Razvoj štampe u Japanu

Milica Kljajić¹

Filološki fakultet, Univerzitet u Beogradu

UDC: 070(520)(091)

DOI:10.5937/comman1225071K

Rezime: Rad ima za cilj da prikaže nastanak i razvitak štampanih medija u Japanu, uticaj širih okolnosti na razvoj novinarstva, kao i presek današnjeg stanja štampanih medija, njihovu rasprostranjenost i najznačajnije karakteristike. U okviru toga biće prezentovane i društvene okolnosti koje dovode do nastanka prvih novina u Japanu, kao i društveno-političko-ekonomski uslovi koji dovode do velikih i ključnih promena u štamparstvu, izdavaštvu, uređivanju medija, distribuciji štampe i njenoj konzumaciji. Pored političkog uređenja države u kojoj se analizira razvoj štampe, neophodno je uzeti u obzir i značajne industrijske momente i njihove posledice, kao i širi obrazovni milje. Veoma bitan element predstavlja i istraživanje o navikama japanskih građana po pitanju čitanja štampe, statistički podaci koji oslikavaju rasprostranjenost štampanih medija i brojke koje pojašnjavaju socijalnu strukturu stanovništva u kojem su se razvijale japanske novine.

Japansko društvo je predstavljalo veoma specifičnu sredinu za razvoj novina, te je novinarstvo u svom istorijskom razvoju imalo neke specifičnosti koje su bile uslovljene političkim, ekonomskim, privrednim i kulturološkim odlikama Japana kao države. I pored brojnih perioda u kojima je bila uvedena cenzura u izdavaštvu, veoma specifičnog načina udruživanja u pres klubove i drugih odlika nekarakterističnih za evropsko novinarstvo, štampa u Japanu uspela je da iznađe veoma uspešan model egzistencije na medijskom tržištu donoseći i velike tiraže, i široku distribuciju i brojnu čitalačku publiku. Cilj ovog rada je da dokaže da su brojnost novina i velika čitanost novina u Japanu uslovljeni direktno političkim i kulturološkim elementima (poput državnog podsticanja u određenim periodima, na kupovinu i čitanje novina) i odlučnošću države da konstantno radi na povećanju broja obrazovanih građana.

Ključne reči: novinarstvo, Japan, pres klubovi, cenzura, zakon o izdavaštvu, obrazovanje

¹ Kontakt sa autorkom: milicamaslacak@gmail.com

Uvod

Situacija na tržištu štampanih medija u Japanu predmet je proučavanju u mnogim državama u svetu, pa čak i onim najrazvijenijim: tiraž najvećih japanskih dnevnih novina *Yomiuri Shimbun* veći je od tiraža koji imaju *New York Times*, *Washington Post*, *Wall Street Journal*, *Christian Science Monitor* i *New York Daily News* zajedno. Preko 72 miliona novina se štampa svakog dana u zemlji gde, prema jednoj studiji, 90% ljudi čita novine na dnevnom nivou. Što je još bitnije, većina istraživanja pokazuje da stanovnici Japana veruju novinama u velikom procentu, čak više nego televiziji.

„Japan ima drugi najveći sistem srednjoškolskog obrazovanja u razvijenom svetu. Devojčice imaju podjednak pristup edukaciji. Prema procenama iz 2003. godine, pismenost japanskih žena bila je 99%, kao i muškaraca“ (World Trade Press Report, 2010: 50).

Japan se nalazi na trećem mestu u svetu (ispred su samo Kina i Indija) kada se za kriterijum uzme najveći dnevni tiraž. U ovoj zemlji se svakog dana u proseku odštampa 70,4 miliona primeraka novina, što znači da se ovim brojem primeraka „pokriveno“ 54,15 % stanovništva. Pod pretpostavkom da jedan primerak novina čita više od jedne osobe, ovaj procenat je još veći. *Yomiuri Shimbun*, *Asahi Shimbun* i *Mainichi Shimbun* su još uvek dnevne novine sa najvećim brojem štampanih primeraka na svetu.

Prema podacima Wikipedije iz 2004. godine, tiraž pojedinih medijskih kuća je sledeći:

1. <i>Yomiuri Shimbun</i>	14.067.000
2. <i>The Asahi Shimbun</i>	12.121.000
3. <i>Mainichi Shimbun</i>	5.587.000
4. <i>Seikyou Shimbun</i>	5.500.000
5. <i>Nihon Keizai Shimbun</i>	4.635.000
6. <i>Chunichi Shimbun /Tokyo Shimbun</i>	4.512.000
7. <i>Tokyo Sports</i>	2.425.000
8. <i>Sankei Shimbun</i>	2.757.000
9. <i>Nikkan Sports</i>	1.965.000
10. <i>Hokkaido Shimbun</i>	1.896.594
11. <i>Sports Nippon</i>	1.711.000
12. <i>The Nikkan Gendai</i>	1.686.000
13. <i>Akahata</i>	1.683.000
14. <i>Yukan Fuji</i>	1.559.000
15. <i>Shizuoka Shimbun</i>	1.479.000
16. <i>Sankei Sports</i>	1.368.000
17. <i>Hochi Shimbun</i>	1.354.000
18. <i>Daily Sports</i>	999.000

Među ovim podacima veoma je lako uočiti da među prvih 15 novina sa najvećim tiražom nijedne novine nemaju ispod jednog miliona primeraka.

Prema WAN „World Press Trends“ iz 2009. godine, Japan se nalazi na četvrtom mestu po broju novina na 1.000 stanovnika, sa čak 613 primerkom na svakih 1.000 građana. Ispred se nalaze Irska (817.4/1.000), Švajcarska (627.4/1.000) i Luksemburg (619.3/1.000) i – nijedna druga azijska država.

Postavljanje osnova

General Tokugava Iejasu osnovao je 1603. godine bakufu – vojnu vladu u današnjem Tokiju koji tada nosi naziv Edo i time postaje prvi šogun (feudalni vojskovođa). Ovo će ubrzati razvoj grada Edo koji ubrzo postaje pravi administrativni centar sa oko pola miliona stanovnika. Japan postaje veoma zatvoren i izolovan, naročito nakon 1639. godine kada se zabranjuju strane religije i kontakti, odnosno trgovina se ograničava samo na Kinu i Holandiju.

„Odnosi sa strancima bili su u potpunosti sputani u hiljadu i šeststotim godinama, osim dva holandska posetioca kojima je bilo dozvoljeno da svake godine dođu na malo ostrvo Dešima u luci Nagasaki. Ovo je bilo učinjeno kako ideje koje su dolazile spolja ne bi mogle da dovedu u pitanje Tokugavinu politiku. Hrišćanstvo je u potpunosti proterano... a zabrana izučavanja Zapada bila je dovoljno ozbiljna da mnogo smelih ljudi košta života“ (Huffman, 1997:13).

