Sylvia M. (Hrsg., 1998): *Global Media Economics. Commercialization, Concentration and Integration of World Media Markets*. Iowa State University Press, Ames

Altman, Kristin Kyoko (1996): *Television and Political Turmoil: Japan's Summer of 1993*. In: Pharr, Susan J. / Krauss, Ellis S. (Hrsg., 1996): *Media and Politics in Japan*. University of Hawai'i Press, Honolulu, S. 165 - 186

Becker, Lee B. / Vlad, Tudor / Nusser, Nancy (2007): *An Evaluation of Press Freedom Indicators*. In: *International Communication Gazette* 2007 69: 5. Unter: <http://gaz.sagepub.com/content/69/1/5>, aufgerufen am 2. 3. 2013

Behmer, Markus (2007): *Pressesysteme*. In: Thomaß, Barbara (Hrsg., 2007): *Mediensysteme im internationalen Vergleich*. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz

Berry, Chris (2009): *Shanghai Television's Documentary Channel: Chinese Television as Public Space*. In: Zhu, Ying / Berry, Chris (Hrsg., 2009): *TV China*. Indiana University Press, Bloomington, S. 71 - 89

Bertrand, Claude-Jean (Hrsg., 2003): *An Arsenal for Democracy. Media Accountability Systems*. Hampton Press, Cresskill

Binding, Jörg (2012): *Das Gesetz der VR China über die deliktische Haftung. Schriften zum chinesischen Recht 6*. Walter de Gruyter, Berlin und Boston

Blum, Roger (2005): *Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme*. In: *Medienwissenschaft Schweiz* 2/2005, S. 5 – 11. Unter: <http://www.sgkm.ch/zeitschrift/2005/2%282005%294Blum.pdf>, aufgerufen am 2. 3. 2013

Blum, Roger (2006): *Einleitung: Politische Kultur und Medienkultur im Wechselspiel*. In: Blum, Roger / Meier, Peter / Gysin, Nicole (Hrsg., 2006): *Wes Land ich bin, des Lied ich sing? Medien und politische Kultur*. Haupt Verlag, Bern, Stuttgart und Wien, S. 11 - 23

Blum, Roger / Meier, Peter / Gysin, Nicole (Hrsg., 2006): *Wes Land ich bin, des Lied ich sing? Medien und politische Kultur*. Haupt Verlag, Bern, Stuttgart und Wien

Blumler, Jay G. / Gurevitch, Michael (1995): *The Crisis of Public Communication*. Routledge, London und New York

Burkart, Roland (2002): *Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. Böhlau Verlag, Wien, Köln und Weimar

Carlson, Allen / Gallagher, Mary E. / Lieberthal, Kenneth / Manion, Melanie (Hrsg., 2010): *Contemporary Chinese Politics. New Sources, Methods, and Field Strategies*. Cambridge University Press, Cambridge

Chakravartty, Paula / Zhao, Yuezhi (Hrsg., 2008): *Global Communications. Toward a Transcultural Political Economy*. Rowman & Littlefield, Lanham und Plymouth

Chan, Joseph Man (2003): *Administrative boundaries and media marketization. A comparative analysis of the newspaper, TV and internet markets in China*. In: Lee, Chin-Chuan (Hrsg., 2003): *Chinese Media, Global Contexts*. RoutledgeCurzon, London, S. 159 - 175

China Internet Information Center (2008): *China: Neue Rechtsvorschrift soll Regierung transparenter machen*. Unter: http://german.china.org.cn/fokus/2009-11/03/content_18820053.htm, aufgerufen am 16. 2. 2013

Choi, Jinbong (2007): *Media, Culture and Korea*. CommunicationBooks, Seoul

Cooper-Chen, Anne (1997): *Mass Communication in Japan*. Iowa State University Press, Ames

Croissant, Aurel (2008): *Südkorea: Von der Militärdiktatur zur Demokratie*. Heberer, Thomas / Derichs, Claudia (Hrsg., 2008): *Einführung in die politischen Systeme Ostasiens. VR China, Hongkong, Japan, Nordkorea, Südkorea, Taiwan*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 285 - 349

Curran, James / Park, Myung-Jin (Hrsg., 2000): *De-Westernizing Media Studies*. Routledge, London und New York.

