

Bauhaus – Universität Weimar  
Fakultät Medien

# Vom Sprachrohr der Kommunistischen Partei zum Kommerziellen Unterhaltungsmedium

---- Die Fernsehreform in China

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades einer Diplom-Kulturwissenschaftlerin(Medien) an der Fakultät Medien der Bauhaus – Universität Weimar

## 4 Zusammenfassung

## Anhang

Ankürzungsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabelleverzeichnis

Quellen- und Literaturverzeichnis

### Betreuer:

Prof. Dr. Matthias Maier

### Eingereicht von:

Dipl.-Cand. Jiuyang Wang

Marikel-Nr.: 31031

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b>	1
<b>2. Die chinesische Fernsehreform</b>	
2.1. Die Entwicklungsphasen des Fernsehens in China	
2.2. Die Reform des chinesischen Fernsehens	4
2.2.1. Rechtliche und technische Rahmenbedingungen	12
2.2.2. Digitalisierung des Fernsehens	19
2.2.3. Der Wandel der Finanzierungsstruktur	23
2.2.4. Neue Organisation - Trennung von Inhalt und Bereitstellung der Programmproduktion	33
2.3. Neue Situationen für das chinesische Fernsehen	
2.3.1. Beitritt zur WTO	38
2.3.2. Olympia 2008 in China	42
<b>3. Modellanalyse der Fernsehordnung der VR China</b>	
3.1. CCTV – Nachrichten	45
3.2. Auswirkung des Unterhaltungsmedium -Am Beispiel von der Sendung „Super Girl“2005	56
<b>4. Zusammenfassen</b>	62

**Anhang** Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage ökonomischer Güter einstellt. Grundlage hierfür ist Adam Smiths Überlegung, zur Abkürzungsverzeichnis  
Abbildungsverzeichnis  
Tabellenverzeichnis  
Quellen- und Literaturverzeichnis

Aber als Informationsträger kann doch Fernsehen kein reines Privatgut, auch nicht eindeutig als öffentliches Gut bezeichnet werden. Der Definitionsspielraum zur Einordnung eines Gutes als öffentliches oder Privates Gut sehr groß ist. Speziell die Zuordnung des Gutes Fernsehen

<sup>1</sup> Adam Smith, *The Wealth of Nations*, Book IV Chapter II.

<sup>2</sup> Adam Smiths Ansatz der unsichtbaren Hand, die „von alleine“ das Allgemeinwohl dirigiert, wenn nur einzelnen Menschen nur um ihr einges Wohl kümmern, ist einer der bedeutendsten Ansätze des letzten Jahrhunderts und wird als „Grundlage“ fürs Konzept der freien Marktwirtschaft bzw. des Kapitalismus betrachtet.

**Quellen- und Literaturverzeichnis:**

- Adams, Roy D. 1993. The Traditional Distinction between Public and Private Goods Needs to Be Expanded, not Abandoned. S, 105-120
- Smith, Adam. (1974): Der Wohlstand der Nationen: Eine Untersuchung seiner Natur und seiner Ursachen, 1974, München.
- CCTV 2002: „China Central Television Jahrbuch 2002“, Beijin, 2002
- CCTV 2005: „China Central Television Jahrbuch 2005“, Beijin, 2005
- CCTV (CCTV, 01.07.2003) : Werbepreise pro Kanal, in: Internet:  
01.07.2003, <http://www.cctv.com/advertisement/ggjg/index.shtml>,  
abgerufen am 20.09.2003
- CCTV: „Chinese Television goes digital“, in Internet: 30.07.2003,  
<http://www.cctv.com/english/20030730/100278.shtml>
- CMM (China Media Monitor Intelligence) (Hrsg.): „2002 China Media Yearbook and Directory“, Hongkong, 2002
- CHANG, W.H. (1989). Mass media in China: the history and the future.  
Ames: Iowa State University Press.
- China Constitution, 2004.  
[http://www.oefre.unibe.ch/law/icl/ch00000\\_.html](http://www.oefre.unibe.ch/law/icl/ch00000_.html) (abgerufen am  
04.03.2005).
- CHINA JOURNALISM REVIEW. (1998). (Satellitenfernsehen und InternationalesRecht).  
<http://cjr.zjol.com.cn/gb/node2/node26108/node30205/node194934/node195066/userobject15ai2180731.html> (abgerufen am  
23.03.2005)
- HARRISON, M. (2002). Satellite and Cable Platforms: Development and Content. In: STEPHANIE H. DONALD, MICHAEL KEANE, YIN

