

Государство и общество

Исторические предпосылки формирования современной системы СМИ Японии

© 2018

Е.А. Горячева

В статье рассматриваются исторические предпосылки формирования современной системы традиционных СМИ Японии (телевидения, радио, печатных СМИ, информационных агентств), истоки зарождения практики взаимодействия СМИ и правительства в процессе создания и трансляции информационного продукта. Кроме того дается краткий обзор основных этапов развития системы СМИ Японии, а также проводится анализ ключевых факторов, оказывающих влияние на процесс формирования медиасферы Японии.

Ключевые слова: средства массовой информации, Япония, массмедиа, телевидение, пресс-клубы, история СМИ.

DOI: 10.31857/S013128120001142-7

Современное состояние и особенности функционирования японских СМИ, особенно взаимоотношения СМИ и правительства Японии в настоящее время, обусловлены особенностями исторического процесса формирования японской медиасреды. Этот процесс шел с самого зарождения средств массовой информации Японии, с начала XVII века, пройдя несколько этапов в своем развитии, и окончательно сложился во второй половине XX века.

В настоящее время тема взаимодействия СМИ и власти в Японии становится все более актуальной. В начале XXI века ряд исследователей СМИ Японии и независимые объединения журналистов (НКО Reporters without borders) все чаще высказывают озабоченность в связи со все более заметной тенденцией к явному сдвигу СМИ в более консервативное русло, а также увеличением степени взаимодействия СМИ с правительством и ростом их зависимости от курса правящей Либерально-демократической партии Японии. Это подтверждает тот факт, что Япония опустилась в мировом рейтинге свободы прессы с 12-го места в 2010 г. до 72-го места в 2017 г.¹ Для того, чтобы понять, по каким причинам в стране, которая является одним из первых демократических государств в Азии (а свобода СМИ — это одно из необходимых условий функционирования демократического государства), возникла подобная ситуация и чем обусловлен нынешний

Горячева Елена Александровна, младший научный сотрудник Центра Азиатско-Тихоокеанских исследований ИИАЭ ДВО РАН (г. Владивосток). E-mail: solo888@yandex.ru.

крен СМИ в правое русло, необходимо рассмотреть процесс формирования системы взаимодействия СМИ и государства в Японии, выявить его особенности.

Вопросам формирования системы СМИ Японии посвящено несколько трудов российских исследователей — Лазарева А.М., Поляковой Н.А., Смирнова Б.В.², Сеферовой М.В.³, Фесюна А.Г.⁴, Лукина С.С.⁵ и других, но если число подобных исследований на русском языке невелико, то можно с уверенностью сказать, что более широко эта проблема рассматривалась в трудах многочисленных зарубежных ученых: А. Харухара⁶, К. Морита⁷, М. Ито⁸, К. Нисимура⁹, А. Ямамура¹⁰, К. Накано¹¹, Г. Дж. Касза¹², Дж. Л. Хаффмена¹³, Э. Джонсона¹⁴, Э. Краусса¹⁵, Л. Фримен¹⁶, Дж. Кингстона¹⁷, Б. Кушнера¹⁸ и других. Однако в связи с тем, что исследований данной тематики на русском языке немного и они в основном рассматривают проблему функционирования СМИ Японии с точки зрения журналистики и правовых аспектов, представляется целесообразным рассмотреть проблему истории формирования системы СМИ Японии, опираясь на малоизвестные широкому кругу российских исследователей новейшие труды зарубежных исследователей истории СМИ Японии.

Основываясь на российских и зарубежных исследованиях СМИ Японии, формирование системы СМИ Японии можно условно разделить на несколько основных этапов:

1. Эпоха «допечатных» СМИ (начало XVII в. — начало XIX в.)
2. Эпоха зарождения и широкого распространения общенациональных печатных изданий (середина XIX в. — начало XX в.)
3. СМИ на службе имперской пропаганды Японии (начало XX в. — 1945 г.)
4. Реформа СМИ под влиянием оккупационных властей США. Формирование системы принципов функционирования и независимости СМИ (1945–1952 гг.)
5. Формирование и распространение современных медиаконгломератов (вторая половина XX в.)
6. Зарождение «новых медиа»¹⁹ и процесс их встраивания в медиарынок наряду с традиционными СМИ (телевидение, радио, печатные СМИ) (начало XXI в.)