Delhaes, Daniel (2002): *Politik und Medien. Zur Interaktionsdynamik zweier sozialer Systeme*. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden

Derichs, Claudia / Lukner, Kerstin (2008): *Japan: Politisches System und politischer Wandel*. In: Heberer, Thomas / Derichs, Claudia (Hrsg., 2008): *Einführung in die politischen Systeme Ostasiens*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 197 - 283

Dreyer, June Teufel (2008): *China's Political System. Modernization and Tradition*. Longman, o.O.

Farley, Maggie (1996): *Japan's Press and the Politics of Scandal*. In: Pharr, Susan J. / Krauss, Ellis S. (Hrsg., 1996): *Media and Politics in Japan*. University of Hawai'i Press, Honolulu, S. 133 - 163

Financial Times (online, 2012): *Portrait of Japan's main political parties*. Unter: <http://www.ft.com/cms/s/0/9281ca7c-4742-11e2-a899-00144feab49a.html#axzz2lcfkx1Jr>, abgerufen am 20. 1. 2013

Foreign Press Center (FPC) (2004): *Japan's Mass Media*. Foreign Press Center/Japan, Tokyo

Free Choice Foundation (2007): *Election System in Japan*. Unter: <http://www.freechoice.jp/election.asp>, aufgerufen am 20. 1. 2013

Freedom House (2012): *South Korea*. Unter: <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2012/south-korea>, aufgerufen am 1. 3. 2013

Gatzen, Barbara (2001): *Media and Communication in Japan: Current Issues and Future Research*. Unter <http://www.japanesestudies.org.uk/discussionpapers/Gatzen.html>, aufgerufen am 20. 1. 2013

Gössmann, Hilaria / Waldenberger, Franz (Hrsg., 2003): *Medien in Japan. Gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Perspektiven*. IFA, Hamburg

Gunaratne, Shelton A. (Hrsg. 2000): *Handbook of the Media in Asia*. Sage Publications, New Delhi

Gunaratne, Shelton A. (2006): *Democracy, Journalism and Systems: Perspectives from East and West*. In: Hao, Xiaoming / Datta-Ray, Sunanda K. (Hrsg., 2006): *Issues and Challenges in Asian Journalism*. Marshall Cavendish International Academic, Singapore, S. 1 - 24

Haas, Hannes / Jarren, Otfried (Hrsg., 2002): *Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien*. Wilhelm Braumüller Universitäts-Verlagsbuchhandlung, Wien

Hachmeister, Lutz / Rager, Günther (Hrsg., 1997): *Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medienkonzerne der Welt*. Verlag C.H. Beck, München

Hackett, Robert A. / Zhao, Yuezhi (Hrsg., 2005): *Democratizing Global Media. One World, Many Struggles*. Rowman & Littlefield, Lanham

Hallin, Daniel C. / Mancini, Paolo (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press, Cambridge

Han, Su-Kyung (2005): *Pressejournalismus in Korea. Rahmenbedingungen, Struktur und Arbeitsabläufe in der Redaktion am Beispiel der Chosun Ilbo*. Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung, K.G. Saur, München

Hanawa, Kazuma (2005): *The Korean Broadcasting System and Strategies Against Overdependence on Advertising*. NHK Broadcasting Studies 2005 No. 4, S. 90 – 103. Unter: http://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/05_no4_06.pdf, aufgerufen am 3. 3. 2013

Hao, Xiaoming (2006): *Forecast Reporting and Fundamentals of Journalism*. In: Hao, Xiaoming / Datta-Ray, Sunanda K. (Hrsg., 2006): *Issues and Challenges in Asian Journalism*. Marshall Cavendish International Academic, Singapore, S. 65 - 78

Hao, Xiaoming / Datta-Ray, Sunanda K. (Hrsg., 2006): *Issues and Challenges in Asian Journalism*. Marshall Cavendish International Academic, Singapore

Harrison, Mark (2002): *Satellite and cable platforms: development and content*. In: Hemelryk Donald, Stephanie / Keane, Michael / Hong, Yin (Hrsg., 2002): *Media in China. Consumption, Content and Crisis*. RoutledgeCurzon, Oxon und New York, S. 167 - 178

Hasegawa, Kazumi (1998): *Japan*. In: Albarran, Alban B. / Chan-Olmsted, Sylvia M. (Hrsg., 1998): *Global Media Economics. Commercialization, Concentration and Integration of World Media Markets*. Iowa State University Press, Ames, S. 284 - 296

He, Qinglian (2004): *Media Control in China*. In: *China Rights Forum No. 4/2004*, S. 11 – 28