- HONG (Hg.), Media in China –Consumption, Content and Crisis (67 – 79). London, New York: RoutledgeCurzon.Kops, M., Nationale Konzentrationsschranken und internationale Wettbewerbsfähigkeit von Fernsehveranstaltern, Köln 1998
- Hong, Yin: „ Meaning, Production, Consumption: The history and reality of television drama in China”, in: Media in China, London 2002
- Huang, Shengmin; Ding, Junjie: „Research on the Integration of China's Broadcasting Media“, Beijing, 2001
- Keane, Michael: “ focus phenomenon and reform of china's televisionindustry. As a hundred television formats bloom, a thousand television stations contend”, in: Journal of contemporary China, Vol. 11, Issue 30, 2002, S. 5-16
- Li, Xiaoping: „ Focus and the Changes in the Chinese Television Industry”, in: Journal or Contemporary China, Vol. 11, Band 30, 2002
- Luk, Sidney, Rui, Huang: „ Broadcasters still violate prime-time TV and rules”, in: South China Morning Post (SCMP) Archive, 09.10.2003
- Mediachina (Mediachina, 16.10.2003): „CCTVs super-prime-time-Auktion durchbrach die Schallgrenze von 3,3 Mrd. RMB“
- MEDIADIGEST. (2002). Transforming Chinese Television: The Year of the Digital Dragon.
- NEW ECONOMY WEEKLY. (2004).
- <http://www.daokan.com/ArticleShow.asp?ArticleID=390>  
(abgerufen am 23.03.2005).
- Polumbaum, Judy: „China, Status of Media in”, in: Encyclopedia of International Media and Communications, Vol. 1 (A-E), hrsg. Von Johnston, Donald H., New York 2003, S. 215-225
- Redl, Anke, Simons Rowan: „ Chinese Media- one Channel, Two Systems”, in: Media in China, hrsg. Von: Stephanie Hemelryk Donald, Michael Keane, Yong Hong, London 2002, S. 18-27
- SARFT (State Administration of Radio, Film and Television: „ Jahrbuch des chinesischen Fernsehens 2005”, Beijing 2005
- SHOESMITH, B., HANDONG, W. (2002). Networks and Industrial CommunityTelevision in China. In: STEPHANIE H. DONALD,

- MICHAEL KEANE, YIN HONG (Hg.), *Media in China – Consumption, Content and Crisis (179-191)*. London, New York: RoutledgeCurzon.
- Simons, R. u.a., *China TV Yearbook and Directory 1999*, Hong Kong 1999
- Werber, Ian: „Reconfiguring Chinese Propaganda and Control Modalities: A case study of Shanghai's television system”, in: *Journal of Contemporary China*, Vol.11, Band 30,2002
- Xiandai Guanggao: „Modern Advertising”, Juni 2003
- Wang, Ying: „Die Gruppenbildung im Rundfunk“, in: *Media*, Mai 2002, S. 12-25
- Wang Ying: „Trennung von Inhalt und Bereitstellung“, in: *Media*, Mai 2003, S. 20-25
- Xiao, Banqiao. „Prospects for digital TV industry“, in: *Internet: Economic Information and Agency: Industrial Profile* 31.03.2003
- Yu, Guoming: „Wandel der chinesische Medien”, Guangzhou 2002
- Zhao,Huayong: „Die Reform und Entwicklung des Chinesischen Fernsehens”, Beijing 2005
- Forschungsinstitut der Medienindustrie Beijing: Report der chinesischen Fernsehenindustrie 2005, internetseite: [www.umcc.cn](http://www.umcc.cn)
- [www.cddc.net](http://www.cddc.net)
- [www.cjr.com.cn](http://www.cjr.com.cn)
- [www.fcc.Gov](http://www.fcc.Gov)
- [www.broadcastingcabl.com](http://www.broadcastingcabl.com)
- [www.variety-china.com](http://www.variety-china.com)
- [www.xinhuanew.com](http://www.xinhuanew.com)
- [www.chinapublic.de](http://www.chinapublic.de)
- Gesetzestexte und Abkommen:
- Ausführungsbestimmungen zur Ausstrahlung von Rundfunkwerbung, 2004
- GATS ( Allgemeines Übereinkommen über den Handel mit

- Dienstleistungen 1994), in: WTO Welthandelsorganisation, Beck-Texte im dtv, München 2000, S. 191-218
- Werbegesetz der VR China, in: Internet: Chinas Recht 1999
- WTOÜ (Übereinkommen zur Errichtung der Welthandelsorganisation), in: WTO Welthandelsorganisation, Beck-Texte im dtv, München 2000, S.1-11

Wuzhou, den 20. August 2007

Jiayang Wang