Среди российских исследователей СМИ Японии принято считать, что история японских средств массовой информации берет свое начало в 60-е годы XIX века, во время реставрации Мэйдзи, а существовавшие до этого времени в Японии газеты и журналы являлись по факту переводами зарубежных изданий: «Сэйю дзасси», «Коко симбун», «Тюгай симбун» и т.д.²⁰ Однако японские исследователи истории СМИ А. Харухара, К. Морита и другие относят к первым средствам массовой информации в Японии дощечки «кавара-бан», которые распространялись с начала XVII века в крупнейших городах Киото, Осака и Эдо (современном Токио). Они сообщали о стихийных бедствиях (землетрясениях, цунами), а также информировали о местных криминальных новостях: убийствах, двойных самоубийствах влюбленных. Содержание этих дощечек зачитывалось желающим за плату на улицах японских городов, поскольку подавляющее большинство населения Японии тогда было неграмотным²¹.

Уже со времен сёгуната Токугава закладываются основы взаимодействия зарождающихся СМИ Японии с властью: чиновники сёгуната подвергали цензуре новостной контент публикаций и контролировали издателей новостных листов путем лимитированной раздачи лицензий на разрешение заниматься их распространением. Система контроля над распространением новостей в Японии становилась все более жесткой с конца XVIII века и в конце XIX века это привело к принятию нескольких законов о контроле за печатными изданиями.

Первые японские газеты, вышедшие в 1865–1868 гг., появлялись раз в неделю небольшими тиражами. В первое время их выход и распространение никак не регламентировались. Первой регулярной японской газетой считается «Йокогама симбун», которая начала выходить ежедневно с декабря 1870 г. За ней последовало открытие ря-

да других газет: «Нитинити» (современная «Майнити», с 1872 г.), «Хоти» (с 1873 г.), «Ёмиури» (с 1874 г.)²²

Так как в этих газетах начали появляться публикации либерального толка, призывающие к реформам, в 1875 г. правительством был принят Закон о прессе (*Симбунси дзё:рёй*), который был настолько суров, что его считали фактически законом о запрете на ведение журналистской деятельности. Из-за принятия этого закона, а также Закона о клевете и последовавшего ужесточения Закона о прессе в 1883 г., была временно прекращена деятельность 174 периодических изданий, 4 были закрыты навсегда, а 198 журналистов были подвергнуты тюремному заключению. Только в 1887 г. правительство Японии несколько смягчило указанный закон, провозгласив «свободу прессы». Это было связано с подготовкой Конституции Мэйдзи — первой конституции в истории Японии, которая должна была даровать обществу традиционные свободы²³.

В дальнейшем исторические события конца XIX — начала XX века — японо-китайская война (1894–1895 гг.), русско-японская война (1904–1905 гг.), аннексия Кореи (1910 г.), экспансия Японии в Маньчжурию и Китай в 1930-е годы — способствовали развитию и росту влияния СМИ в японском обществе. Выросли потребности общества в оперативной информации с места событий (прежде всего военных действий), в Японии увеличилось число читателей газет, так как конец периода Мэйдзи (1868–1912 гг.) и период Тайсё (1912–1926 гг.) характеризовались притоком населения из деревень в крупные города Японии (в 1907 г. около 40 тыс. переселенцев), усилилась конкуренция между СМИ, выросли расходы на журналистскую деятельность издателей. Также исследователи истории японских СМИ отмечают безусловно значимую роль печатной прессы в формировании японского национализма благодаря фигурирующим в новостном контенте формулировкам, благосклонно воспринимаемым властями и обществом имперской Японии²⁴.