He, Zhou (2000): *Chinese Communist Party Press in a Tug-of-War. A Political Economy Analysis of the Shenzhen Special Zone Daily*. In: Lee, Chin Chuan (Hrsg., 2000): *Power, Money, and Media. Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China*. Northwestern University Press, Evanston, S. 112 - 151

He, Zhou (2009): *Political Communication in Dual Discourse Universe. The Chinese Experience*. In: Willnat, Lars / Aw, Anette (Hrsg., 2009): *Political Communication in Asia*. Routledge, New York und Oxon, S. 43 - 71

Heberer, Thomas (2008): *Das Politische System der VR China im Prozess des Wandels*. In: Heberer, Thomas / Derichs, Claudia (Hrsg., 2008): *Einführung in die politischen Systeme Ostasiens. VR China, Hongkong, Japan, Nordkorea, Südkorea, Taiwan*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 21 - 177

Heberer, Thomas / Derichs, Claudia (Hrsg., 2008): *Einführung in die politischen Systeme Ostasiens. VR China, Hongkong, Japan, Nordkorea, Südkorea, Taiwan*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Hediger, Vinzenz (2007): *Asien*. In: Thomaß, Barbara (Hrsg., 2007): *Mediensysteme im internationalen Vergleich*. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, S. 299 - 313

Heilmann, Sebastian (2008): *Politisches System*. In: Staiger, Brunhild / Friedrich, Stefan / Schütte, Hans-Wilm (Hrsg., 2008): *Das große China Lexikon*. Primus Verlag, Darmstadt, S. 573 – 581

Hemelryk Donald, Stephanie / Keane, Michael (2002): *Media in China: New Convergences, New Approaches*. In: Hemelryk Donald, Stephanie / Keane, Michael / Hong, Yin (Hrsg., 2002): *Media in China. Consumption, Content and Crisis*. RoutledgeCurzon, Oxon und New York, S. 3 - 17

Hemelryk Donald, Stephanie / Keane, Michael / Hong, Yin (Hrsg., 2002): *Media in China. Consumption, Content and Crisis*. RoutledgeCurzon, Oxon und New York.

Heo, Chul / Uhm, Ki-Yul / Chang, Jeong-Heon (2000): *South Korea*. In: Gunaratne, Shelton A. (Hrsg. 2000): *Handbook of the Media in Asia*. Sage Publications, New Delhi, S. 611 - 637

Hong, Junhao (2006): *A New Function of China's Media: The Advent of Public Forum Television Programs*. In: Hao, Xiaoming / Datta-Ray, Sunanda K. (Hrsg., 2006): *Issues and Challenges in Asian Journalism*. Marshall Cavendish International Academic, Singapore, S. 151 - 168

Hong, Junhao / Lü, Yanmei / Zou, William (2009): *CCTV in the Reform Years: A New Model for China's Television?* In: Zhu, Ying / Berry, Chris (Hrsg., 2009): *TV China*. Indiana University Press, Bloomington, S. 40 - 55

Huang, Yu / Lee, Chin-Chuan (2003): *Peddling party ideology for a profit: media and the rise of Chinese nationalism in the 1990s*. In: Rawnsley, Gary D. / Rawnsley, Ming-Yeh T. (Hrsg., 2003): *Political Communications in Greater China. The Construction and Reflection of Identity*. RoutledgeCurzon, London und New York, S. 41 – 61

Keane, Michael (2001): *Broadcasting policy, creative compliance and the myth of civil society in China*. In: *Media, Culture & Society* 23(6), S. 783 – 798. Unter <http://mcs.sagepub.com/content/23/6/783>, aufgerufen am 9. März 2012

Kern, Thomas (2005): *Entwicklung und Wandlung der südkoreanischen Zivilgesellschaft*. In: Kern, Thomas / Köllner, Patrick (Hrsg., 2005): *Südkorea und Nordkorea. Einführung in Geschichte, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft*. Campus Verlag, Frankfurt und New York, S. 168 - 189

Kern, Thomas / Köllner, Patrick (Hrsg., 2005): *Südkorea und Nordkorea. Einführung in Geschichte, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft*. Campus Verlag, Frankfurt und New York

Kim, Daeho / Hong, Seok-Kyeong (2001): *The IMF, Globalization, and Changes in the Media Power Structure in South Korea*. In: Morris, Nancy / Waisbord, Silvio (Hrsg., 2001): *Media and Globalization. Why the State Matters*. Rowman & Littlefield, Lanham, S. 77 - 92

