



Медиасистема Японии

ПОДГОТОВИЛ СТУДЕНТ ГРУППЫ 3Ж-13-2
НАУРУЗОВ АЛАН

Медиасистема Японии относится к "современной западной модели" или "теории социальной ответственности".

В Японии законодательно закреплено право на самовыражение, право на доступ к информации, право на получение информации от административных органов.

Деятельность СМИ законодательно ограничивается правом человека на собственное достоинство, право на персональную тайну, защитой чести и достоинства гражданина и общества, необходимостью сохранения общественного благополучия и сохранением правила «политической беспристрастности».

Здесь установлены высокие профессиональные стандарты информативности, правдивости, точности, объективности.

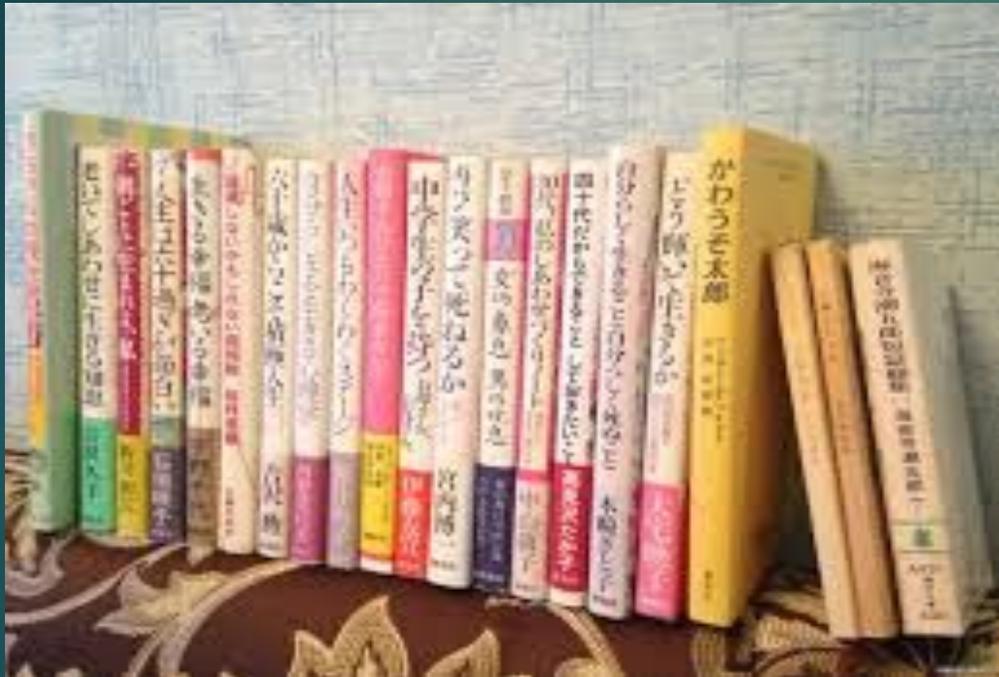
Журналисты и медиапрофессионалы подотчетны перед обществом, так же как перед работодателями и рынком



По некоторым данным, первая книгопечатная типография в Японии была организована итальянскими миссионерами в 1579 г. Согласно другим фактам, первый печатный станок с наборным металлическим шрифтом был привезен в Японию из Китая в 1870 г., и с этого времени началось бурное развитие книгоиздательского дела.



Благодаря высокому уровню технологической базы современная японская полиграфия занимает первое место в мире. На сегодняшний день в Японии насчитывается более 4 тыс. издательств, многие из которых были организованы после второй мировой войны. Большинство из них расположено в Токио. Отличительной чертой печатного дела в Японии является то, что наряду с книгами издательства выпускают журналы.



Общий ежегодный тираж выпускаемой книжно-журнальной продукции составляет примерно 6,7 млрд экз., из них ок. 500 млн экз. – только книги. Около половины книгопечатной и журнальной продукции приходится на 5 издательских фирм: Рекрут (Recruit Co.), Коданся (Kodansha Ltd.) – одно из крупнейших издательств азиатского региона, Сёгакукан (Shogakukan Inc.), Сюися (Shueisha Inc.) и Кадокава Сётэн Паблишинг (Kadokawa Shoten Publishing).