Kontrola i cenzura svakodnevnog života su, ipak, spasle Japan od ulaska u velike sukobe i ratove kroz skoro dva veka. Huffman piše da su „pravila i klauzule regulisala najrazličitije oblasti izražavanja poput kabuki pozorišta ili pozorišta marioneta, prevoda, ukiyoe (drvene knjige) i knjiga. Njihov cilj je bio da spreče svu komunikaciju koja bi potencijalno mogla poremetiti ustanovljen red, pa čak i nezvanične materijale poput porodične prošlosti ili sadašnjosti šoguna, bilo kakve vesti o vladinim potezima ili aktima zvaničnika, ogovaranje članova samurajske klase, otkrivanje skandaloznog sveštenečkog ponašanja, ili erotske materijale koji bi mogli da pokvare javni moral. Tehnike korišćene da spreče neželjenu komunikaciju, išle su i svim pravcima“ (Huffman, 1997: 14).

Sredinom 17. veka beleži se pokušaj uvođenja esnafa koji bi izveštavali vlasti o sumnjivim materijalima, da bi 1698. godine nekoliko desetina prodavaca knjiga u Edo oformilo esnaf. Ovaj potez je odobrila administracija, smatrajući da to može doneti obostranu korist – vlasti su uništavale piratske kopije i tako omogućavale poštenu zaradu prodavcima knjiga, a administracija je imala uvid

u svaku prodatu knjigu, kontrolišući na taj način kompletno izdavaštvo. Već početkom 18. veka postoje zakoni prema kojima su esnafi odgovorni ukoliko se objavi bilo kakav nedoličan materijal.

U vreme ranog šogunata vlasti su bile prestrašene mogućnošću da strane vesti uznemire domaću scenu, ali su, pak, bile svesne važnosti toga da ostanu u toku sa dešavanjima u ostatku sveta. Tako su vremenom počele zahtevati od holandskih kapetana u Dešimi izveštaje o događajima u Evropi, a naročito o ratnim brodovima. Vremenom su ovi izveštaji postali redovni, ali nisu bili za javnu distribuciju, jer su takve vesti smatrane izuzetno osetljivim. Čak je 1811. godine osnovan Biro za prevođenje varvarskih spisa koji je imao zadatak da prevodi značajna dela sa zapada isključivo za šogunovu kancelariju.

Drveni blokovi koji su objavljivani (*kawaraban*) korišćeni su uglavnom za informisanje prilikom velikih nepogoda ili nezgoda i postoje u Japanu od 1619. godine do 19. veka.

Tokugavina vladavina donosi mnoštvo cenzorskih zakona, pa tako od 1673. godine pisci moraju da traže posebnu dozvolu od gradske uprave pre nego što krenu u distribuciju bilo kakvog javnog materijala. Kada se pogledaju odredbe ovog i sledećih zakona koji tretiraju ovu materiju, postaje jasno da je malo toga ostalo o čemu bi se moglo izveštavati u novinama, a da ni ostalim sferama izdavaštva nije bilo mnogo toga na raspolaganju.

Međutim, Tokugavina era, ili bar njen poslednji deo bio je obeležen intelektualnom vitalnošću i razvojem raznih oblika umetnosti, poput, recimo, pozorišta, a trgovački sloj koji se obrazuje u privatnim školama usmeren je na učenje čitanja, što je izuzetno značajno za dalji razvoj izdavaštva. U to doba razvija se nova tehnika štampanja, uz korišćenje pokretnih slova, zahvaljujući presi koju su krajem 16. veka japanske trupe zaplenile od Korejaca. Međutim, ovakav način štampanja nije bio pogodan za pismo i transkripciju korišćenu u Japanu u to doba, pa će se vremenom uvoditi neke izmene. U drugoj polovini 19. veka Tokio će dobiti štamparsku presu sa pokretnim slovima koja je odgovala japanskom jeziku.

Sredinom osamnaestog veka okovi cenzure malo popuštaju, mada se vlada i dalje bori da distribuciju informacija drže pod kontrolom. Međutim, krajem 18. i početkom 19. veka pojavljuju se publikacije sa prvim vestima „iz spoljašnjeg sveta“, sa gradskim glasinama, što iz potrebe građana za vestima, a što iz potrebe preduzimljivih ljudi iz gradskih centara da zarade prodajući ono što bismo možda mogli nazvati pretečom modernih novina. *Kawaraban* (koje su i finansijski bile veoma uspešne) će, prema rečima Džejsma Hafmana, u novi-

narskom žargonu, ostati zabeležene kao prvi pokušaj Japanaca za masovnom komunikacijom (Huffman, 1997).

Vremenom se želja za informacijama kod stanovnika Japana povećava, posao izrade, štampanja i distribucije različitih „novinskih letaka“ raste u obimu i već 1710. godine beleži se podatak da Japan ima više od 600 izdavača i prodavaca knjiga. Popularna dela će početi masovno da se izdaju, tako da postoje publikacije koje se izdaju i u tiražima od 10.000 primeraka.

Prve novine

Sredinom 19. veka u Japanu je u opticaju veliki broj novinskih listova koji (uglavnom nepotpisani) pretežno sadrže satire i ponekad političke kritike i postavljaju se na prometna i vidljiva mesta u gradu. Čak su i građani počeli da sami objavljuju neke glasine i vesti.

Budući da je šogunat pokušavao da dođe do vesti sa Zapada, nekoliko važnih činovnika poslato je u svet sa jasnom misijom. Državni sekretar Oguri Tadamasa se 1861. godine vratio iz posete SAD-u, smatrajući da Japan mora da stvori novine kao one koje je video u stranoj zemlji. Njegov kolega Ikeda Nagaoki vratio se tri godine kasnije iz Francuske sa istim utiskom. Mnoštvo zvaničnika koji su dolazili u dodir sa drugim zemljama, sticali su saznanja o društvenoj i političkoj snazi vesti i novina i o veličini njihove uloge u oblikovanju društvene svesti.