Kim, Sung Tae / Kwon, Hyok Nam (2009): *Political Communication in Korea: Looking Back for the Future*. In: Willnat, Lars / Aw, Annette (Hrsg., 2009): *Political Communication in Asia*. Routledge, New York und Oxon, S. 176 - 190

Kleinsteuber, Hans J. (2002): *Mediensysteme in vergleichender Perspektive. Zur Anwendung komparativer Ansätze in der Medienwissenschaft: Probleme und Beispiele*. In: Haas, Hannes / Jarren, Otfried (Hrsg., 2002): *Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien*. Wilhelm Braumüller Universitäts- Verlagsbuchhandlung, Wien, S. 24 - 45

Köllner, Patrick (2003): *Zwischen formalen Vorgaben und informellen Regeln: Die Rolle politischer Parteien in der Rundfunkpolitik Deutschlands und Japans*. In: Gössmann, Hilaria / Waldenberger, Franz (Hrsg., 2003): *Medien in Japan. Gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Perspektiven*. IFA, Hamburg, S. 103 - 127

Köllner, Patrick (2005): *Südkoreas politisches System*. In: Kern, Thomas / Köllner, Patrick (Hrsg., 2005): *Südkorea und Nordkorea. Einführung in Geschichte, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft*. Campus Verlag, Frankfurt und New York, S. 50 - 70

Konrad Adenauer Stiftung (2012): *Parteimonitor Südkorea 2012*. Unter: http://www.kas.de/wf/doc/kas_7234-1442-1-30.pdf?120726121004, aufgerufen am 3. 2. 2013

Krauss, Ellis S. (1996): *The Mass Media and Japanese Politics: Effects and Consequences*. In: Pharr, Susan J. / Krauss, Ellis S. (Hrsg., 2006): *Media and Politics in Japan*. University of Hawai'i Press, Honolulu, S. 355 – 372

Krauss, Ellis S. (1996): *Portraying the State: NHK Television News and Politics*. In: Pharr, Susan J. / Krauss, Ellis S. (Hrsg., 2006): *Media and Politics in Japan*. University of Hawai'i Press, Honolulu, S. 89 – 129

Kwak, Ki-Sung (2012): *Media and Democratic Transition in South Korea*. Routledge, Oxon und New York

Lee, Chin-Chuan (Hrsg., 2000): *Power, Money, and Media. Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China*. Northwestern University Press, Evanston

Lee, Chin-Chuan (2001): *Servants of the State or the Market?: Media and Journalists in China*. In: Tunstall, Jeremy (Hrsg., 2001): *Media Occupations and Professions: A Reader*. Oxford University Press, New York, S. 240 - 252

Lee, Chin-Chuan (Hrsg., 2003): *Chinese Media, Global Contexts*. RoutledgeCurzon, London

Lee, Dong-Hoo (2004): *A local mode of programme adaption: South Korea in the global television format business*. In: Moran, Albert / Keane, Michael (Hrsg., 2004): *Television*

across Asia. *Television Industries, programme formats and globalization*. RoutledgeCurzon, London und New York, S. 36 - 53

Lee, Tahirih V. (2000): *The Media and the Legal Bureaucracy of the People's Republic of China*. In: Lee, Chin-Chuan (Hrsg., 2000): *Power, Money, and Media. Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China*. Northwestern University Press, Evanston, S. 208 - 244

Legewie, Jochen (2010): *Japan's Media: Inside and Outside Powerbrokers*. CNC Japan K.K., Tokyo. Unter: http://www.cnc-communications.com/fileadmin/user_upload/Publications/2010_03_Japans_Media_Booklet_2nd_Ed_JL.pdf aufgerufen am: 20. 1. 2013

Lent, John A. (1998): *The Mass Media in Asia*. In: O'Neil, Patrick H. (Hrsg. 1998): *Communicating Democracy. The Media and Political Transitions*. Lynne Rienner Publishers, Boulder und London, S. 147 - 170

Ma, Eric Kit-wai (2000): *Rethinking media studies. The case of China*. In: Curran, James / Park, Myung-Jin (Hrsg., 2000): *De-Westernizing Media Studies*. Routledge, London und New York, S. 21 - 34

Maezawa, Takeshi (2003): *M*A*S in Japan*. In: Bertrand, Claude-Jean (Hrsg., 2003): *An Arsenal for Democracy. Media Accountability Systems*. Hampton Press, Cresskill, S. 293 - 306

