

УДК 070(520)

КІША-ПРЕС-КЛУБИ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА ЯПОНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Х. Фостер

Університет в Оберні, штат Алабама

Семфорд Гілл, 23, AL 36849 Оберн, Алабама, США, e-mail: clardch@auburn.edu

Ця стаття — узагальнення наукової роботи професора Каліфорнійського університету Хела Фостера, у якій він, опираючись на власний досвід, аналізує систему японської журналістики та розповідає про її основу — кіша-клуби (прес-клуби).

Ключові слова: кіша-прес-клуби, японська журналістика, японські мас-медіа, незалежна журналістика в Японії, незалежні медіа.

Хоча офіційно медіааналітики визначають Японію країною, де засоби масової інформації є вільними, свобода японських ЗМІ для західного журналіста видається специфічною. Наразі японська журналістика майже цілком залежить від прес-клубів, або кіша-клубів, як їх називають в Японії, члени яких контролюють інформаційний потік у цій країні і перешкоджають доступові до інформації широкому загалу.

Кіша-прес-клуби — об'єднання журналістів для спільного добування інформації. Спочатку завданням кіша-клубів було допомогти журналістам отримувати інформацію — члени кіша-клубів уклали між собою угоди, у яких обіцяли ділитися усією отриманою інформацією із іншими членами клубу. Проте, допомагаючи товаришам по клубу, журналісти жорстоко боролися із конкурентами, перешкоджаючи їм у доступі до інформації.

Кіша-прес-клуби створено при усіх політичних партіях, відомих організаціях і навіть — окремих політиках. До них увійшли журналісти найвпливовіших японських засобів масової інформації — загальнонаціональних японських газет "Asahi", "Yomiuri", "Mainichi", "Sankei" і "Nihon Keizai", регіональних газет "Chunichi", "Hokkaido", "Nishi Nippon", "Tokyo", інформаційних агентств "Jiji" і "Kyodo", телевізійних станцій "Fuji Television", "NHK", "TBS", "Television Asahi" і "Tokyo Television".

Нині в Японії налічується близько тисячі кіша-клубів. У кожному з них — від 30 до 150 членів. Найбільший кіша-клуб — Парламентський, який висвітлює роботу 725 депутатів і має близько 5000 членів. Другий після нього, за кількістю журналістів, — кіша-клуб Прем'єр-міністра, до нього входять 470 журналістів.

Членами клубів можуть бути як чоловіки, так і жінки, хоча із 10 відсотків японських журналістів, які становлять жінки, більшість працює в “глянцевих журналах”, або у відділах так званих “зелених новин”. Реально членами японських кіша-клубів є лише кілька жінок. Кожен кіша-клуб має свою назву, яка походить від назви організації, події навколо якої він висвітлює.

Загальні правила поведінки для членів усіх кіша-клубів визначила кілька десятків років тому Асоціація японських видавців та редакторів, хоча, фактично, кожен кіша-клуб має свої правила. Історично склалося так, що до комітетів, які керують кіша-клубами і визначають їх принципи діяльності, увійшли здебільшого представники найвпливовіших японських газет, тому саме ці видання мають найбільший вплив на політику кіша-клубів. Здебільшого ця політика є дуже консервативною.

Найголовнішою перевагою кіша-клубів є те, що лише журналісти цих клубів мають право висвітлювати події про організацію, за якою вони закріплені. Наприклад, про події в Міністерстві закордонних справ можуть писати лише журналісти кіша-клубу при цьому міністерстві. Така обмеженість не відповідає одному із основних принципів демократії — принципу рівності доступу до інформації. Окрім цього, члени кіша-клубів критично налаштовані до конкурентів, тому молодим журналістам і журналістам із маловідомих видань досягти професійних вершин у Японії важко. Нелегко працювати там й іноземним журналістам — до 1993 року іноземні кореспонденти не могли стати членом жодного кіша-клубу Японії, за винятком прес-клубу Міністерства закордонних справ. Їм також заборонялось відвідувати більшість прес-конференцій. У 1993 році світова громадськість змусила кіша-клуби приймати іноземних журналістів, що стало величезним поступом на шляху до свободи слова у Японії.