Tokom 1857. godine Holandanci su prestali da šalju u Japan izveštaje koje su ranije pripremali o zbivanjima u svetu i ponudili da Japancima šalju evropske novine. Sada će Biro za prevođenje varvarskih spisa početi da se bavi prevođenjem delova engleskih, francuskih i holandskih novina na japanski jezik. Biro za prevođenje, preimenovan u Kaiseijo (u bukvalnom prevodu – kancelarija za izvođenje otvaranja) objaviće 1860. godine *Kanhan Batabia Shimbun*, prevodeći članke iz holandskog *Javasche Courant*. Serija ovih publikacija izlazila je svega dva meseca, ali istoriografija ovo beleži kao prve novine na japanskom jeziku. Kancelarija je nakon toga izdala 107 brojeva žurnala *Nihon Boeki Shimbun*. Ove novine su isprva bile zasnovane na *Japan Commercial News*, a po njihovom zatvaranju na *The Japan Times*. Iako bi se ova izdanja teško mogla nazvati novinama u modernom smislu reči, ove publikacije zauzimaju izuzetno važno mesto u razvoju medijske slike Japana, jer je to prvi put da Japanci mogu da se snabdevaju vestima redovno i mogu da budu u toku sa dešavanjima u zemlji i inostranstvu. Od sredine 19. veka pa nadalje, vlada polako smanjuje restrikcije i fokusira se na to da sakupi vesti za sebe, a manje vodi računa o sistematskom

kontrolisanju vesti. U to doba već se dozvoljava građanima i da se pretplate na vesti, ali da bi bili u mogućnosti da čitaju *Nihon Shimbun Gaihen*, čitaoci su morali formalno da se učlane u Kaiseijo. Tiraž novina ne govori mnogo o tome koliko je bilo čitalaca, jer se novine nisu prodavale, već su davane na čitanje na jedan dan, nakon čega je čitalac morao da ih vrati. Specijalizovani magazini za decu, žene, ekonomiju, politiku, književnost, pojavljuju se šezdesetih godina 19. veka.

Prve novine koje nije izdavala vlada objavio je Albert Hansard 1861. godine. *Nagasaki tovarni list i oglašivač* izlazio je dva puta nedeljno na dve strane, na engleskom jeziku i bio je namenjen uglavnom novim zapadnim trgovcima koji su pristizali u Japan. Ove novine su, pored neophodnih trgovačkih spiskova, i poslovnih informacija sadržale i neke članke koji su predstavljali Japan i njegovu kulturu onima koji su dolazili iz „spoljnog sveta“.

Period restauracije i štampa

Trećeg januara 1868. godine restauracija Meiđi dovodi do prevrata i poslednji šogun Josinobua Tokugavu podnosi ostavku, a Japan počinje da napušta feudalne institucije i okreće se ubrzanoj transformaciji u modernu državu (zadržavajući osnovne ukorenjene vrednosti).

Većina teoretičara saglasna je da je proleće 1868. godine doba kada započinje moderna istorija japanske štampe. U želji da redovno obaveštavaju o dešavanjima u borbi, mnogi mladi samuraji izdavali su svoje publikacije, ali nijedne restauratorske novine nisu dugo potrajale (najduže su izlazile četiri i po meseca). Mnogi urednici ovih novina nikada nisu ni čuli za postojanje novina (u modernom smislu reči) dok im Džozef Heko nije objasnio da „u Americi postoji stvar koja se zove novine (shimbunshi) koje svakog dana donose najnovija dešavanja o čudnim društvenim događajima i distribuiraju ih javnosti“. Novine u ovom trenutku nisu toliko orijentisane na profit, koliko na širenje političkih stavova.

Odlazak učenih ljudi iz Japana na Zapad kako bi doneli u svoju zemlju novosti o razvoju drugih država i njihovoj modernizaciji i izumima, bila je takođe od velikog značaja i za novinarstvo.

„Jak je uticaj britanskog utilitarizma i tada aktuelnih zapadnih ideja o usavršavanju ljudi kroz obrazovanje, a Fukuzava je postao čvrst zagovornik moderne edukacije, sa naglaskom na praktičnim predmetima. On je energično osudio društvenu nejednakost i nerazumevanje Tokugava feudalizma i objavio da svi ljudi treba da budu slobodni i sve zemlje nezavisne na bazi

prirodnih zakona. Novi demokratski idealizam koji je Fukuzava zagovarao, bio je konkretno reflektovan u stavu nove Meiđi vlade prema obrazovanju. Posvećujući se cilju univerzalnog osnovnog obrazovnog sistema poput onog u Americi, vlada je 1872. godine izdala propis o osnivanju novog javnog školskog sistema, koji je sadržao obećanje da „neće biti nijednog sela sa neobrazovanom familijom i neće biti nijednog domaćinstva sa neobrazovanom osobom“ (Varley, 2000: 243).

Sa dolaskom Meiđi dinastije, počinje i nešto masovnije štampanje, pa se masovno prodaju i dela nekih autora sa zapada.

Vlada u tom trenutku izdaje svoje novine u tri grada – *Dajokan Nisshi, Naitigai Shimbun* u Osaki i *Toki Shumbun* u Kjotu. Počinju da se javljaju i novine koje nisu namenjene samo eliti, već njihovi urednici vode računa o tome da mogu da ih čitaju šire mase, pa čak i deca i žene, a povećava se i broj stranica.

U prvim mesecima restauracije, vlast nije bila učvršćena u administrativnom smislu, pa nema ni tolike kontrole nad izdavaštvom. Međutim, nakon tri meseca slobode, vlast je uvela svoje nove mere. U junu 1868. godine, državni savet izdao je Dajokan dekret 358 kojim novi režim predstavlja svoj odnos prema privatnim publikacijama. Prema ovom dekretu, sve nove knjige i reprinti moraju dobiti zvaničnu dozvolu pre štampanja. Još jedan dekret izdat sledećeg meseca izričito zabranjuje izdavanje novina bez dozvole. Vlasti su smatrale da moraju kontrolisati komunikaciju putem novina radi nacionalnog blagostanja i radi uspostavljanja reda i podrške tradicionalnim moralnim načelima. Dakle, prvi meseci restauracije bili su prvi period slobodne štampe u Japanu, koji dođe nije trajao dugo. Postojali su neki pokušaji pokretanja privatnih novina, ali one ili nisu dugo opstajale ili nisu imale ozbiljan sadržaj.

Nova vlada okrenula se reformi obrazovanja, otvarajući i veliki broj škola i objavljujući politiku univerzitetskog obrazovanja.

Naredne tri godine, vlada će pokušavati da nekako izda privatne novine, tj. novine koje će delovati „kao da vlada nema ništa sa njima“. Tako su 29. januara 1871. godine nastale *Yokohama Mainich Shimbun*, prve dnevne novine u Japanu, koje su izlazile do 1941. godine. Ministarstvo se angažovalo na taj način što nije u potpunosti direktno podržavalo novine, već je obezbedilo osoblje i nekoliko imućnih investitora.