McCormick, Barrett L. / Liu, Qing (2003): *Globalization and the Chinese media. Technologies, content, commerce and the prospects for the public sphere*. In: Lee, Chin-Chuan (Hrsg., 2003): *Chinese Media, Global Contexts*. RoutledgeCurzon, London, S. 139 - 158

Meier, Werner A. / Jarren, Otfried (2002): *Ökonomisierung und Kommerzialisierung von Medien und Mediensystem. Bemerkungen zu einer (notwendigen) Debatte*. In: Haas, Hannes / Jarren, Otfried (Hrsg., 2002): *Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und*

Funktion der Massenmedien. Wilhelm Braumüller Universitäts- Verlagsbuchhandlung, Wien, S. 201 - 215

Mendel, Toby (2008): *Freedom of Information. A Comparative Legal Survey*. Unesco, Paris.
Unter: <http://www.fas.org/sgp/foia/comparative.pdf>, aufgerufen am 2. 3. 2013

Moran, Albert / Keane, Michael (Hrsg., 2004): *Television across Asia. Television Industries, programme formats and globalization*. RoutledgeCurzon, London und New York.

Morris, Nancy / Waisbord, Silvio (Hrsg., 2001): *Media and Globalization. Why the State Matters*. Rowman & Littlefield, Lanham

Nathan, Andrew J. (2007): *Political Culture and Diffuse Regime Support in Asia*. Asian Barometer Project Office, National Taiwan University and Academia Sinica, Taipei

Nester, William (1989): *Japan's Mainstream Press: Freedom to Conform?* In: *Pacific Affairs*, Vol. 62, No. 1, S. 29-39. Unter: <http://www.jstor.org/stable/2760262>, aufgerufen am 12. 11. 2011

Neumann, Stefanie (2002): *Politische Partizipation in Japan. Ein Beitrag zur politischen Kulturforschung*. Books on Demand, Bonn

O'Neil, Patrick H. (Hrsg. 1998): *Communicating Democracy. The Media and Political Transitions*. Lynne Rienner Publishers, Boulder und London

Pan, Zhongdang (2000): *Improvising Reform Activities: The Changing Reality of Journalistic Practice in China*. In: Lee, Chin-Chuan (Hrsg., 2000): *Power, Money, and Media. Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China*. Northwestern University Press, Evanston, S. 68 - 111

Pan, Zhongdang / Lu, Ye (2003): *Localizing professionalism. Discursive practices in China's media reforms*. In: Lee, Chin-Chuan (Hrsg., 2003): *Chinese Media, Global Contexts*. RoutledgeCurzon, London, S. 215 - 236

Park, Myung-Jin / Kim, Chang-Nam / Sohn, Byung-Woo (2000): *Modernization, globalization, and the powerful state: The Korean media*. In: Curran, James / Park, Myung-Jin (Hrsg., 2000): *De-Westernizing Media Studies*. Routledge, London und New York, S. 111 - 123

Pharr, Susan J. (1996): *Introduction. Media and Politics in Japan: Historical and Contemporary Perspectives*. In: Pharr, Susan J. / Krauss, Ellis S. (Hrsg., 1996): *Media and Politics in Japan*. University of Hawai'i Press, Honolulu, S. 3 - 17

Pharr, Susan J. / Krauss, Ellis S. (Hrsg., 1996): *Media and Politics in Japan*. University of Hawai'i Press, Honolulu

Pürer, Heinz (2003): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz

Rawnsley, Gary D. / Rawnsley, Ming-Yeh T. (Hrsg., 2003): *Political Communications in Greater China. The Construction and Reflection of Identity*. RoutledgeCurzon, London und New York.

Redl, Anke / Simons, Rowan (2002): *Chinese media – one channel, two systems*. In: Hemelryk Donald, Stephanie / Keane, Michael / Hong, Yin (Hrsg., 2002): *Media in China. Consumption, Content and Crisis*. RoutledgeCurzon, Oxon und New York, S. 18 - 27

Ritter, Martin (2008): *Medien und Demokratisierung in Kambodscha*. Frank und Timme Verlag für wissenschaftliche Literatur, Berlin

Saito, Shinichi / Takeshita, Toshio (2008): *The Media Coverage of Election Campaigns and Its Effects in Japan*. In: Strömbäck, Jesper / Kaid, Lynda Lee (Hrsg., 2008): *The Handbook of Election News Coverage around the World*. Routledge, New York und London