Проте кіша-клуби продовжують відмовляти у членстві кореспондентам журналів, вільним журналістам (так званим “фрі-лансерам” — кореспондентам, що не є штатними журналістами західних видань) та репортерам, які працюють на політичні партії.

Система японських кіша-клубів не лише закриває репортерам, які не є членами цього клубу, доступ до інформації, а й дозволяє чиновникам маніпулювати пресою.

Лідери політичних партій, діяльність яких висвітлюють журналісти кіша-клубів, зуміли шляхом підкупу та прийняття неоднозначних законів приручити прес-клуби і підкорити їх собі. Кіша-клуби стали засобом маніпуляції у руках влади. Для того, щоб уникнути конфліктів, японські журналісти жорстко контролюють інформацію, яку подають, і не вдаються до критики.

Особливим є японський підхід до вибору новин. Якщо в західних газетах найбільше цінять ексклюзивні матеріали, то в Японії ексклюзив — річ майже непристойна. “Ексклюзив, про який не написав ніхто, — щастя для всіх”, — вважають японські журналісти. Ексклюзивний матеріал у японській журналістиці — табу. Якщо один із членів кіша-клубу написав про те, чого не помітили інші, на журналіста можуть бути накладені штрафні санкції. Покаранням за провину можуть стати тимчасове відсторонення від доступу до інформації або повне виключення із кіша-клубу. Страх перед покаранням призводить до того, що репортери остерігаються писати про речі, які можуть викликати незадо-

волення чиновника чи інших членів кіша-клубу. В результаті цього японська громадськість не отримує інформації про справжній стан речей і не може сформулювати об'єктивної думки.

Чиновники повністю контролюють те, що з'являється в пресі. Якщо той чи інший матеріал не сподобається владі, цілому кіша-клубу можуть перекрити доступ до інформації, вимагаючи покарання “винного” журналіста. Для редакторів японських ЗМІ найважливіше — не пропустити новину, про яку написали інші. Намагаючись відреагувати на усі прес-релізи, вони часто втрачають час, який можна було б використати на розслідування чи аналіз інших подій. Відтак новини в японських ЗМІ здебільшого одноманітні.

Цікавою рисою японської журналістики є процес написання резонансних історій. Якщо критична інформація стосується чиновника, до кіша-клубу якого входить журналіст, і є важливою, він ділиться нею із репортером, який не належить до цього кіша-клубу. Той може подати інформацію в медіа без негативних наслідків для себе.

Не зважаючи на різку критику японської журналістики з уст західних медіааналітиків, самі японці нею задоволені. Контрольованість ЗМІ владою вони вважають заходом, необхідним для забезпечення національної безпеки країни. Японці завжди ставилися до іноземців насторожено, відповідно — скарги іноземних журналістів на труднощі при отриманні інформації особливого співчуття ні у кого не викликають. Проте в останні роки ці настрої починають змінюватися — глобалізація проникає і в Японію, при цьому впливаючи на притаманну їй систему цінностей. Якщо 20 років тому кіша-прес-клуби вважали необхідною складовою японської журналістики 98 відсотків японців, то тепер у цьому впевнені лише 65 відсотків.

KISHA-CLUBS AS ONE OF THE BASICS OF JOURNALISM IN JAPAN

Hal Foster

Auburn University, AL 36849

23 Samford Hall

Tel. office: 334/844-9999,

Fax: 334/844-9981

E-mail: japanbuff@yahoo.com

This article is an overview of the research, done by Hal Foster, Professor of the University of California, who due to his huge experience of journalism work in Japan analyses the system of Japanese journalism and one of it's basics — kasha-clubs.

Key words: kasha-clubs, journalism in Japan, mass media in Japan, independent media.

Стаття надійшла до редколегії 11.10.2005