Vlada je u narednim godinama pokušala da podstiče razmenu informacija i čak će nakon učvršćivanja vlasti uvesti mogućnost dostavljanja dnevnih novina do kućne adrese. Sva večernja izdanja raznosila su se po kućama, jedno vreme od 1878. godine čak oslobođena plaćanja poštarine ili uz vrlo niske poštarine

za dnevne novine. U početku je vlada ili izdvajala novac ili direktno obezbeđivala lokaciju i materijal za štampu. Još jedna izuzetno važna novina za razvoj novinarstva, pa samim tim i štampe, jeste veća dostupnost informacija koje je premijerska kancelarija davala novinarima. Jedno vreme je čak postojalo pravilo slanja informacija određenim novinama direktno iz kabineta, a novinari vremenom dobijaju dozvolu i da prisustvuju sudskim saslušanjima i da izveštavaju o njima.

U to doba veoma su popularni *koshinbun* ili „mali papiri“, koji su taj naziv imali ne samo zbog malog formata na kojem su izlazili, već i zbog toga što su bili namenjeni nižim slojevima. Ove publikacije nisu se bavile političkim temama, već su se fokusirale na ljudske priče (*fičere* – rečeno terminologijom savremenog novinarstva), glasine, incidente. Njihova cena bila je upola manja od ostalih „ozbiljnih“ novina, a njihovi reporteri najčešće su dolazili iz redova pisaca fantastike ili haiku pesnika.

Radeći na obrazovanju kadra koji je vodio novine, vlada će uskoro početi i sa otvaranjem univerziteta koji su školovali ovaj profil. Vlada je dakle, u svom reformatorskom sistemu obrazovanja, prepoznala i važnost povećanja čitanosti i povećanja broja publikacija koje su bile dostupne građanima. Jasno je da se sa masovnošću obrazovanja i poboljšanjem obrazovnog sistema javlja i veći broj novina, ali i da čitalačka publika polako počinje da stiče navike koje će imati dalekosežne posledice, jer je stvorena kritična masa koja će kasnije omogućiti i komercijalni opstanak nekih od novina koje izlaze u ovom periodu, poput *Yōmiuri Shimubun* (1874, Tokio), *Nihon Keizai Shimbun* (1876), *Asahi Shimbun* (1879).

Komercijalna medijska angažovanost počće u narednim mesecima i godinama, gde će neki od urednika izgraditi i velika imena, a medijska scena zabeležiće čak i prelaske urednika iz jednog časopisa ili novina u druge (čak uz podsticaje poput duplo veće plate). Pored specijalizovanih publikacija pojavljuju se i regionalni magazini. Prema nekim podacima (Huffman, 1997), 1872. godine je u Japanu izlazilo 37 novina.

„Vladina patronaža u ranom Meiji periodu pomogla je da otpočne ubrzani rast japanskih novina. U 1870. godini, Japan nije imao nijedne dnevne novine, a sredinom te decenije, novine su postojale u svakom kutku zemlje, mnoge od njih su se izdavale u desetinama hiljada. U vreme kada je vlada počela da popušta u svojoj zaista aktivnoj podršci štampi, sredinom sedamdesetih godina 19. veka veliki gradovi su već bili obavijeni novinskim bumom, kao i provincije, doduše, u nešto manjoj meri. Pisac japanskog

Weekly Maila krajem sedamdesetih godina 19. veka primećuje da Tokio ima više novina nego London i primećuje da mora imati iznad stotinu novina u celoj zemlji“ (Huffman, 1997: 58).

Međutim, sadržaj tih novina nije bio toliko napredan. Politička orijentacija novina i vezanost urednika za premijerski kabinet diktirali su i izgled ovih publikacija. Na prvoj stranici bili bi najpre dekreti koje je doneo vladin savet ili neka od vladinih kancelarija. Naredne dve strane su se ticale političkih pitanja, a pojavljivale su se i vesti iz Evrope, najčešće prevedene iz novina koje su na engleskom jeziku izlazile u lukama. Tek nakon toga dolazila je sekcija sa različitim vestima, od interesa za širu društvenu javnost, ali ove vesti nisu imale naslovne blokove i nisu grafički bile razdvojene. Jednostavno, grafički ove novine nisu bile izuzetno privlačne – nisu imale fotografije niti crteže. Novinari su se pak više kretali u domenu pisanja eseja nego izveštaja. Ipak, treba imati na umu, da koliko god se vlada trudila da u ovom periodu, čitanje novina postane stvar ukorenjena u narodu, najveći deo čitalaca, oko 80 % činili su vladini zvaničnici ili obrazovaniji sloj društva, pa je samim tim i izgled novina bio prilagođeniji njihovim potrebama, bez podilaženja masovnom ukusu.

Nakon sukoba sa Korejom, uloga štampe počela se menjati i neki od urednika shvatili su da mogu da imaju širu slobodu u izražavanju svojih stavova i oblikovanja javnog mnjenja na taj način. Međutim, to je dovelo do novih zakona o novinarstvu. Već 1873. godine vlada zabranjuje kritikovanje političkih odluka u novinama, zaustavlja distribuciju štampe u prefekturi, a onda je i regionalnim i lokalnim vlastima ukinula budžete za kupovinu novina. Dakle, štampa naglo slabi finansijski, ali se otvara mogućnost za novine nezavisne od vladinog uticaja koje će biti zanimljivije. To će dovesti do pojavljivanja novina koje su bile spremne da objave i jednu i drugu stranu, poput *Nisshin Shinjishi* i to je doba kada će u novinama početi da se raspravlja o stvarima koje su aktuelne za celu naciju.

Nakon meseci pažljivog pripremanja zakona, vlada je u junu 1885. godine izdala zakon koji će umnogome preokrenuti stvari. Od tada je izdavač morao najpre da dobije odobrenje koje je izdavallo Ministarstvo unutrašnjih poslova. Prema novom zakonu, samo su japanski građani mogli da budu vlasnici ili urednici novina i oni su lično odgovarali za bilo kakve uvredljive tekstove. Bilo je zabranjeno objavljivati kritike zakona, sudska razmatranja, zapisnike u kriminalnim postupcima, peticije usmerene prema vladi. Kazne za novinare i urednike kretale su se od visokih novčanih, preko zatvorskih, do suspenzije novina. Oni koji su kršili pravila bili su proganjani, zatvarani, ali se debata o ispravnosti novog zakona nastavljala u štampi.

Nakon teškoća u prelasku iz feudalnog društva u kapitalistički način privređivanja, država se suočila sa brojnim problemima – inflacija, bune poljoprivrednika širom zemlje i opšte nezadovoljstvo doveli su krajem 19. veka do formiranja prvih političkih partija, što je u mnogome uticalo na medijsku scenu.