22 марта 1925 г. в Японии, помимо печатной прессы, появляется новый вид СМИ — радио. Вещание начала корпорация Tokyo Broadcasting Station, которая была объединена Министерством связи Японии с двумя другими радиостанциями в г. Осака и г. Нагоя. Таким образом, в августе 1926 г. была создана Японская вещательная корпорация NHK (*Нихон хо:со: кё:кай*). Финансирование радиовещания осуществлялось за счет взносов радиослушателей, имеющих дома радиоприемники (с 1925 до 1926 г. их число выросло с 5455 до 258 507). Содержание радиопередач также не должно было противоречить законам о СМИ: что было запрещено к публикации в печати, не должно было передаваться и по радио. Радиопередачи в эфире в обязательном порядке подвергались цензуре Министерства связи Японии²⁵.

Параллельно с развитием средств массовой информации в Японии развивались и средства государственного контроля деятельности СМИ, а также система пропаганды. В 1924 г. был создан департамент мониторинга публикаций при Министерстве внутренних дел Японии. В 1936 г. в правительстве Японии был создан Департамент информации и пропаганды (*дзё:хо:бу*), позднее, в 1940 г. эволюционировавший до Бюро информации (*дзё:хо:кё:ку*), который объединял соответствующие подразделения в МИД, МВД и прочих министерствах Японии. Этот орган осуществлял контроль освещением всех новостных событий СМИ Японии²⁶.

К началу 1930-х годов, когда началось формирование газетного рынка Японии, в стране издавалась 7081 газета, в том числе: 1219 ежедневных газет, 470 еженедельных, 5392 газеты издавались с периодичностью до трех раз в месяц. 30% всей печатной прессы распространялись в Токио и Осаке. Тиражи наиболее известных ежедневных газет варьировались в диапазоне от 4 тыс. до почти 1,5 млн экземпляров. В Токио наиболее известными газетами того времени были «Токио Асахи симбун» (тираж 1,1 млн экз.), «Токио Нитинити симбун» (1 млн экз.), «Ёмиури симбун» (1 млн экз.)²⁷

Ряд законов, принятых японским правительством в конце 1930-х годов, включая Закон о всеобщей мобилизации нации 1938 г., внесли ощутимый вклад в процесс формирования особой системы взаимоотношений властей и прессы в Японии. Принятие этого закона стало поворотным моментом в истории японских СМИ, так как положило начало современной системе пресс-клубов (*кися курабу*) в Японии, поскольку данным законом новые СМИ в индустрию медиа не допускались, а существовавшие СМИ подвергались непосредственному правительственному контролю. Множество регламентировавших деятельность СМИ законов, неуверенность издателей в том, будет ли выпущен подготовленный новостной материал в печать, привели к развитию полностью сложившейся системы консультаций и кооперации между СМИ и правительственными органами Японии с начала 1940-х годов. Главные редакторы СМИ участвовали во встречах с чиновниками не только для того, чтобы получить директивы относительно возможности публикации или запрета на выпуск материала, но и чтобы проконсультироваться, в какой форме подавать материал, чтобы он гарантированно прошел цензуру, а их редакции не понесли финансовых потерь из-за штрафов и оплаты судебных процессов за нарушение регламента журналистской деятельности. Этот же процесс породил систему внесения неугодных правительству журналистов в «черные списки», что было важным рычагом влияния на обеспечение лояльности журналистов власти²⁸.

