



باشگاههای مطبوعاتی در ژاپن

نویسنده: هیده‌یکو هیروز
ترجمه: فریبا اسکندری آریا

این متن ترجمه‌ای است از مقاله
The Press club System In Japan: Its
past, present & Future
هیده‌یکو هیروز Hidehik Hirose استاد دانشکده
جامعه‌شناسی دانشگاه توکیو در مجله بررسی
ارتباطات دانشگاه کیو ژاپن
Keio Communication Review در سال ۱۹۹۴
به چاپ رسیده است.

دور بوده است.

در بسیاری از باشگاههای مطبوعاتی به‌خصوص در آژانس‌های دولتی، اخبار و حوادث مهم مثل کنفرانسهای رسمی مطبوعاتی، سخنرانی‌ها و گفت‌وگوها Kondan (catting) در دسترس خبرنگاران عضو قرار می‌گیرد. در حالی که کنفرانس‌های مطبوعاتی، موقعیتی رسمی را برای جمع‌آوری اخبار در اختیار خبرنگاران قرار دهد، سخنرانی‌ها و گفت‌وگوها موقعیت‌هایی مکمل را ایجاد می‌کند که توضیحات و اطلاعات اضافی را در اختیار خبرنگاران قرار می‌دهد. گفت‌وگوها (Kondan) غیررسمی‌ترین فرصتی است که به واسطه آن می‌توان با وزرا و یا دیگر سیاستمداران محوری مصاحبه کرد. مصاحبه با این افراد موجب می‌شود که منابع خبری مهم در مورد مشکلات متعدد در اختیار خبرنگاران قرار بگیرد، مشکلاتی که نه می‌توان آن را ضبط کرد و نه آنها را مستقیماً بازگو نمود. به‌طور متوسط، کنفرانس‌های مطبوعاتی وزرای دولت با باشگاههای مطبوعاتی مربوطه دویار در هفته توسط وزرا و یک‌بار به‌وسیله معاون وزیر و به‌طور نامنظم، توسط رؤسای دفاتر برگزار می‌شود. گفت‌وگوها، بیشتر اوقات با حضور

باشگاههای مطبوعاتی ژاپن - کیشا کورابو- (Kisha Korabu) در دنیای روزنامه‌نگاری ژاپنی بی‌همتا است. باشگاه مطبوعاتی ژاپن یک اتحادیه ملی است که بیشتر دست‌اندرکاران و سردبیران آن، از اعضای سازمانهای خبرپرکنی و مطبوعاتی ژاپن هستند. این نهاد شبیه باشگاه مطبوعاتی ملی در شهر واشنگتن در ایالات متحده امریکاست. اما با مشابه امریکایی خود تفاوت‌های بسیاری دارد. باشگاه واشنگتن از یک گروه گزارشگران فعال تشکیل شده است که در یک مرکز اصلی خبر- که مانند یک مؤسسه عمومی است - سازمان یافته‌اند و روزانه خبرهایی از این منبع خبری منتشر می‌شود. همه سازمانهای خبری ژاپن به منظور کسب خبر با این باشگاه مطبوعاتی ارتباط دارند و گزارشگران آنها به این باشگاه مراجعه می‌کنند. خبرنگارانی که با این باشگاه کار می‌کنند، هرروز صبح مستقیماً از منزل به آنجا رفته و در پایان هر روز کاری از آنجا به خانه باز می‌گردند. باشگاه مطبوعاتی یکی از مهمترین مراکز غیرمتمرکز خبری ژاپن به‌منظور جمع‌آوری گزارش و اخبار است. این باشگاه در حقیقت یکی از عناصر اصلی در تشکیلات روزنامه‌نگاری ژاپن، از سالهای بسیار

مقامات رسمی برپا می‌شود.

تعداد دقیق باشگاه‌های مطبوعاتی در ژاپن روشن نیست، ولی طبق یک برآورد، به بیش از ۷۰۰ می‌رسد. طبق گزارش سرویس خبری کیودو، تعداد باشگاه‌های مطبوعاتی که به کیودو مربوط می‌شوند به ۶۱۲ می‌رسد که در سطح کشور فعالیت می‌کنند و ۹۹ مورد از آنها در سال ۱۹۸۶ در توکیو فعالیت داشتند. باشگاه‌های مطبوعاتی اصلی توکیو به قرار زیر است:

۱. آژانس‌های دولتی:

- فاگانا کلاب (وابسته به هیأت دولت)
Nagata Club (Cabinet)
کاسومی کلاب (وزارت امور خارجه)
Kasumi Club (Foreign Ministry)
باشگاه مطبوعاتی آژانس مدیریت و هماهنگی
Management and Coordination Agency Press Club
باشگاه مطبوعاتی آژانس توسعه هوکایدو
Hokkaido Development Agency Press Club
باشگاه مطبوعاتی آژانس توسعه اوکیناوا
Okinawa Development Agency Press Club
باشگاه مطبوعاتی هوسو (وزارت دادگستری)
Hoso Press Club (Judicial Ministry)
باشگاه مطبوعاتی دیوان عالی کشور
Judicial Press Club (Supreme Court)
باشگاه مطبوعاتی آژانس پلیس ملی
National Police Agency Press Club
باشگاه مطبوعاتی وزارت دفاع
Defense Agency Press Club
باشگاه مطبوعاتی منازل سازمانی وزارت دفاع
Defense Accommodation Press Club
باشگاه مطبوعاتی وزارت مسکن
Construction Ministry Press Club
گروه مطالعات ژئوپولیتیک
National Land Policy Study Group
(National Land Agency)
باشگاه نیاسی (آژانس امور داخلی)
Naisei Club (Home Affairs Agency)
باشگاه مطبوعاتی آژانس پرستلی
Personnel Agency Press Club
اومن - کای (وزارت صنایع و تجارت بین‌المللی)
Umene Kai
(International Trade and Industry Ministry)
باشگاه تورانومون (وزارت صنایع و تجارت بین‌الملل)
Toranomon Club
(International Trade and Industry Ministry)
باشگاه مطبوعاتی وزارت کار
Labour Ministry Press Club
گروه مطالعاتی زایسی (وزارت دارایی)
Zaisei Study Group (Finance Ministry)
باشگاه زایسی (وزارت دارایی)
Zaisei Club (Finance Ministry)

- **باشگاه مطبوعاتی ژاپن، یک اتحادیه ملی است که بیشتر دست‌اندرکاران و سردبیران آن، از اعضای سازمان‌های خبرپراکنی و مطبوعاتی ژاپن هستند.**
- **در بسیاری از باشگاه‌های مطبوعاتی به‌خصوص در آژانس‌های دولتی، اخبار و حوادث مهم مثل کنفرانس‌های رسمی مطبوعاتی، سخنرانی‌ها و گفت‌وگوها در دسترس خبرنگاران عضو قرار می‌گیرد.**

- باشگاه مطبوعاتی آژانس مالیات ملی
National Tax Agency Press Club
گروه مطالعات اقتصادی (آژانس برنامه‌ریزی اقتصادی)
Economic Study Group
(Economic Planning Agency)
گروه مطالعاتی سیاست حمل‌ونقل (وزارت راه و ترابری)
Transportation Policy Study Group
(Transportation Ministry)
باشگاه مطبوعاتی ماشین‌های کشاورزی (وزارت شیلات و کشاورزی)
Agriculture Policy Press Club
(Agriculture and Fishery Ministry)
باشگاه مطبوعاتی آژانس خانواده سلطنتی
Imperial Household Agency Press Club
باشگاه مطبوعاتی (وزارت آموزش)
Education Ministry Press Club
باشگاه مطبوعاتی دانشگاه (وزارت آموزش)
University Press Club (Education Ministry)
باشگاه مطبوعاتی ساوت پل (وزارت آموزش)
South Pole Press Club (Education Ministry)
باشگاه مطبوعاتی وزارت رفاه
Welfare Ministry Press Club
باشگاه مطبوعاتی آژانس امنیت اجتماعی
Social Security Agency Press Club
باشگاه مطبوعاتی وزارت پست و مخابرات
Post and Telecommunication Ministry Press Club
باشگاه مطبوعاتی آژانس محیط زیست
Environment Agency Press Club
باشگاه مطبوعاتی آژانس علوم و تکنولوژی
Science and Technology Agency press Club
باشگاه مطبوعاتی آژانس سالم‌سازی دریا
Maritime Safety Agency press Club
باشگاه مطبوعاتی آژانس هواشناسی
Meteorological Agency press Club
۲. **مجلس شورای ملی و احزاب سیاسی:**
باشگاه مطبوعاتی مجلس شورای ملی
National Diet Press Club
باشگاه مطبوعاتی مجلس عوام
Lower House Press Club
باشگاه هیراکاوا (حزب لیبرال دموکرات)
Upper House Press Club
باشگاه مطبوعاتی مجلس اعیان
Hirakawa Club (Liberal Democratic Party)
باشگاه مطبوعاتی احزاب ائتلافی دولت
Coalition Government Parties Press Club
- باشگاه مطبوعاتی حزب کمونیست ژاپن
Japan Communist Party Press Club
باشگاه مطبوعاتی عکاسان مجلس شورای ملی
National Diet Photographers Press Club
باشگاه مطبوعاتی کتابخانه مجلس شورای ملی
National Diet Library Press Club
۳. **آژانس‌های دولتی شهر توکیو**
ناناشاکای آژانس پلیس کلان شهر
Metropolitan Police Agency Nanashakai
باشگاه مطبوعاتی آژانس پلیس کلان شهر
Metropolitan Police Agency Press Club
باشگاه مطبوعاتی بخش خبری آژانس پلیس کلان شهر
Metropolitan Police Agency News Press Club
باشگاه بوراکو (آژانس کلان شهر توکیو)
Yuraku Club (Tokyo Metropolitan Agency)
باشگاه کاجی‌باشی (آژانس کلان شهر توکیو)
Kajibashi Club (Tokyo Metropolitan Agency)
باشگاه مطبوعاتی فرمانداریهای محلی (انجمن فرمانداریهای محلی)
Local Governments Press Club
(Association of Local Governments)
۴. **سازمان‌های اقتصاد و دارایی**
باشگاه زایکای (فدراسیون سازمان‌های تجاری)
Zaikai Club
(Federation of Business Organizations)
گروه مطالعات صنایع سنگین (فدراسیون سازمان‌های اقتصادی)
Heavy Industry Study Group
(Federation of Economic Organizations)
باشگاه مطبوعاتی ماشین‌آلات (فدراسیون سازمان‌های اقتصادی)
Machinery press Club
(Federation of Economic Organizations)
باشگاه مطبوعاتی انرژی (فدراسیون سازمان‌های اقتصادی)
Energy press Club
(Federation of Economic Organizations)
باشگاه مطبوعاتی مالی (بانک ژاپن)
Finance press Club (Bank of Japan)
باشگاه مطبوعاتی کابوتو (بازار بورس توکیو)
Kabuto Club (Tokyo Stock Exchange)
باشگاه مطبوعاتی سازمان غله توکیو
Tokyo Grain Exchange Press Club
باشگاه مطبوعاتی اتاق بازرگانی توکیو
Tokyo Commerce Chamber Press Club
باشگاه توکیوا (راه آهن ژاپن)
Tokwa Club (Japan Railway)