„Jedan od odgovora vlade na pokrete za ljudska prava bilo je izdavanje zakona o štampi 1875. godine koji je izazvao raspuštanje Meirokusha. Ovaj zakon i druge represije slobode govora i okupljanja bili su upereni na suzbijanje Itagakijevih snaga i njegovih saveznika da oforme političke partije. Ipak, zagovornici ustanovljavanja partija nastavili su sa svojim zahtevima i iste te godine, 1875, Itagaki je formirao prvu nacionalnu političku asocijaciju, Patriotsku partiju (Aikokusha). Ali, sve do 1881. godine ljudi nisu dobili javnu potvrdu od oligarha da će imati priliku da učestvuju u vladi“ (Varley, 2000: 246).

Novine bivaju politički obojene, i uslovno rečeno biraju stranu, a politika, tj. suverenost, ustav i slične teme se pozicioniraju kao teme o kojima je vredno pisati. Sedamdesetih i osamdesetih godina 19. veka veoma je popularan opozicioni pokret jiyu minken koji organizuje razna udruženja i klubove poput Društva patriota (Aikokusha), Društva planina i okeana (Gakuyosha) i Društva samopomoći (Rissisha). „Štampa je odigrala ključnu ulogu u jiyu minker eri, šireći informacije o aktivnostima pokreta, agitujući direktno za širu podršku“ (Huffman, 1997: 102). „Politička partija bez novina je kao vojska bez oružja“, objavio je Jiyu Shimbun 1882. godine.

Novinari su sada smatrali da ne treba više da budu reporteri, već politički akteri. Kratkog veka, ali veoma značajan bio je magazin koji je izlazio 1881. godine *Toyo Jiyu Shimbun*, čiji je urednik bio Nakae Chomin, jedan od najboljih govornika opozicionog pokreta, a predsednik Saionji Kinmochi, sin visokog sudskog činovnika i brat carevljevog visokog dvorskog službenika (koji je po povratku iz Francuske počeo da propoveda ideje koje je tamo usvojio). Magazin se zalagao za „jačanje javnog mišljenja i širenje slobode“, ističući da „ljudi bez slobode nisu ljudi uopšte“. Uredništvo je čak bilo pozivano na razgovore u careve odaje kako bi im visokodostojnici objasnili da nije primereno da osobe povezane sa ljudima na tako visokim nivoima rade protiv vlade, tj. zagovaraju parlamentarno ustrojstvo.

„Prema Masaichi Midoro, 1882. godine, 64 novina je podržavalo dve glavne opozicione partije, dok su svega dvadeset jedne novine podržavale vladinu stranku“ (Krauss, 1996: 10). Kao odgovor na ovu pojavu u novinarstvu, vlada je uvela nekoliko mera koje će u mnogome otežati izlazak opozicionih novina,

poput uvođenja depozita za izdavače. Ovo će pak dovesti do naglog pada u broju publikacija koje izlaze u to vreme u Japanu i naterati novinare i urednike da se vrate fer izveštavanju i objavljivanju opštih informacija.

U sagledavanju opšteg stanja u kojem se nalazilo novinarstvo tokom Meidi perioda, treba imati u vidu da su određene vrste restrikcija u izdavaštvu u tom trenutku bile na snazi u mnogim evropskim državama.

Proглаšenje ustava i osnivanje parlamenta biće dva izuzetno značajna događaja za štampu u Japanu. Ne samo zbog veličine i značaja događaja o kojima izveštavaju, već i stoga što je to trenutak u kojem urednici japanskih novina shvataju važnost brzine prenosa informacija, tj. pravovremenog obaveštavanja čitalačke publike. Upravo u ovo vreme će novine početi da se utrkuju ko će pre objaviti informaciju, tako da je bilo slučajeva da se i svega dva sata nakon završetka nekog bitnog događaja (npr. u 10 satki ujutru) na ulicama nađu nova izdanja novina. Nepotrebno je naglašavati da u takvim situacijama novine nisu štedele sredstava, ne bi li bile brže i bolje od konkurencije.

Štampa u vreme ratova

Krajem 19. veka u Japanu će se pojaviti prve novinske agencije, što će doprijeti bržem informisanju, a novinari će imati veću dostupnost informacijama. U početku su agencije (*Rojters*, prva među njima) sakupljale vesti i slale ih trgovačkim firmama, a kasnije će tek napraviti direktne ugovore sa novinskim kućama. Nekoliko godina nakon nastanka prve komercijalne novinske agencije (*Tokyo Kyohosha*, 1887), i vlada će otvoriti svoju novinsku agenciju pomoću koje će slati obaveštenja o aktivnostima kabineta.

Moglo bi se reći ne samo da su ratovi, već i izvesnost ratova, tj. priprema za njih podigli tražnju za štampom i svežim informacijama. Dakle, još pre kinesko-japanskog rata (1894–1895) postojala je tenzija po pitanju sukoba oko Koreje i stanovništvo Japana želelo je da bude u toku sa najnovijim zbivanjima i stavovima obe zemlje. Kada je Japan poslao 5.000 vojnika na granicu, porasla je potreba za novim, aktuelnim informacijama. Na samom početku rada, novine su bile najglasniji zagovornici slanja trupa i ulaska u okršaj, mnogi od njih smatrajući da je to zlatna prilika da Japan zauzme svoje mesto u svetskoj politici. Novine su izlazile odmah po dobijanju novih informacija, izdavale specijalne dodatke i ukratko – način izveštavanja počinje da se menja. „Nekih 66 novina je poslalo svoje dopisnike ili u vojnu bazu u Hirošimi ili na kontinent da bi izveštavali o radu, često u nehumanim uslovima“ (Huffman, 1997: 208).

Početkom juna 1894. godine, pozivajući se na zakon o štampi, član 22, koji govori o zabrani izveštavanja o japanskim trupama i njihovim pokretima, vojnim tajnama i strategijama, ministar za rat i pomorstvo, privremeno je zabranio nekoliko novina. *Nihon* novine bile su čak 22 puta zatvarane u periodu od 131 dana, zbog kršenja javne bezbednosti. Privremenu suspenziju dobilo je još četvoro novina. *Sho Nihon* su na ovu akciju odgovorili tako što su svim svojim čitaocima poslali razglednicu objašnjavajući zašto se izdanje ovih novina ne može naći na ulicama! Dakle, pored borbe za slobodu štampe koju su vodili mnogi urednici i novinari pristajući radije na zatvorske kazne nego da se odreknu svojih publikacija, novinari sada pribegavaju i drugim tehnikama borbe za slobodu mišljenja i distribuiranja informacija.