В Японии основные правила, определяющие современное функционирование ее медиасферы, начали складываться после Второй мировой войны, они насаждались оккупационными властями США. Этот процесс шел с 1945 по 1952 г., увенчавшись принятием Закона о вещании 1950 г. Целью оккупационных властей было формирование основ демократии в Японии. В результате Япония стала одной из первых основанных на демократических принципах страной в Азии²⁹. Свобода печати была закреплена в статье 21 Конституции Японии³⁰. После капитуляции Японии оккупационными властями США были приняты первые документы, регламентирующие новый порядок работы японских СМИ. Сначала 19 сентября 1945 г. был принят «Кодекс прессы Японии» (Press Code for Japan), в котором было прокламировано, что информация, содержащаяся в СМИ, должна строго соответствовать истине, быть свободной от любых проявлений пропаганды, а также избегать комментариев выпускающей редакции, представлять собой изложение фактов, соответствующих истинному положению дел, без каких-либо сокращений или умолчаний³¹. Те же положения, только для радиовещания, устанавливал принятый 22 сентября 1945 г. «Кодекс радио Японии» (Radio Code for Japan)³². Под «пропагандой» в данном контексте подразумевалась трансляция новостных и информационных сюжетов в духе прежнего милитаристского правительства Японии. На пропаганду правительством США эти установки в действительности не распространялись. Об этом свидетельствуют работы исследователей истории СМИ Японии. Так, они сходятся во мнении, что становление новых японских СМИ происходило под бдительным контролем США. К. Нисимура говорит о том, что Отдел гражданского образования и пропаганды оккупационных властей (Civil Information and Educational Section of GHQ) реквизирует часть здания, в котором располагался офис радиовещания NHK, расположил рядом с журналистами на 4 этаже и регламентировал напрямую не только содержание вещания, методы подготовки информационных и образовательных радиопрограмм, но и такие нюансы, как манера речи дикторов³³. И К. Нисимура, и А. Ямамура говорят о том, что японские СМИ периода оккупации использовались американскими властями для пропаганды антимилитаризма и прививания японцам чувства вины за развязывание войны (т.н. программа WGIP — War Guilt Information Program), и винят современные СМИ за умалчивание подробностей этого периода своей истории, а также за то, что корень современных проблем независимости прессы от государства в Японии лежит еще во взаимоотношениях власти и журналистов того периода³⁴. Так, когда оказалось, что известная в послевоенное время в Япо-

нии радиопередача «Теперь об этом можно говорить», авторство которой, как полагала японская общественность, принадлежала ННК, на самом деле с декабря 1945 г. создавалась специалистами из США, что вызвало шквал возмущения по всей Японии³⁵. Однако не все историки разделяют мнение, что оккупационный период негативно повлиял на развитие японских СМИ. Б. Кушнер считает, что главной целью США было создание базовой системы независимых японских СМИ, которые в новом демократическом государстве могли бы беспристрастно выполнять свою функцию без контроля со стороны государства, и что вопросы распространения антивоенной идеологии в Японии и идеи ответственности Японии за военные преступления (что в отличие от него А. Ямамура называет «промывкой мозгов» японского населения) для оккупационных властей были вторичными³⁶.

Оккупационный период истории японских СМИ ознаменовался также созданием 23 июля 1946 г. существующей и в наши дни влиятельной организации — Ассоциации газетных издателей и редакторов Японии (*Нихон симбун ке: кай*, NSK). Несмотря на название, ее членами являются и вещательные СМИ, и информационные агентства Киодо цусин, Дзидзи цусин, которые были образованы в 1945 г. после запрещения оккупационными властями деятельности новостного агентства Японской империи «Домэй цусин». В сферу ответственности этой организации входят вопросы регулирования современного информационного контента СМИ, журналистской этики. В 2000 г. под эгидой NSK был создан «Устав журналистики» (Canon of Journalism), в котором были сформулированы основные принципы работы журналистов (свобода выражения мнений, ответственность, независимость, беспристрастность и т.д.) Членство в подобных общественных организациях не является обязательным для журналистов, но японские СМИ стремятся участвовать в таких организациях.

Ко второй половине XX века в Японии сформировалась современная система взаимодействия ведущих акторов медиапроцесса. СМИ Японии, безусловно, имеют влияние на правительство и общество, но и сами подвергаются влиянию определенных государственных структур, которые ограничивают их самостоятельность, пытаясь использовать в интересах правительства. Ряд исследователей считают, что в современной Японии СМИ объединены в конгломераты, или картели (*media keiretsu*), и в современном японском обществе с середины XX века функционируют основные игроки медиапроцесса («три К»): *кися курабу* — пресс-клубы; *Нихон симбун кё:кай* — Ассоциация газетных издателей и редакторов Японии (NSK); *медиа кэйрэцу* — медиакартели.