Японская книгоиздательская промышленность ежегодно насчитывает более 65,5 тысяч наименований. Тематика выпускаемой литературы чрезвычайно обширна: лидерами книгоиздания ежегодно являются книги, касающиеся общественных наук (более 20,5% выпускаемой книгопродукции), художественная литература (ок. 20%) и книги по искусству (более 17%). Также большое распространение получают издания по истории и географии (ок. 6,5%), естественным наукам (6,5-7%), промышленности (ок. 6%), философии (4,5%), вопросам языкознания (ок. 4%). Справочники и учебники составляют почти 7% ежегодно выпускаемой книгопродукции. Около 7,5% - это книги для детей.



Ежегодный выпуск комиксов – манга составляет 1,2 млрд экз. единиц книжно-журнальной продукции, а это значит, что на каждого взрослого и ребенка в среднем приходится по 9, а на семью – около 27 журналов.

Если до середины прошлого столетия комиксы издавались только для детей, то сегодня в жанр манга втянуто практически всё население Японии. Комиксы издаются для всех категорий населения – для мальчиков и девочек (среди них наиболее популярны два еженедельника - тиражом около 4 млн экз. каждый), для молодых людей и девушек, для мужчин и женщин. Это толстые черно-белые или красочные журналы, каждый из которых содержит по 10-15 различных историй, печатающихся с продолжением из номера в номер.



Специфической чертой японских газет является преимущественное распространение тиража (93,2%) ежедневных газет по подписке.

«Сэтто» – так называется комплект утреннего и вечернего выпусков – очень популярный вид издания газет в Японии. В отличие от европейских стран и США, где утренние и вечерние газеты одной компании выходят под разными названиями и представляют независимые друг от друга издания, в Японии оба выпуска тесно связаны между собой, причем вечерний как бы является продолжением утреннего.



В связи с возрастающей популярностью сети интернет, у многих японских газет появились свои интерактивные службы, представляющие собой, с одной стороны, электронные версии традиционных газет, с другой – являющиеся самостоятельными носителями информации.

Сегодня три общенациональные японские газеты – «Асахи», «Ёмиури» и «Никкэй», а также англоязычная «Джэпэн Таймс» - имеют свои службы в сети интернет: «Асахи ком» (“Asahi.com”), «Ёмиури он-лайн» (“Yomiuri On-line”), «Никкэй нэт» (“Nikkei Net”) и «Джэпэн Таймс онлайн» (“The Japan Times online”). Интерактивные службы газет с самого начала предоставляют пользователю право выбора языка между национальным японским и английским



ЖУРНАЛЫ популярны в Японии как никогда. На сегодняшний день насчитывается более 15,5 тыс., в том числе более 200 совершенно новых журналов, общий тираж которых достигает 5 млрд. отметки. Один за другим создаются новые журналы для женщин, для любителей спорта и пользователей и специалистов компьютерной техники.



Система японского **ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ** состоит из общенациональной телерадиовещательной корпорации NHK ("Ниппон Хосо Кёкай") и коммерческих компаний (5 основных телевизионных - NTV (Nippon Television Network Corporation), TBS (Tokyo Broadcasting System), TELEVISION TOKYO CHANNEL 12 (TV Tokyo), FUJI TELECASTING, ASAHI NATIONAL BROADCASTING CO. (TV Asahi) - находятся в Токио, осуществляют вещание на всю страну и руководят деятельностью других компаний, другие 64 – занимаются только радиовещанием.

В последние годы внимание сосредоточено на спутниковом и цифровом телевидении, а также - "ТВ высокой четкости" - "Hi-Vision" и кабельном телевидении KATV.

Важную роль играют информационные агентства, снабжающие информацией газеты, радио и телевидение. В стране два основных агентства: КиодоЦусин и Дзидзи Цусин.



Кино как вид искусства появилось в Японии в конце прошлого столетия. С «движущимися фотографиями» (**кацудо сясин**) японцы впервые познакомились в 1896 г., а в 1899 г. уже делали фильмы сами. В 1900 г. появились первые хроникальные ленты. В 1903 г. в Токио открылся первый стационарный кинотеатр, в 1908-м – первая киностудия.

В Японии кино во многом развивалось под влиянием театра, театральными были и манера игры актеров (как и в традиционном театре Кабуки, женские роли исполняли мужчины - оннагата), и костюмы, и декорации. До появления звукового кино показ фильмов сопровождал **бэнси** – живой исполнитель, сидевший рядом с экраном и пояснявший, что происходит на экране.

Одно из последних достижений японского кинематографа – «Гран-при» на международном XXI Московском международном кинофестивале (1999 г.) получил фильм патриарха японского кино Канэто Синдо **«Жажда жизни»**.