Sličnu ulogu društvene motivisanosti novine su imale i u rusko-japanskom ratu (1904–1905). Još pre početka rata, 1903. godine kada su ruske snage propustile prvu šansu da povuku svoje trupe, gotovo sve provladine novine objavljivale su napise u kojima su zahtevale odlazak u rat. Čak su se i mnogi urednici i novinari angažovali na javnim skupovima, provladine novine agitovale su za odlazak u rat, dok su druge formirale društva zagovarajući mirno rešavanje spora. Žeđ za informacijama ponovo se pojačava, pa mnoge od novina izdaju i jutarnja i večernja izdanja, a neki od teoretičara izračunali su da su u proseku svake novine izdavale oko pet dodatnih izdanja nedeljno. Novina je i da se sada pojavljuju fotografije (najčešće fotografije generala koji se susreću ili odlaze u bitku). Novine su ponovo pokušale da pošalju što veći broj izveštača na mesto događaja, ali kako je tadašnji zakon dozvoljavao svega jednog reportera po mediju na mestu događaja, izdavači su se dovijali na razne načine, uglavnom unajmljujući novinare koje bismo danas nazvali frilenserima ili praveći ugovore sa velikim medijskim kućama poput *Tajmsa*.

„Japanske novine su bile ujedinjene u odluci da zadovolje zahtev za informacijama o ratu, ali su bile manje konzistentne kada se radilo o balansiranim informacijama, poštenju i pouzdanosti onoga o čemu su pisali tih meseci. Nije upitno da li su urednici osećali veliko breme odgovornosti prema svojim čitaocima u zemlji, niti je pitanje da li su verovali da je na novinaru da prenese vesti tačno i u potpunosti. Ali, u ovim konfliktnim mesecima, čini se da su patriotizam i profit ponekad gurali profesionalizam na dno lestvice. Postojalo je, naime, stalno iskušenje da se podiđe želji čitalaca tako što će se izveštavati o nepotvrđenim glasnima ili se ignorisati vesti koje bi otkrивale bilo šta drugo osim pobede ili progresa“ (Huffman, 1997: 284).

Vladine objave čak i o najmanjim ili nebitnim promenama na ratištu odmah su štampane. Pravovremenost u objavljivanju tačnih informacija se, pak, nije mogla zameriti tadašnjim novinarima. Jedan od primera je da je *Osaka Asahi* izašao gotovo odmah nakon što se ruska bela zastava podigla objavljujući „telefonski izveštaj iz Tokija“.

Tokom rusko-japanskog rata cenzura je, takođe, bila na delu. Vlada je na dan izbijanja rata, 10. februara 1904. godine izdala set pravila za ratne dopisnike koji je propisivao nekoliko apsurdnih stavki. Na primer, svi japanski dopisnici i njihovi pomoćnici morali su da se registruju u vojnom ministarstvu, pokažu na zahtev sertifikat za izveštavanje, izvršavaju naređenja vojnih činovnika i prihvate suđenje na vojnom sudu ukoliko prekrše bilo koje od ovih pravila. Najdrakonskiji propis odnosio se na zabranu upotrebe tajnih kodova u izveštavanju i zahtevao da svaki tekst moraju odobriti vojne vlasti pre slanja u Japan. Slanje vesti vojnim telegrafom bilo je ograničeno na svega pet redova (ovde treba tražiti uzroke nastanka vesti pisane metodom obrnute piramide u Japanu).

Tokom 1909. godine vlada donosi nove zakone koji pooštravaju uslove u kojima rade izdavači. Najbolju sliku daje činjenica da je 1911. godine pokrenuto 14.697 kazni protiv novinara.

Društvene predispozicije za širenje štampe

Promene u društvenim strukturama početkom 20. veka bile su te koje su stvorile temelje za masovniji razvoj moderne štampe. Vlada je 1907. godine donela odluku o povećanju broja godina obaveznog obrazovanja na šest, a tada je već većina roditelja slala svoju decu na srednjoškolsko obrazovanje, u nadi da će im tako obezbediti bolji život. Srednja klasa je rasla i vlada je stalno izdvajala više novca za obrazovanje. Podatak iz 1903. godine kaže da je srednju školu za devojčice završilo 10.000 učenica, dok je 1905. godine taj broj tri puta veći.

„Broj studenata u srednjim školama i na univerzitetima se povećao za 14,4 % između 1908. i 1913. godine, dok su troškovi za visoko obrazovanje u ovom periodu porasli sa 1,7 miliona na 2,6 miliona jena godišnje. Ovi građani nisu odmah bili spremni da čitaju novine, ali studije opismenjavanja za vojne regrute u Osaka regionu pokazale su da maturanti na svim nivoima imaju veće kapacitete za čitanje novina koje su se izdavale poslednjih godina Meidi ere. Jedan od četiri regruta je pao na testu pismenosti 1903. godine, a samo jedan od osam njih 1912. godine“ (Huffman, 1997: 313).

Nije se radilo samo o tome da je sada veći broj građana pohađao škole, već i o tome da su ih pohađali duže, tj. da su se obrazovali i u školama višeg stepena.

Društvo u Japanu se definitivno menjalo i to se ogledalo u nekoliko činjenica – železnica je nacionalizovana 1906. godine, otvarale su se nove radnje, sve veći broj domaćinstava imao je struju (na kraju Meidi perioda čak 360.000 kuća), otvara se veliki broj bioskopa, počinje snimanje nemih filmova, a na ulicama Tokija i Osake pojavljuju se automobili.

Između 1905. i 1909. godine broj novina i magazina koji su izlazili u Japanu povećao se sa 1.590 na 2.868. Danas se u Japanu pojavi u proseku 622 nova izdanja novina i magazina godišnje, a oko 581 se zatvori.

Ovo je doba kada novine u Japanu dostižu kritične brojke i počinju da bivaju masovni medij. Već 1910. godine *Osaka Asahi* zarađuje od oglasa 297.012 jena što je više od 200 % više nego 1905. godine. Čak 69 % radnika u fabrikama koji su učestvovali u istraživanju koje je sprovelo Ministarstvo doma reklo je da su novine njihovo glavno štivo za čitanje. Teško je ustanoviti tačne cifre kada je u pitanju tiraž tada dominantnih novina, poput *Asahi* i *Mainichi* u Osaki i *Hochi Shimbun* u Tokiju, jer su te brojke često uvećavane zbog oglašivača. No, najverovatnije je da je 1906. godine osam najvećih japanskih novina imalo po više od 110.000 pretplatnika. Prema Hufmanu (Huffman, 1997), redosled je bio sledeći:

1. <i>Osaka Mainichi</i>	216.044
2. <i>Hochi</i>	176.090
3. <i>Osaka Asahi</i>	123.566
4. <i>Tokyo Asahi</i>	96.475
5. <i>Yorozu</i>	88.000
6. <i>Denpo Shimbun</i>	85.000
7. <i>Miyako</i>	63.350
8. <i>Tokyo Niroku</i>	62.000.