باشگاه توتسو (راه آهن شرقی ژاپن)
Totetsu Club (Japan Railway East)
باشگاه آویی (تلگراف و تلفن ژاپن)
Aoi Club (Nippon Telephone and Telegraph)
باشگاه انتشاراتی صنعت تباکوی ژاپن
Japan Tobacco Industry Press Club

۵. مؤسسه‌های عمومی

باشگاه شیبای (کمیته هماهنگی‌های کارگری مرکزی)
Shiba Club

(Central Labor Coordination Committee)

باشگاه رونو (اتحادیه سندیکاهای کارگری)
Rono Club (Association of Labor Unions)

باشگاه مطبوعاتی هواپیمایی توکیو (فرودگاه هاندا)
Tokyo Aviation Press Club (Haneda Airport)

باشگاه مطبوعاتی فرودگاه ناریتا

Narita Airport Press Club

باشگاه مطبوعاتی سازمانهای کشاورزی

Agricultural Organizations Press Club

باشگاه مطبوعاتی فرهنگستان

Japan Academy Chamber Press Club

۶. خبرپرانی

باشگاه مطبوعاتی رادیو و تلویزیون (NHK)
Radio and Television Press Club (NHK)

باشگاه مطبوعاتی خبرپرانی توکیو
Tokyo Broadcasting Press Club (NHK)

۷. ورزش و سرگرمی

باشگاه مطبوعاتی هنرهای نمایشی توکیو
Tokyo Drama Press Club

باشگاه مطبوعاتی سینمایی توکیو
Tokyo Cinema Press Club

باشگاه مطبوعاتی موسیقی توکیو
Tokyo Music Press Club

باشگاه روزنامه‌نگاران فعال ژاپن
Japan Go Journalist Club

باشگاه مطبوعاتی شوکی توکیو
Tokyo Shogi Press Club

باشگاه مطبوعاتی ورزشی توکیو
Tokyo Athletic Press Club

باشگاه ورزشی ژاپن
Japan Athletic Press Club

باشگاه مطبوعاتی پرورش اسب ژاپن
Tokyo Horse Racing Press Club

باشگاه مطبوعاتی کشتی سومو توکیو
Tokyo Sumo Press Club

باشگاه مطبوعاتی تفریحات و اوقات فراغت
Leisure Press Club

در برخی موارد، چندین باشگاه مطبوعاتی

در یک سازمان خبری وجود دارد. علاوه بر

باشگاههای مطبوعاتی توکیو که در بالا گفته

شد، صدها باشگاه انتشاراتی مشابه در سطح

محلی ژاپن وجود دارد.

بزرگترین باشگاه مطبوعاتی ژاپن، باشگاه

ناگانا (باشگاه مطبوعاتی هیأت دولت) است که

در دفتر نخست‌وزیر مستقر شده است. رقم

خبرنگاران وابسته به این باشگاه حدود ۶۰۰ نفر می‌باشد که ۱۳۰ نفر آنان اعضای ناظر

■ به‌طور متوسط، کنفرانس‌های مطبوعاتی وزرای دولت با باشگاههای مطبوعاتی مربوطه، دوبار در هفته توسط وزرا و یکبار به‌وسیله معاون وزیر و به‌طور نامنظم توسط رؤسای دفاتر برگزار می‌شود.

مطبوعاتی در آژانس‌های دولتی و اداره مرکزی حزب سیاسی شکل گرفت. حدود سال ۱۹۱۰ باشگاههای مطبوعاتی تقریباً در همه آژانس‌های دولتی تأسیس شده بودند و آژانس‌ها اتاق، میلمان و دیگر تجهیزات اولیه را تهیه نمودند. تعداد باشگاههای مطبوعاتی هرساله افزایش یافت و به رقم ۳۷ در سال ۱۹۲۵ و ۵۱ در سال ۱۹۳۱ و ۸۴ در سال ۱۹۳۹ رسید.