Роли основных игроков процесса создания информационного продукта для населения Японии распределены следующим образом. Пресс-клубы концентрируются на отношениях между официальными источниками информации и освещающими ключевые события журналистами, а также на взаимоотношениях между журналистами из конкурирующих сообществ. Ассоциация газетных издателей и редакторов Японии курирует взаимоотношения между самими СМИ. Медиаконгломераты *кэйрэцу* обеспечивают доступ к новостям прочих СМИ³⁷. Таким образом, можно сказать, что редакционная политика того или иного японского СМИ во многом зависит от того, какой медиаконгломерат его контролирует.

Регулирование деятельности СМИ Японии в наши дни сходно с системой США и Канады: де-юре отсутствует фактор государственного регулирования (но де-факто осуществляется косвенное регулирование), действуют этические кодексы для журналистов. Однако на самом деле система регулирования СМИ достаточно жесткая, практикуется самоцензура. Также одним из факторов косвенного регулирования правительством деятельности журналистов является упомянутая выше система пресс-клубов (насчитывается более тысячи), посредством которых журналисты получают официальную информацию от правительства. Существует точка зрения, при которой существование пресс-клубов оказывает положительное влияние на журналистику, так как предоставляет собой от-

работанный канал для получения информации из первых рук, но, с другой стороны, эта информация является уже отфильтрованной государственными чиновниками, то есть, в какой-то мере она уже подвергнута цензуре правительства. Подобный путь получения информации напоминает взаимодействие журналистов с крупными японскими корпорациями при освещении их деятельности. Это делается при помощи посредников в виде пресс-службы и выпускаемых пресс-релизов³⁸.

Таким образом, привилегированные журналисты пресс-клубов составляют элитное сообщество, аналогичное пресс-корпусу Белого дома США и так называемому кремлевскому пулу России, но более сплоченное и ограниченное рядом взаимных обязательств. С.В. Чугров в своей работе, описывающей особенности современных информационных процессов в Японии, отмечает, что существование и функционирование пресс-клубов, помимо создания благоприятной атмосферы для формирования контента СМИ, обусловленную возможностью доступа к первоисточникам информации — присутствия на брифингах премьер-министра, министров иностранных дел и прочих официальных лиц, имеющих прямое отношение к формированию внешнеполитического курса страны, дает журналистам возможность прогнозировать те или иные тенденции развития политических событий, но также иногда может привести к ошибкам из-за неверной интерпретации полученной «из первых уст» информации, поэтому японские журналисты предпочитают использовать расплывчатые формулировки «как представляется...», «по-видимому...» и т.д.

Подобного рода система выгодна и для СМИ, и для правительства: в обмен на доступ к оперативной информации его чиновники могут рассчитывать на лояльность СМИ³⁹. Однако все это не может не открывать возможностей и для манипуляций СМИ: право доступа в кулуары властных структур — рычаг для воздействия на «неудобные» СМИ.

В трудах исследователей японской медиасферы сложилось устойчивое мнение о «партийной принадлежности» тех или иных СМИ. Так, газету «Асахи» и аффилированную с ней телекомпанию TV Asahi относят к наиболее оппозиционным ЛДПЯ, либеральным, левоцентристским СМИ. К левому флангу относят и газету «Майнити» с телекомпанией TBS того же медиаконгломерата, однако она не настолько радикальна, как «Асахи». На позициях нейтралитета стоит газета «Нихон кэйдзай» («Никкэй»), ведущая экономическая газета Японии. Группа медиахолдинга «Ёмиури» считается исследователями японских СМИ правоцентристской, в нее входят телекомпания Nippon Television Network и газета «Ёмиури» с самым большим тиражом в Японии около 9 млн экз. (дневной выпуск, данные 2017 г.)⁴⁰ Наиболее консервативным СМИ правого фланга, отличающимся риторикой националистической направленности, считается газета «Санкэй»⁴¹.