Pet godina kasnije, dnevne novine su u proseku imale 140.000 čitalaca, a petnaest najvećih novina u Tokiju i Osaki dnevno su štampali više od 1.365.000 primeraka. Japanski dnevници približavali su se brojkama koje su imala dnevna izdanja u Londonu i Njujorku.

Pres klubovi

Pres klubovi u Japanu, tzv. ksha kurabu postoje pri institucijama poput vladine kancelarije, političkih partija, policije, istraživačkih centara, ekonom-

skih ili finansijskih institucija, organa lokalne uprave, univerziteta i najveći deo novinarskog života u Japanu odvija se u okviru ovih klubova. Istorija štampe u Japanu svedoči da ovakvi karteli postoje od kraja 19. veka. Privatne kompanije nemaju svoje pres klubove, sa izuzetnom dve velike kompanije JR („Japan Railways“) i NTT, koje su privatizovane osamdesetih godina. Klubovi novinarima obezbeđuju kancelarije, a institucije kojima pripadaju izdanju saopštenja, organizuju konferencije za štampu, povezuju izvore sa novinarima itd. Postoje različiti podaci o broju pres klubova u Japanu. „Kawai Ryoskuke, medijski učenjak, sugeriše da ima oko 1.000 klubova u Japanu, dok Japan Newspaper Publishers and Editors Association (JNPEA) koristi znatno nižu cifru od 400. Prava brojka je verovatno negde između“.

Dakle, većina prikupljanja informacija u Japanu odvija se u prilično zatvorenim institucijama, koje omogućuju veoma bliske kontakte novinara i njihovih izvora, odnosno u nekoj vrsti informacionih kartela. Ovim putem se, dakle, kontroliše na jedan način prikupljanje i distribucija informacija. Kao članovi klubova, novinari na ovaj način imaju na raspolaganju svoje izvore iz vladinih redova ili redova vladine administracije.

„Sa izuzetkom kategorije novinara poznatih kao yugun, ili lutajući reporteri, pres klubovi služe kao kuća ili baza za većinu japanskih novinara. Oni obično dolaze u svoje klubove u toku prepodneva i započinju svoj dan pregledajući jutarnja izdanja rivalskih novina, proveravajući da li su propustili neku informaciju. Zatim mogu pohađati regularno zakazanu konferenciju za medije, postkonferencijski kondan ili neformalni brifing, predavanje na navedenu temu...“ (Huffman, 1997: 286).

Većina klubova na vratima ima natpis Kanakeisha igai wa nyushitsu o kinjimasu, kojim je označeno da onima koji nisu članovi nije dozvoljen pristup. Iako su 1993. godine izmenjena pravila članstva, kako bi se omogućio pristup i stranim novinarima, u stvarnosti se nije mnogo toga promenilo, jer osim žurnalista koji rade za poslovne servise poput Blumberga, nema mnogo stranaca u ovim klubovima. Većina pres klubova ima od 15 do 150 članova, koji kao novinari rade za kuće koje su članice JNPEA (jer je to jedan od uslova za članstvo u pres klubu), a najveći tokijski pres klub, Dijet klub, ima oko 5.000 individualnih članova. Lori Friman, docent na Fakultetu političkih nauka, univerzitet u Kaliforniji, navodi da su novinari veoma rubrično usmereni, odnosno, specijalizovani za praćenje rada jednog kluba i jedne teme: „Novinari su obično članovi jednog kluba i pokrivalu samo jednu temu u vezi sa ministarstvom ili organizacijom pri kojoj se nalazi klub. U većini slučajeva, zabranjen im je pristup

konferencijama ili saopštenjima koje izdaju drugi klubovi, čak i ako su drugi novinari iz njihove medijske kuće tamo članovi. Novinar obično ostaje u svom klubu dve-tri godine pre nego što ga preraspodele“ (Huffman, 1997).

Radeći istraživanje o pres klubovima u Japanu, Friman u tekstu „Japan's press clubs as information cartels“ navodi konkretan primer sukoba među članovima i način na koji je dati spor rešen. Naime, krajem maja 1990. godine, nekoliko nedelja pre nego što će korejski predsednik Roh Tae Woo doći u zvaničnu posetu Japanu, novine su počele da pišu o temama razgovora predsednika i cara. „Ovo je postalo poznato kao okotoba mondai ili ‘časne reči’, tj. reči koje bi car mogao da iskoristi kao izvinjenje za kolonizaciju Koreje i akcije u vreme rata“ (Freeman, 1996). Sve novinske kuće pokušavale su da nadmudre svoju konkurenciju i prve objave pravi tekst govora. Različita nagađanja pojavljivala su se u medijima kao posledica toga da su ministarstvo spoljnih poslova, liberalno demokratska partija i careva agencija imali različita mišljenja o tome kako treba nastupiti. Međutim, 10 dana pre Rohovog dolaska u Japan, većina japanskih novina objavila je na naslovnoj strani naslov, iza kojeg je stajao obiman izveštaj i svi su kao izvor naveli „jednog od glavnih ljudi liberalno demokratske partije (jiminto shuno)“. Ovaj izraz je uobičajena fraza koja može da označi jednu od tri osobe – premijera (Kaifu), generalnog sekretara stranke (Ozava) ili šefa kabineta (Sakamoto). Citat je glasio: „... zbog pogleda u prošlost, sada sarađujemo sa Korejom na ekonomskom planu. Zaista je neophodno da puzimo na rukama i nogama i ispružimo se više nego što smo do sada...“. Iako japanski mediji nisu naveli čija je ovo izjava, korejski mediji javili su da je ovo izjava Ozawa Ichiro-a.

„Sledećeg dana, na sastanku vrhovnih ljudi LDP-a, Ozava se izvinio što je dozvolio da problem eskalira, i kasnije tog dana se susreo sa južnokorejskim ambasadorom u Japanu, Won Kyung-om i izvinio mu se direktno. Japanski mediji izvestili su o ova dva događaja, ali nije bilo jasno da li se Ozava izvinio zbog izjave koju je sam dao, ili zbog toga što je to uradio neko drugi od rukovodioca LDP-a (opet, to nije mogao biti niko drugi do premijer ili šef kabineta) (Freeman, 1996)“.