تا دهه ۱۹۳۰، باشگاههای مطبوعاتی به حدی گسترده و پیشرفته شدند که از سازمانهای خبری که خبرنگاران، وابسته به آن سازمانها بودند مستقل شدند. خبرنگاران این باشگاهها اغلب با دادن امتیاز و یا رشوه و یا با رفتارهای غیراخلاقی و غیرقانونی به منابع خبری دست می‌یافتند که این دلیلی بر وسعت و قدرت باشگاههای مطبوعاتی بود. پس از چنین توسعه‌ای، باشگاه مطبوعاتی به عنوان یک مؤسسه اجتماعی تأسیس شد. باشگاههای مطبوعاتی نه تنها در توکیو بلکه در آزاکا، ناگویا و دیگر مراکز فرمانداری‌ها تأسیس شد. تعداد باشگاههای مطبوعاتی در اوایل دهه ۱۹۳۰ به شرح زیر تخمین زده شد. به ۶۰ واحد در توکیو، ۹ واحد در آزاکا و ۵ واحد در ناگویا.

البته در طول جنگ جهانی دوم، به سازمانهای مطبوعاتی ژاپن تحمیل شد که به موجب قانون کنترل تجاری مطبوعات (مصوبه دولت نظامی در سال ۱۹۴۱) تمام سازمانهای مطبوعاتی در یک سازمان و با یک ریاست واحد گردآیند. همچنین همه باشگاههای مطبوعاتی مربوط به یک وزارتخانه در یک باشگاه واحد جمع شوند، در نتیجه ۳۰ باشگاه مطبوعاتی مستقر در آژانس‌های دولتی به ۱۸ باشگاه کاهش یافتند. نام آن باشگاهها نیز به‌طور یکسان تغییر یافت. بدین‌صورت که عبارت «کیشاکایی» به نام هر کدام از آنها اضافه شد. همچنین خبرنگاران وابسته هر وزارتخانه کاهش یافتند. تحت آن شرایط، شرکتهای مطبوعاتی با ثبت نام خبرنگاران موافقت کردند.

هستند. روزانه از طریق این باشگاههای انتشاراتی خبرها به راحتی از منابع خبری به سازمانهای خبری رسانده می‌شود. در این حالت می‌توان گفت که باشگاههای مطبوعاتی به عنوان یک رابط ضروری در جهت پخش اطلاعات از منابع خبری به همگان، نقش مهمی دارند.

ولی، از طرف دیگر، باشگاههای مطبوعاتی ژاپن به وسیله خارجی‌ها قویاً مورد انتقاد قرار گرفته و حتی ژاپنی‌ها بحث‌های زیادی در مورد آن کرده‌اند که در نتیجه، باشگاههای مطبوعاتی ژاپنی در عکس‌العمل به آن انتقادها، در سالهای اخیر تغییراتی داشته‌اند. توضیحات بعدی نشان می‌دهد که چگونه این باشگاهها در طول تاریخ رشد و توسعه یافته، چه نقایصی دارند و چگونه در طی سالهای اخیر تغییر کرده‌اند و در آینده بایستی چگونه باشند.

توسعه تاریخی باشگاههای مطبوعاتی قبل از جنگ جهانی دوم

منشأ باشگاههای مطبوعاتی ژاپن در هاله‌ای از ابهام قرار دارد. ولی طبق کتاب «تولد روزنامه‌نگاری» که توسط تاکنوشی یاموتو، استاد دانشگاه میتسوواشی، نگاشته شده است منشأ آن به سال ۱۸۹۰ برمی‌گردد، زمانی که مجلس شورای ملی برای اولین‌بار در ژاپن تأسیس شد. سپس خبرنگاران در مورد پخش و توزیع کارتهای شناسایی که برای دیدار جلسات مجلس صادر می‌شد، با یکدیگر مشورت کردند. براساس این همایش، باشگاه مطبوعاتی «دومی» (Dome) به‌عنوان قدیمی‌ترین اتحادیه خبرنگاران ژاپن تأسیس شد.

در همان سال، آقای اُکامُتو، خبرنگار روزنامه جی‌جی شیمپو، اتحادیه‌ای متشکل از خبرنگاران ویژه مجلس تشکیل داد.

هرکدام از این احتمالات را می‌توان منشأ ایجاد باشگاههای مطبوعاتی ژاپن فرض کرد. به‌منظور ادامه هماهنگی، باشگاههای



از ۱۸ باشگاه مطبوعاتی ذکر شده، ۶ باشگاه بیشتر تحت فشار بودند تا به باشگاه مطبوعاتی مرکزی ملحق شوند. بیش از ۲۰۰ خبرنگار وابسته به این باشگاه مطبوعاتی مرکزی در سه بخش اخبار خارجی، اخبار داخلی و اخبار نظامی تقسیم شدند و به نوشتن «اخبار مجاز» و گزارش «اخبار دیکته شده» برای عموم مجبور شدند. در اواخر جنگ، صفحات روزنامه‌ها به دو برگ کاهش یافته بودند.