Schulz, Winfried (2011): *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Seitz, Werner (2006): *Elemente der politischen Kultur der Schweiz. Eine Annäherung*. In: Blum, Roger / Meier, Peter / Gysin, Nicole (Hrsg., 2006): *Wes Land ich bin, des Lied ich sing? Medien und politische Kultur*. Haupt Verlag, Bern, Stuttgart und Wien, S. 51 - 64

Seol, Won Tai (2005): *Presidential Communication and News Media. How Do News Media Flatter Or Criticize The President?* nBook, Seoul

Siebert, Fred S. / Peterson, Theodore / Schramm, Wilbur (1956): *Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. University of Illinois Press, Urbana und Chicago

Stockmann, Daniela (2010): *Information Overload? Collecting, Managing, and Analyzing Chinese Media Content*. In: Carlson, Allen / Gallagher, Mary E. / Lieberthal, Kenneth / Manion, Melanie (Hrsg., 2010): *Contemporary Chinese Politics. New Sources, Methods, and Field Strategies*. Cambridge University Press, Cambridge S. 107 – 125

Staiger, Brundhild / Friedrich, Stefan / Schütte, Hans-Wilm (Hrsg., 2008): *Das große China Lexikon*. Primus Verlag, Darmstadt

Strohmeier, Gerd (2004): *Politik und Massenmedien. Eine Einführung*. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.

Strömbäck, Jesper / Kaid, Lynda Lee (Hrsg., 2008): *The Handbook of Election News Coverage around the World*. Routledge, New York und London

Sugiyama, Mitsunobu (2000): *Media and Power in Japan*. In: Curran, James / Park, Myung-Jin (Hrsg., 2000): *De-Westernizing Media Studies*. Routledge, London und New York, S. 191 - 201

Sung, Suk-Hee (2004): *Gesellschaftswandel und journalistische Kultur in Korea*. Dissertation, Dortmund

Takeshita, Toshio / Ida, Masamichi (2009): *Political Communication in Japan*. In: Willnat, Lars / Aw, Annette (Hrsg., 2009): *Political Communication in Asia*. Routledge, New York und London, S. 154 - 175

Teicher, Kerstin (2003): *Der japanische Medienmarkt – Strukturen und Entwicklungspotenziale*. In: Gössmann, Hilaria / Waldenberger, Franz (Hrsg., 2003): *Medien in Japan. Gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Perspektiven*. IFA, Hamburg, S. 26 - 43

Thomaß, Barbara (Hrsg., 2007): *Mediensysteme im internationalen Vergleich*. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz

Thorgeirsdottir, Herdis (2004): *Self-Censorship among Journalists: A (Moral) Wrong or a Violation of ECHR Law?* In: *European Human Rights Law Review*, Issue 4. Sweet and Maxwell, S. 383 – 399. Unter: http://www.bifrost.is/Files/Skra_0005847.pdf, aufgerufen am 1. 3. 2013

To, Yiu-Ming (1998): *China*. In: Albarran, Alban B. / Chan-Olmsted, Sylvia M. (Hrsg., 1998): *Global Media Economics. Commercialization, Concentration and Integration of World Media Markets*. Iowa State University Press, Ames, S. 266 - 283

Tönnis, Merle (o.J.): *Zensur*. Unter: <http://www.ruhr-uni-bochum.de/komparatistik/basislexikon/texte/zensur/ltext.html>, aufgerufen am 1. 3. 2013

Tunstall, Jeremy (Hrsg., 2001): *Media Occupations and Professions: A Reader*. Oxford University Press, New York

Von Senger, Harro (2008): *Zensur*. In: Staiger, Brunhild / Friedrich, Stefan / Schütte, Hans Wilm (Hrsg., 2008): *Das große China Lexikon*. Primus Verlag, Darmstadt, S. 880 - 882

Weischenberg, Siegfried (1992): *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation, Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Westdeutscher Verlag, Opladen

Westney, D. Eleanor (1996): *Mass Media as Business Organizations: A U.S.-Japanese Comparison*. In: Pharr, Susan J. / Krauss, Ellis S. (Hrsg., 1996): *Media and Politics in Japan*. University of Hawai'i Press, Honolulu, S. 47 - 88

White, James D. (2005): *Global Media. The Television Revolution in Asia*. Routledge, New York und Oxon