В Японии в настоящее время, помимо коммерческих СМИ, существует и единственная общественная вещательная корпорация NHK, «Эн-Эйч-Кей», организованная по принципу общественного вещания (public broadcasting), по образу телекомпании BBC в Великобритании. Дискуссии о статусе NHK среди российских и зарубежных исследователей СМИ последнее время ведутся все активнее. Так, формально и официально NHK — это общественная телерадиовещательная корпорация. Основные принципы, которым следует общественное телевидение, перечислены в «Пояснительной записке к Типовому закону об общественном вещании». (Закон был разработан ЮНЕСКО и Международным союзом электросвязи еще в марте 1998 г.), а также в положениях Закона о СМИ 1950 г., принятого в период формирования оккупационными властями США новых стандартов работы СМИ Японии. Общественное вещание признается таковым, если оно предназначено для общества, финансируется обществом и контролируется обществом. «Общество» в данном контексте — это все население страны или региона, являющееся потенциальной аудиторией конкретного вещательного СМИ⁴². NHK при осуществлении вещания не размещает рекламу и ведет работу в Японии на средства, получаемые от каждого домохозяйства, где есть телевизор (абонентскую пла-

ту). Критика зависимости NHK от правительства Японии относительно содержания информационного контента ее программ связана с особенностями структуры ее управления. Во-первых, ежегодный бюджет NHK должен быть одобрен парламентом Японии. Во-вторых, кандидатуры 12 членов Управленческого комитета NHK, которые, в свою очередь, определяют политику управления организацией, план деятельности и принимают базовые решения о создании телепрограмм, должны быть одобрены обеими палатами японского парламента от имени граждан Японии, и эти кандидатуры должны быть одобрены лично премьер-министром Японии⁴³. Эти причины дают основания критикам говорить о том, что NHK пытается быть достойным доверия и объективным СМИ, хотя не противостоит позиции правительства, избегая остродискуссионных тем (Б. Гатцен)⁴⁴, и о том, что NHK в XXI веке продолжает быть «полунезависимой» от правительства, и эта тенденция не меняется (Э. Краусс)⁴⁵.

Сложившиеся исторически особенности функционирования медиасферы Японии служат источником ряда проблем СМИ в настоящее время. Так, в частности Дж. Кингстон, исследователь современного общества и политической ситуации Японии, дискутируя о независимости японских СМИ от правительства, утверждает, что в наши дни общественная телерадиовещательная корпорация NHK, особенно при назначенном С. Абэ ее президенте Кацута Момии, скорее действует как пресс-служба правительства Японии, в то время как закон требует, чтобы она функционировала независимо от политических властей. Хотя NHK при освещении политических событий и трансляции политического курса безупречно соблюдает принцип диверсификации источников — получения комментариев от различных политических партий —, согласно данным исследований Дж. Кингстона, известно, что она исключала из содержимого своих программ вещи, которые могли в той или иной степени нанести ущерб правительству Абэ⁴⁶. Другой исследователь медиасферы Японии, К. Накано, также поддерживает эту точку зрения, называя корпорацию NHK «полностью контролируемой правительством», а газеты «Ёмиури симбун» и «Санкэй симбун» — «лояльными режиму сторожевыми псами»⁴⁷. Кроме того, в Японии все чаще звучит точка зрения, что газета «Асахи» подвергается различного рода критике и репрессиям со стороны японского правительства за оппозиционные взгляды и публикацию репортажей, идущих вразрез с курсом правящей Либерально-демократической партии Японии⁴⁸.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что современная система СМИ Японии сложилась под влиянием синтеза двух составляющих элементов. Первый элемент — исторические традиции взаимодействия СМИ и государства в стране с доминированием бюрократии, каковой является Япония. Второй составляющей является демократическая, «западная» модель концепции независимости прессы, привнесенная в медиасферу Японии властями США в период послевоенной оккупации. Несмотря на то, что американским правительством была сделана попытка «с нуля» создать и развить в Японии систему полностью независимых от государства СМИ. Эта попытка, по-видимому, не вполне увенчалась успехом. Созданная система, опираясь на традиции взаимодействия японского общества, в некотором смысле продолжает сохранять черты, свойственные до-демократической Японии: тесная коммуникация с правительством и трансляция в той или иной степени проводимого властями курса во внешней и внутренней политике. Тем не менее многие специалисты, изучающие японские СМИ, отдают должное высокому профессионализму журналистов и следованию принципу свободы слова в интерпретации и изложении информации, где это представляется возможным. Хотелось бы надеяться, что система СМИ Японии преодолет временный кризис, который привел к столь низкой оценке степени независимости японских СМИ мировым сообществом, и восстановит свои позиции. Однако современные тенденции развития японской медиасферы позволяют предположить, что в ближайшее время СМИ останутся не только источником информации для японского общества, но и мощным правительственным фактором регуляции