بنابراین باشگاههای مطبوعاتی تبدیل به قسمتی از ماشین تبلیغات دولت نظامی شد.

خصوصیات باشگاههای مطبوعاتی پس از جنگ جهانی دوم

پایان جنگ جهانی دوم در سال ۱۹۴۵ تغییرات غم‌انگیزی را برای باشگاههای مطبوعاتی به همراه داشت. ستاد فرماندهی نیروهای مستقر در ژاپن اظهار داشت که باشگاههای مطبوعاتی آزادی بیان را نقض کرده‌اند بنابراین بایستی منحل و یا دوباره سازماندهی شوند. بنابراین باشگاههای

مطبوعاتی باقیمانده هم در انتهای جنگ متلاشی شدند. نیهون شیبان کیوکای (NSK) (Nihon Shinbun Koyokai)، اتحادیه ناشران و سردبیران روزنامه‌های ژاپن) در سال ۱۹۴۹ به منظور پایه‌گذاری فعالیت‌های باشگاه مطبوعاتی آیین‌نامه‌ای را به نام «مقررات باشگاههای مطبوعاتی» تدوین نمود.

مقررات به قرار زیر بود:

۱. کنفرانس‌های مطبوعاتی

باشگاهها و سازمانهای مطبوعاتی مجاز نیستند که هیچ‌گونه محدودیتی برای روزنامه‌نگاران مستقل یا خبرنگارانی که در کنفرانس‌های مطبوعاتی شرکت می‌کنند، وضع نمایند.

۲. دفتر مطبوعاتی

مؤسسات عمومی، دفتر کار و تجهیزات ضروری را تهیه نموده و آنها را آزادانه در دسترس همه سازمانهای خبری قرار دهند.

۳. باشگاه مطبوعاتی

باشگاه مطبوعاتی یک باشگاه اجتماعی است که روزنامه‌نگاران و خبرنگاران وابسته به آن مؤسسه عمومی، هدفشان ترویج دوستی در میان خودشان است. این دوستی و همکاری هیچ نقشی در فعالیت‌های جمع‌آوری خبر نخواهد داشت. بنابراین ممکن است بیش از یک باشگاه مطبوعاتی در مؤسسه وجود داشته باشد. باشگاه مطبوعاتی مجاز است از قسمتی از دفتر مطبوعاتی استفاده کند. نیهون شیبان کیوکای (NSK) یک اتحادیه کشوری متشکل از روزنامه‌ها، شرکت‌های خبری‌رکنی و آژانس خبری است. در کشورهای خارجی اتحادیه ناشران و اتحادیه سردبیران جدا از یکدیگرند. در این کشورها ناشران و سردبیران، عضو اتحادیه مربوط به خود می‌شوند. ولی (NSK)، متشکل از هر دو گروه در کنار یکدیگر است. هر سازمان خبری براساس خصوصیات سازمانی خود به (NSK) ملحق می‌شود. مدیران و کارکنان طبقه‌های مختلف هر سازمان کمیته‌های جداگانه‌ای در (NSK) تشکیل می‌دهند. بنابراین، تصمیمات (NSK) شامل همه مدیران و کارکنان اعضای سازمان می‌شود. علت اینکه (NSK) باشگاههای مطبوعاتی را به عنوان باشگاههای اجتماعی تعریف می‌کند، به تجربیات تلخ قبل از پایان جنگ جهانی دوم برمی‌گردد. دلیل اول اینکه، باشگاههای مطبوعاتی قبل از جنگ کاملاً مستقل شده بودند و اغلب روزنامه‌نگاران

وابسته به باشگاهها دستورات سازمانهای خبری را نادیده می‌گرفتند. دلیل دیگر آنکه، باشگاه مطبوعاتی به عنوان یک ساختار جمع‌آوری خبر توسط نظام حکومتی کنترل شده و از آنها سوءاستفاده می‌شد. تصور می‌شد که این مقررات نقایص اصلی باشگاه مطبوعاتی را در آن زمان مرتفع سازد. البته یک اختلاف جدی بین تعریف باشگاه مطبوعاتی به عنوان باشگاه اجتماعی و فعالیت‌های غیرقانونی آنها به عنوان یک مرکز پیشگام گردآوری خبر وجود دارد. این اختلاف از دو مشکل جدی بوجود آمد. یکی به موافقت‌نامه باشگاه مطبوعاتی و دیگری عملکرد محدودکننده باشگاه در برابر افراد غیرعضوی که در جست‌وجوی دسترسی به منابع خبری از طریق باشگاه مطبوعاتی بودند.

مشکلات ناشی از توافق‌نامه باشگاه مطبوعاتی

قبل از جنگ، روزنامه‌ها هر زمانی که احساس نیاز می‌کردند یا موقعیت را مناسب می‌دیدند، توافق‌نامه‌هایی را در رابطه با گردآوری و گزارش اخبار، تنظیم می‌کردند. البته اگر باشگاههای مطبوعاتی، باشگاههای اجتماعی هستند برای ترویج دوستی، حق ندارند توافق‌نامه‌هایی را ترتیب دهند که فعالیت روزنامه‌نگاران را محدود کند. براساس مقررات تنظیمی سال ۱۹۴۹، (NSK) مقررات مربوط به موافقت‌نامه باشگاههای مطبوعاتی را در سال ۱۹۶۲ تصویب کرد که طبق آن انعقاد هر موافقت‌نامه دیگری را در بین اعضای یک باشگاه ممنوع کرد. زمانی که باشگاه مطبوعاتی قصد داشت توافق‌نامه‌ای برای گزارش اخبار صادر کند، ملزم بود از هر سازمان خبری که گزارشگران به باشگاه آن متعلق بودند، اجازه بگیرد.