Willnat, Lars / Aw, Annette (Hrsg., 2009): *Political Communication in Asia*. Routledge, New York und Oxon

Wu, Guoguang (2000): *One Head, Many Mouths: Diversifying Press Structures in Reform China*. In: Lee, Chin-Chuan (Hrsg., 2000): *Power, Money, and Media. Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China*. Northwestern University Press, Evanston, S. 45 - 67

Xu, Janice Hua (2009): *Building a Chinese „Middle Class“: Consumer Education and Identity Construction in Television Land*. In: Zhu, Ying / Berry, Chris (Hrsg., 2009): *TV China*. Indiana University Press, Bloomington, S. 150 - 167

Yin, Jiafei (2006): *Press Freedom in Asia: Opportunities and Challenges*. In: Hao, Xiaoming / Datta-Ray, Sunanda K. (Hrsg., 2006): *Issues and Challenges in Asian Journalism*. Marshall Cavendish International Academic, Singapore, S. 25 - 43

Youm, Kyu Ho (1998): *Democratization and the Press: The Case of South Korea*. In: O'Neil, Patrick H. (Hrsg. 1998): *Communicating Democracy. The Media and Political Transitions*. Lynne Rienner Publishers, Boulder und London, S. 171 - 193

Yu, Haiqing (2009): *Media and Cultural Transformation in China*. Routledge, Oxon und New York

Yu, Haiqing (2009): *Mediation Journalism in Chinese Television: Double-Time Narrations of SARS*. In: Zhu, Ying / Berry, Chris (Hrsg., 2009): *TV China*. Indiana University Press, Bloomington, S. 129 - 149

Zhang, Tongdao (2009): *Chinese Television Audience Research*. In: Zhu, Ying / Berry, Chris (Hrsg., 2009): *TV China*. Indiana University Press, Bloomington, S. 168 - 179

Zhao, Yuezhi (1998): *Media, Market and Democracy in China. Between the Party Line and the Bottom Line*. University of Illinois Press, Urbana und Chicago

Zhao, Yuezhi (2003): „Enter the World“. *Neo-liberal globalization, the dream for a strong nation, and Chinese press discourses on the WTO*. In: Lee, Chin-Chuan (Hrsg., 2003): *Chinese Media, Global Contexts*. RoutledgeCurzon, London, S. 32 – 56

Zhao, Yuezhi (2005): *Who Wants Democracy and Does it Deliver Food? Communication and Power in a Globally Integrated China*. In: Hackett, Robert A. / Zhao, Yuezhi (Hrsg., 2005): *Democratizing Global Media. One World, Many Struggles*. Rowman & Littlefield, Lanham, S. 57 - 79

Zhao, Yuezhi (2008): *Communication in China. Political Economy, Power and Conflict*. Rowman and Littlefield, Lanham und Plymouth

Zhao, Yuezhi (2008): *Neoliberal Strategies, Socialist Legacies: Communication and State Transformation in China*. In: Chakravartty, Paula / Zhao, Yuezhi (Hrsg., 2008): *Global Communications. Toward a Transcultural Political Economy*. Rowman & Littlefield, Lanham und Plymouth, S. 23 - 50

Zhou, Shuhua / Grabe, Maria Elizabeth (2006): *The Creation of Drama in Broadcast News: Challenges for Asian Journalists*. In: Hao, Xiaoming / Datta-Ray, Sunanda K. (Hrsg., 2006): *Issues and Challenges in Asian Journalism*. Marshall Cavendish International Academic, Singapore, S. 133 - 150

Zhu, Ying (2008): *Television in Post-Reform China. Serial dramas, confucian leadership and the global television market*. Routledge, Oxon und New York

Zhu, Ying / Berry, Chris (Hrsg., 2009): *TV China*. Indiana University Press, Bloomington.

Anhang

Zusammenfassung (Deutsch)

Mediensysteme sind weltweit durch politische, rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen geprägt. Immer öfter wird jedoch das Argument laut, dass sich Mediensysteme im Zuge der Globalisierung einander angleichen, weswegen ein auf Nationalstaaten basierender Vergleich einzelner Mediensysteme nicht mehr sinnvoll sei (Blum 2005: 5). Vergleiche in Europa haben gezeigt, dass sich Mediensysteme häufig regional ähnlich entwickeln (vgl. Hallin/Mancini 2004). In dieser Arbeit wird anhand eines Vergleichs zwischen Japan, der Republik Korea und der Volksrepublik China betrachtet, ob dies auch in Ostasien der Fall ist. Dabei wird sich herausstellen, dass in Ostasien ein auf Nationalstaaten basierender Vergleich auf Grund der Abhängigkeit der Mediensysteme von den politischen Systemen, in denen sie operieren, nach wie vor sinnvoll ist.