и формирования общественного мнения по ряду ключевых экономических, политических и социальных вопросов, а также внешнеполитического курса Японии в той интерпретации, которая выгодна правительству Японии.

1. World press freedom ranking 2010. URL: <https://rsf.org/en/world-press-freedom-index-2010>; World press freedom ranking 2017. URL: <https://rsf.org/en/ranking/2017>; Kingston Jeff. Press Freedom in Contemporary Japan. Routledge, 2016. 336 p.
2. Лазарев А.М., Полякова Н. А., Смирнов Б. В. Печать, радио и телевидение Японии. М., 1974. 128 с.
3. Сеферова, М.В. Современная печать Японии. М., 2000. 48 с.
4. Фесюн А.Г. Язык японских СМИ. М., 2013. 215 с.
5. Лукин С. С. Институционализация и механизм функционирования современной медиасферы Японии. С-Пб., 2013. [Дис.... канд. полит. наук]. 218 с.
6. Historical development of media system. Japan. UNESCO. 1979. P. 15. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000378/037883eb.pdf>.
7. Морита Кэндзи. Эдо-но каварабан. Сёмин-о нэккё сасэта мэдиа-но сётай: [Каварабан периода Эдо. Истоки медиа, восхищавших простонародье]. Токио, 2017. 221 с.
8. Masami Ito. Broadcasting in Japan: Case-studies on Broadcasting Systems. Routledge Library Editions: Japan, 2013. 144 p.
9. Нисимура Кою. Ходо синай дзю. Надзэ мэдиа ва хэйки-дэ усо-о цуку но ка: [Свобода, которую не вещают медиа. Почему СМИ так хладнокровно лгут?] East Press, 2017. 224 p.; Он же. NHK бококурон: [Пророчество о разрушении страны NHK]. Bestsellers, 2014. 240 p.
10. Ямамура Акиёси. GHQ-но нихон сэнно 70 нэн цудзуйта. Сихай сисутэму-но дзюбаку-кара нихон-о кайхо сё! : [Промывание мозгов командования союзными оккупационными войсками Японии длилось 70 лет. Освободим Японию от заклатья «системы контроля»]. Токио: Кобунся, 2014. 355 p.
11. Nakano Koichi. The right-wing media and the rise of illiberal politics in Japan // Press Freedom in Contemporary Japan. Routledge, 2016. 336 p.
12. Kasza Gregory J. The State and the Mass Media in Japan, 1918–1945. University of California Press, 1993. 356 p.
13. Huffman James L. Creating a Public: People and Press in Meiji Japan. Honolulu, University of Hawai'i, 1997. 573 p.
14. Johnson Eric. Truth hurts: censorship in the media. Re-examining the role publishers played in leading the country to and through World War II. 2015. 8 Aug. URL: <https://www.japantimes.co.jp/news/2015/08/08/national/history/truth-hurts-censorship-media/#.WoDzXGZe№ 7M>.
15. Krauss Ellis S. Broadcasting Politics in Japan: NHK and Television News. Cornell University Press, 2000, 278 p.
16. Freeman Laurie Anne. Closing the Shop: Information Cartels and Japan's Mass Media. Princeton University Press, 2000. 256 p.
17. Kingston Jeff. Op. cit.
18. Kushner Barak. The Thought War: Japanese Imperial Propaganda. University of Hawaii Press, 2007. 256 p.
19. Согласно классификации Министерства внутренних дел и коммуникаций Японии, курирующего СМИ, к «новым медиа» относятся различные Интернет-СМИ: новостные сайты, блоги, социальные сети (Facebook и др.) и средства потокового вещания и видеохостинга (Youtube и др.)
20. Лазарев А.М., Полякова Н. А., Смирнов Б. В. Указ. соч. С. 6.
21. Historical development of media system... P. 15. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000378/037883eb.pdf>; см. также: Морита Кэндзи. Указ. соч. С. 11.
22. Лазарев А.М., Полякова Н. А., Смирнов Б. В. Указ. соч. С. 7.
23. Kasza Gregory J. Op. cit. P. 5–7.
24. Huffman James L. Op. cit. P. 311/
25. Masami Ito. Op. cit. P. 8–9. См. также: History of NHK. URL: <http://www.nhk.or.jp/corporateinfo/english/history/index.html>.