ولی سنت تنظیم موافقت‌نامه به آسانی از بین نرفت. خبرنگاران عضو، همچنان به انعقاد موافقت‌نامه باشگاهی در جریان فعالیت‌های روزانه خود ادامه دادند. این امر بدان جهت بود تا بدون صوابدید سازمان خبری که به آن تعلق دارند، اخباری معین را تا تاریخی معین انتشار دهند. این توافق‌نامه‌ها «کوکوبن کیوتو» (Kokuban Kyotei) نامیده می‌شد، به معنای موافقت‌نامه تخته‌سیاه. چرا که این موافقت‌نامه‌ها را روی تخته سیاهی در باشگاه می‌نوشتند.

خبرنگاران باشگاهها آن توافقنامه‌ها را از سازمان خبری مربوط پنهان می‌داشتند. بنابراین، حتی اگر خبرنگاران از جانب سردبیر دستوری را مبنی بر گزارش خبری دریافت می‌کردند، نمی‌توانستند وجود توافقنامه باشگاه را ذکر کنند. به‌طور طبیعی، تخطی از توافقنامه‌های باشگاهها افزایش یافت و باشگاههای مطبوعاتی نمی‌توانستند تخلفکنندگان را به دلیل سرپیچی از موافقتنامه تنبیه و مجازات کنند. تحت چنین شرایطی، معمولاً باشگاه ترجیح می‌داد متخلفان را به این علت که ارتباطات دوستانه را در باشگاه مشوش و آلوده کرده‌اند و از ورود به دفتر محروم کند. در نتیجه، متخلفان، از کنفرانس‌های مطبوعاتی که در دفتر مجله برگزار می‌شد، محروم می‌شدند.

در همین دوران در سال ۱۹۷۰، (NSK) مقررات دیگری را وضع کرد تا بر مشکلات ناشی از سرپیچی از توافقنامه‌های باشگاه فائق آید. سپس با پذیرفتن این امر که عملکرد مطبوعاتی باشگاهها را نمی‌توان نادیده گرفت، (NSK) مقررات سال ۱۹۶۲ را تعدیل کرد و در سال ۱۹۷۸ نظارت بر باشگاه مطبوعاتی را وضع نمود. این موافقتنامه به باشگاههای مطبوعاتی اجازه داد تا به‌منظور تسهیل در فعالیت‌های گردآوری خبر، اعمال خود را تعدیل کنند. این مقررات بیان می‌دارد که باشگاه مطبوعاتی در اصل یک نهاد جمع‌آوری خبری است. ولی (NSK) تعریف اساسی باشگاه انتشاراتی را به عنوان یک باشگاه اجتماعی تغییر نداد. باشگاه مطبوعاتی به تدریج از منعقدکردن موافقتنامه بین خودشان خودداری کردند و در حال حاضر این موضوع کمتر مسأله‌ساز است.

هنگامی که موافقتنامه‌های باشگاهها مطبوعاتی، حقانیت خود را با حمایت سازمان‌های خبری که اعضای باشگاه به آنها وابسته هستند، به دست آوردند. از طرف سازمانهای مطبوعاتی مشکلات جدی برای آن ایجاد شد.

در مورد اخبار محلی، موافقتنامه‌های خبری در باشگاههای مطبوعاتی منعقد و به‌وسیله سازمانهای خبری مربوطه تصویب می‌شود. ولی برای اخبار مهم کشوری این موافقتنامه‌ها بایستی در مقیاس کشوری منعقد شود که در چنین حالتی، (NSK) نقش کلیدی را بازی می‌کند.

■ **بزرگترین باشگاه مطبوعاتی ژاپن، باشگاه ناگاتا (باشگاه مطبوعاتی هیأت دولت) است که در دفتر نخست‌وزیر مستقر شده است. رقم خبرنگاران وابسته به این باشگاه حدود ۶۰۰ نفر می‌باشد**

■ **منشأ باشگاههای مطبوعاتی ژاپن، طبق کتاب «تولد روزنامه‌نگاری» که توسط تاکوشی یاموتو، استاد دانشگاه میتسو باشی نگاشته شده است به سال ۱۸۹۰ باز می‌گردد.**

ممنوعیت خبر را با (NSK) منعقد کرده بودند، ولی موافقتنامه خبری منعقد شده در (NSK) در مورد پخش خبر- تنها برای اعضای خود (NSK) فرستاده شد. دیگر سازمانهای خبری غیر عضو و خارجی موظف به اجرای موافقتنامه نبودند. بنابراین، این امکان وجود داشت که اخبار توسط آن سازمانهای خبری به هر طریقی گزارش شود. به‌طور مثال نامزدی شاهزاده یکی از آن موارد بود. در این صورت، موافقتنامه‌های خبری نتیجه‌ای جز به تأخیر انداختن بی‌دلیل گزارش خبر نداشتند.