Um die Mediensysteme Ostasiens zu vergleichen, wird auf den von Roger Blum stammenden „Erweiterten-Vergleichansatz“ zurückgegriffen, der auf unterschiedlichste Länder anwendbar ist und es erlaubt, einen Zusammenhang zwischen politischen Systemen und Mediensystemen herzustellen. Im ersten Teil der Arbeit werden die Vergleichskategorien Regierungssystem, Politische Kultur, Medienfreiheit, Medienbesitz, Medienfinanzierung, Politischer Parallelismus, Staatskontrolle über die Medien, Medienkultur und Medienorientierung vorgestellt und ausgearbeitet, um sie im anschließenden analytischen Teil auf Basis einer Literaturanalyse vergleichend auf die ostasiatischen Vergleichsländer Japan, Südkorea und China anzuwenden.

In der abschließenden Konklusion werden zunächst Probleme, die sich bei der Anwendung des herangezogenen Modells auf die ostasiatischen Vergleichsländer ergeben, aufgezeigt. Danach werden die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Mediensysteme Japans, Chinas und Südkoreas zusammenfassend dargestellt, um zu zeigen, dass die Mediensysteme der Vergleichsländer zunächst vom politischen Rahmen, in dem sie operieren, abhängig sind. Regionale Gemeinsamkeiten sind trotz unterschiedlicher Regierungssysteme zumindest oberflächlich vorhanden, bei näherer Betrachtung überwiegen jedoch die Unterschiede.

Abstract (English)

Media systems depend strongly on their political, economic and legal environments in every part of the world. However, it is more and more often argued that media systems will assimilate in the course of globalization, making a comparison based on nation states redundant (see Blum 2005: 5). Comparisons of European media systems showed that media systems develop likewise in the same regions (see Hallin/Mancini 2004). On the basis of a comparison between Japan, the Republic of Korea and the People's Republic of China it is one goal of this master thesis to find out whether this also applies to the region East Asia. It will be pointed out that due to the strong dependence of East Asia's media systems on their political environment a nation-state-based comparison is still reasonable in this region.

For making a comparison between the media systems of East Asia this master thesis uses Roger Blum's „Extended Comparison-Approach“ which can be applied to diverse countries and allows it to establish a connection between political systems and media systems. In the first part of this master thesis the dimensions underlying the comparison (political system, political culture, freedom of media, ownership of media, funding of media, political parallelism, state control over media, media culture and media orientation) are introduced and elaborated. In a second step these dimensions are applied to Japan, South Korea and China using country specific literature.

The final conclusion discusses the problems that arose while applying the underlying model on the East Asian countries, before summing up the similarities and differences between the discussed countries. It shows that the media systems of China, South Korea and Japan are first and foremost dependent on the political framework within which they operate. Regional similarities exist despite different political systems, but they do so only on the surface. On closer examination differences prevail.

Lebenslauf

Eva Rohrhofer, Bakk.phil.

geboren am 7. Juli 1987 in Korneuburg

Ausbildung

- seit Oktober 2009: **Universität Wien**
Masterstudiengang „Wirtschaft und Gesellschaft Ostasiens“ am Institut für Ostasienwissenschaften
- Oktober 2005 – Februar 2009 **Universität Wien**
Studium der Sinologie am Institut für Ostasienwissenschaften, Bakk.phil.
- September 1997 – Juni 2005: **AHS BG Rechte Kreamszeile, Kreams**
Matura

ausgewählte Berufsstationen

- 2010 - 2012: **Verlagsgruppe News GesmbH**
Wirtschaftsredakteurin
- 2008 – 2009: **Konfuziusinstitut an der Universität Wien**
Projektassistenz
- seit 2005: **HPI Holding AG**
Übersetzungstätigkeit deutsch-englisch,
englisch-deutsch

Auslandsaufenthalte

- November 2011 USA: Vierwöchiger Forschungsaufenthalt an der Columbia University, New York.
- Februar – Juli 2009: China: Studium an der East China Normal University, Shanghai
- Juli 2006: China: Vierwöchiger Intensivsprachkurs an der Universität Shaoxing, Zhejiang