26. Нихон канрёсэй сого дзитэн. 1868–2000: [Большой словарь правительства Японии (1868–2000)]. Токио: Токё дайгаку сюппанкай, 2011. С. 397–398.
27. Сеферова М.В. Указ. соч. С. 6.
28. Johnson Eric. Op. cit.
29. Krauss Ellis S. Broadcasting Politics in Japan... P. 89–94.
30. Нихонкоку кэмпо: [Конституция Японии]. URL: http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?id=174.
31. SCAPIN-33: PRESS CODE FOR JAPAN № 1945/09/19 // Цифровой архив библиотеки парламента Японии. URL: <http://dl.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/9885095>.
32. SCAPIN-43: RADIO CODE FOR JAPAN № 1945/09/22 // Цифровой архив библиотеки парламента Японии. URL: <http://dl.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/9885105>.
33. Нусимура Кою. Ходо синай дзию... С. 118.
34. Ямамура Акиёси. Указ. соч.; Нусимура Кою. NHK бококурон... С. 25–28.
35. Нусимура Кою. Ходо синай дзию... С. 121.
36. Kushner Barak. Op. cit. P. 178–179.
37. Freeman Laurie Anne. Op. cit. P. 13.
38. Анализ международного и отечественного опыта создания и функционирования института саморегулирования в информационном сообществе // Официальный сайт Роскомнадзора. URL: https://rkn.gov.ru/docs/Razdel_19.pdf С. 19.
39. Чугров С.В. Особенности информационных процессов и формирования общественного мнения в Японии // Меди@льманах. 2006. № 6 (17). С. 46–47.
40. Information Media Trends in Japan-2017. URL: [http://www.dentsu.com/knowledgeanddata/publications/pdf/information media trends in japan 2017.pdf](http://www.dentsu.com/knowledgeanddata/publications/pdf/information%20media%20trends%20in%20japan%202017.pdf).
41. Japan — Media Environment Open: State Looms Large. Guide to Traditional and Interactive Digital Media. FAS Open Source Center, 2009. P. 13.
42. Опыт работы общественного телевидения в разных странах // РИА Новости. 2012. 18 июля. URL: <https://ria.ru/spravka/20120718/702757632.html>.
43. NHK Corporate Info. URL: <http://www.nhk.or.jp/pr/english/management/index.html>.
44. Gatzen Barbara. Public broadcasting, media ownership and democratic debate in Japan. 2002. 13 Feb. URL: <https://www.opendemocracy.net/node/43/%3Ca%20href%3D>.
45. Krauss Ellis S. The changing and unchanged politics of semi-independence // Press Freedom in Contemporary Japan. Routledge, 2016. 336 p.
46. Kingston Jeff. Op. cit.
47. Nakano Koichi. Op. cit.
48. Abe attacks Asahi Shimbun daily over coverage of Moritomo favoritism scandal // Майнити симбун. 2018. 21 февр. URL: <https://mainichi.jp/english/articles/20180221/p2a/00m/0na/023000c>.