به علاوه، مردم حق دارند خبرهای مهم را بلافاصله پس از وقوع بدانند. بنابراین، موافقتنامه خبری در نفس خود، می‌تواند به معنای تجاوز به حقوق مردم برای کسب اطلاعات باشد. به این دلایل، انتقادات شدیدی در مورد اصل وجود موافقتنامه‌ها وجود دارد که موافقتنامه‌ای برای جلوگیری از انتشار خبر نباید منعقد شود مگر اینکه زندگی انسانها به خطر افتد.

اصلاحات باشگاههای مطبوعاتی

دومین موضوعی که سبب شده باشگاه مطبوعاتی به عنوان باشگاه اجتماعی تعریف شود، انحصاراتی است که خیلی از باشگاههای مطبوعاتی مایل به تصرف آن هستند.

در مقررات (NSK) در سال ۱۹۴۹ تصریح شده بود که باشگاههای مطبوعاتی اجازه دارند تنها از یک قسمت از دفاتر مطبوعاتی استفاده کنند. ولی در حقیقت باشگاههای مطبوعاتی تمامی دفتر کار را اشغال کرده بودند. روی در هر دفتر کار مطبوعاتی تابلویی نصب شده بود که نام باشگاه مطبوعاتی مربوطه نوشته شده بود. روزنامه‌نگارانی که عضو باشگاه نبودند، نمی‌توانستند بدون موافقت یکی از اعضا حتی وارد دفتر کار مطبوعاتی شوند.

نه تنها روزنامه‌نگاران خارجی، بلکه روزنامه‌نگاران ژاپنی هم گاهی از باشگاههای مطبوعاتی اخراج می‌شدند و علت اخراج آنها این بود که باشگاه مطبوعاتی، یک باشگاه اجتماعی محسوب می‌شود و به همین خاطر،

به عنوان مثال در اخبار مربوط به بچه‌دزدی، ممنوعیت‌های خبری اجتناب‌ناپذیر است. در چنین حالتی، پلیس از (NSK) می‌خواهد که موافقتنامه خبری منعقد کند. سپس (NSK) به دقت بررسی می‌کند که آیا ممنوعیت اخبار واقعاً ضروری است یا خیر. هنگامی که (NSK) تصمیم می‌گیرد موافقتنامه‌ای را منعقد نماید، متن آن را برای تمام اعضا منتشر می‌کند. در نتیجه، موافقتنامه توسط تمام اعضای روزنامه‌های ژاپن مشاهده می‌شود.

اخبار نامزدی شاهزاده ناروهیتو با دوشیزه ماساکوآودا، یک دیپلمات سیاسی، که اولین بار توسط واشنگتن پست گزارش شد، نمونه‌ای از یک موافقتنامه خبری بود که در مقیاس کشوری منعقد شد. در ۱۳ فوریه سال ۱۹۹۲، (NSK) موافقتنامه‌ای در مورد نامزدی ولیعهد منعقد کرد که طبق آن بایستی برای سه ماه خبر آن را به‌منظور احترام به خصوصی بودن موضوع مکتوم نگاه می‌داشتند. این موافقتنامه برای همه شرکت‌های عضو پخش شد.

مدت ممنوعیت در این موافقتنامه هر سه ماه تمدید می‌شد و عاقبت تصمیم گرفتند در ۳۱ ژانویه ۱۹۹۳ بدون تمدید این ممنوعیت را خاتمه بخشند.

ولی در ساعت ۲/۳۰ دقیقه بعدازظهر ۶ ژانویه، دفتر واشنگتن پست در توکیو برای دفتر مرکزی در واشنگتن ماجرای نامزدی غیررسمی ولیعهد را منبأ خبر کرد. سپس یک ملاقات فوری توسط (NSK) ترتیب داده شد که در آن نشست، تصمیمی مبنی بر خاتمه دادن به ممنوعیت در ساعت ۸/۴۵ دقیقه بعدازظهر همان روز گرفتند. تا آن زمان، اخبار توسط آسوشیتدپرس، رویتر، خبرگزاری فرانسه، تلویزیون CNN و دیگر سازمانهای خبری بین‌المللی پخش شده بود. این موارد وجود نقیصی را در موافقتنامه‌ها ثابت می‌کند. اگرچه، اتحادیه مجله‌های ژاپن و اتحادیه ملی پخش خبرپراکنی بازگانی ژاپن موافقتنامه

۱۹۸۵ را اصلاح کرد تا آنکه درها کاملاً برای روزنامه‌نگاران خارجی باز شد. ماده اصلاح شده جدید تصریح می‌کند که روزنامه‌نگاران خارجی بایستی به عنوان اعضای حرفه‌ای باشگاه مطبوعات پذیرفته شوند و یک گواهینامه رسمی صادر شده از سوی وزارت خارجه داشته باشند و همانطور که برای سازمان خبری ژاپنی مربوط به (NSK) کار می‌کنند، برای سازمانهای خبری خارجی نیز کار کنند. در پاسخگویی به این اعلامیه (NSK)، تعدادی از باشگاههای مطبوعاتی قوانین را یکی پس از دیگری اصلاح کردند و روزنامه‌نگاران خارجی را به عنوان اعضای رسمی پذیرفتند.