Sledećeg dana uveče, *Asahi Shimbun* je na naslovnoj strani objavio naslov u kojem tvrdi da je to bila Ozavina izjava. Narednih dana, međutim, o ovoj izjavi su izveštavali kao o izjavi koju je dao neko od glavešina LDP-a. Evo šta se zaista dogodilo: kada je *Asahi Shimbun* pripisao ovu izjavu Ozavi, prekršili su prećutan dogovor unutar pres kluba da izjave date tokom određenih vrsta sastanaka mogu da budu citirane, ali da se ne može otkriti izvor. *Asahi Shinbun* je u svoju odbranu rekao da je onog trenutka kada se izvinio, Ozava priznao da je to nje-

gova izjava i da samim tim dogovor više ne važi. Konkurenti ovih novina, koji su bili članovi kluba, bili su ogorčeni i sazvali su sastanak u kojem su predstavnici *Asahi Shimbuna* imali priliku da objasne svoj postupak. Nakon toga su morali da napuste sobu i drugi članovi kluba su izašli sa listom zahteva, odnosno kazni. *Asahi Shimbun* morao je da se izvini klubu u pisanoj formi i to izvinjenje morala je da potpiše visoko pozicionirana osoba u *Asahi* političkom desku. Takođe su morali lično da se izvine sektretaru Ozavi. Članovi kluba su odlučili da sačekaju sa odlukom da se novinarima *Asahi Shimbuna* zabrani pristup Dijet klubu (kao najvećem klubu). Iz ovoga je jasno da je praksa samocenzure u pres klubovima jedna od glavnih osobina ovakvog sistema sakupljanja i širenja informacija.

Postojali su i postoje još uvek pokušaji da se ovakav sistem informisanja ukinu ili promeni, jer se smatra nedemokratskim, a naročito su ove težnje postale aktuelne nakon što su određenim novinarima (mnogi od njih su bili i novinari stranih kuća) zabranjivani pristupi određenim konferencijama zato što nisu bili članovi klubova. Neki od vladinih zvaničnika moraju često da drže odvojene konferencije jer novinari koji su članovi kluba ne dopuštaju prisustvo onima koji nisu članovi. Dakle, najveći otpor promenama u ovim strukturama nisu vladini činovnici koji se smatraju utemeljivačima ove prakse stare više od jednog veka, već upravo sami novinari koji rade u okviru pres klubova.

Zaključak

Iz do sada izloženog jasno je da medijski sistem Japana obiluje specifičnostima spram evropske štampe, ali da je njegov razvoj imao gotovo sve faze kroz koje su prolazile i evropske novine i magazini. Takođe, kao jedna od neizbežnih karakteristika izdvaja se međusobna povezanost države i štampe. Ona se kroz istoriju pojavljivala kroz različite forme cenzure i izdavanja medijskih zakona koji su uređivali medijsku političku scenu, dozvoljavajući novinarima više ili manje slobode u obavljanju posla, u zavisnosti od istorijskog perioda koji se posmatra. Uticanje države na formiranje esnafa u prošlosti i na formiranje pres klubova i njihovo održavanje jeste jedna od najupečatljivijih formi povezanosti države i štampe.

Kraus i Far navode istraživanje čiji rezultati pokazuju u kojoj meri su mediji cenjeni i ovo je druga specifična karakteristika japanskih medija, jer u mnogim zemljama (Srbija je među njima, prema istraživanjima ANEM-a) nepoverenje prema medijima je veoma veliko i novinarsko zanimanje se vidi kao nepoželjno i prevrtljivo. Naspram toga, „jedna studija u Japanu pokazuje zapanjujuće zaključke: kada su razni politički akteri – birokrate, stranački zvaničnici, poslovna

elita, vođe sindikata, predstavnici medija, vođe feminističkih i drugih socijalnih pokreta upitali da rangiraju jedni druge prema uticaju, svi akteri su rangirali medije prve (osim mediji sami sebe)“ (Krauss & Pharr, 1996: 19).

Iznesene brojke o broju pismenih i broju ljudi koji završavaju određene nivoe škola i posežu za novinama kao svojim osnovnim štivom, govore u prilog veoma dobre osnove koju je država stvorila još u vreme kada je revnosno radila na popularizaciji štampe i podržavala njeno čitanje direktnim merama. Ovo je, pored izuzetno dobro osmišljenog školskog sistema, stvorilo razvijeno društvo u kojem je štampa mogla da ostane jedan od bitnih društvenih faktora i da razvija dalje svoju ulogu. Ako se uzme u obzir da Japan ima oko 130 miliona stanovnika, od čega u Tokiju živi oko 12 miliona (30 miliona na širem području grada), a da je nepismenost gotovo iskorenjena, jasno je zašto je popularnost štampe tako velika. Ovome doprinosi duga tradicija isporuke štampe na kućnu adresu i visoka stopa verovanja ovom mediju.

Literatura

- Huffman, J. L. (1997). *Creating a Public: People and Press in Meiji Japan*. Honolulu: University of Hawaii Press,
- Freeman, L. (1996). Japan's Press Clubs as Information Cartels. *JPRI Working Paper No. 18*. Posećeno 29. 1. 2013. URL: <http://www.jpri.org/publications/workingpapers/wp18.html>.
- Krauss, E. S., & Pharr, S. J. (1996). *Media and Politics in Japan*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- World Trade Press. Complete Report* (2010). Japan Society and Culture.
- Varley, P. (2000). *Japanese Culture*. 4th Edition. Honolulu: University of Hawaii Press

Milica Kljajić

DEVELOPMENT OF PRESS IN JAPAN

Summary: *This paper aims to present formation and development of print media in Japan, as well as influence of wider circumstances on development of journalism. It will show the situation in today's press and its prevalence and most important characteristics. Author will show how social settings led to formation of first newspapers in Japan and which social, political and economical events led to major changes in publishing area, media editing, press distribution and press consummation. One needs to analyze polity, most important industrial moments and their consequences, as well as wider educational background. It is very important to look into data of research conducted to reveal Japanese citizen's reading habits and numbers showing press prevalence and social structure in which Japanese press developed.*

Japanese society is very specific ambience for papers development and therefore press had some specificities in its historical development which were caused by political, economical, industrial and cultural characteristics of state of Japan. Having numerous censorship periods, periods of very specific association in press clubs, Japanese press managed to find successful way to survive on media market, bringing huge number of copies, very developed circulation and big and dedicated reading audience.

Main goal of this paper is to prove that number of copies and very big reading of daily newspapers is directly related with political and cultural elements (eg. state encouragement for reading and buying newspapers) and clear state determination to work constantly on raising number of educated citizens.

Key words: *journalism, Japan, press clubs, censorship, publishing law, education*