تا اوت ۱۹۹۳، چهار باشگاه مطبوعاتی قوانین خود را اصلاح کرده و روزنامه‌نگاران خارجی را پذیرفته بودند. به همین ترتیب سازمانهای خبری خارجی هم درخواست خود را مبنی بر عضویت در سایر باشگاههای مطبوعاتی اعلام کردند.

محاسن و معایب باشگاههای مطبوعاتی

در پایان هجدهمین دوره انتخابات عمومی که در ۱۸ جولای ۱۹۹۳ برگزار شد، حزب مخالف لیبرال دموکرات، اکثریت آرا را به دست آورد و کابینه دولت به رهبری هوسوکاوا (Hoso Kawa) تشکیل شد. این تغییرات سیاسی تأثیر قابل توجهی را بر باشگاههای مطبوعاتی داشت. نه تنها تعداد گزارشگران باشگاههای مطبوعاتی احزاب سیاسی به شدت تغییر یافتند، بلکه فعالیت‌های انحصاری و محدود مانند «گندان» در بسیاری از آنها از میان رفت.

اکنون در عصر تغییرات سریع، بهتر است از معایب و محاسن باشگاه مطبوعاتی در ژاپن بگوییم. شکی نیست که محاسنی چند در این باشگاهها وجود دارد. این باشگاهها یک وسیله کارآمد برای انتشار اخبار عمومی هستند. بدون آنها یک منبع خبری با مشکلات زیادی در رساندن همه گزارشگران خود به موضوع خبر مواجه می‌شد. در غیراین صورت بایستی برای پخش خبر با گزارشگران و یا رسانه‌های گروهی، یکی یکی و در جاهای مختلف تماس گرفته شود. البته، چون یک باشگاه مطبوعاتی در هر منبع خبری وجود دارد، همه کاری که گزارشگران بایستی انجام دهند این است که به دفتر مربوطه رفته و خبرها را دریافت کنند.

مصاحبه‌ها در مورد موضوعات مختلف گزارش تهیه کنند. در سال ۱۹۸۵، (NSK) با اصلاح ماده ۶ «نظارت در باشگاههای مطبوعاتی» قدمی به جلو برداشت که به موجب آن باشگاهها بایستی با کیفیتی معین به فعالیت‌های جمع‌آوری خبر به همکاران خارجی خود کمک نمایند.

در سال ۱۹۹۲ باشگاه مطبوعاتی ملی در واشنگتن نامه‌ای به (NSK) نوشت و طی آن از باشگاههای مطبوعاتی ژاپن که آزادی گزارش خبری را نقض کرده‌اند، خواست درهای باشگاههای آنان به روی همه روزنامه‌نگاران باز شود. یک ماه بعد، رییس و نمایندگان باشگاه مطبوعاتی ملی امریکا فرصتی به دست آوردند تا موضوع را با مشاور مطبوعاتی وزارت خارجه ژاپن که همراه با نخست‌وزیر ژاپن به ایالات متحده سفر کرده بودند، مطرح کنند ولی مشاور وزیر پاسخ داد که باشگاههای مطبوعاتی، در واقع باشگاههای خصوصی هستند که دولت نمی‌تواند برای انجام هر کاری به آنها فشار آورد. در حقیقت وزارت خارجه درخواستهای مطبوعات ملی امریکا را به (NSK) فرستاد.

پس، باشگاه کاسومی (باشگاه مطبوعات وزارت خارجه) قانون عضویت خود را اصلاح کرده و تصمیم گرفت گزارشگران جدیدی را به عنوان اعضای رسمی خود بپذیرد تا برای سازمانهای خبری خارجی مشابه سازمانهای خبری ژاپنی مربوط به (NSK) کار کنند و کارت شناسایی خبرنگاری خارجی را که توسط وزارت خارجه صادر شده به همراه داشته باشند. در نوامبر ۱۹۹۲، باشگاه کاسومی تصمیم گرفت رسماً سرویس خبری آسوشیتدپرس و خبرنگاران رویترا را به عنوان اعضای حرفه‌ای خود بپذیرد. کاسومی این امر را با تغییرات بیشتری دنبال کرد و پس از یک سال بررسی (NSK) در ۱۰ ژوئن ۱۹۹۳، ماده شماره ۶ ناظر در باشگاه مطبوعات مصوبه

تصمیم راجع به ورود اعضای جدید پیرو صلاحدید باشگاه انجام می‌شود و حتی (NSK) نمی‌تواند روی این تصمیم تأثیر بگذارد. روزنامه‌نگاران اخراج شده نیز نمی‌توانند در کنفرانس‌های مطبوعاتی که در مؤسسه‌های عمومی برپا می‌شود، شرکت کنند. زیرا کنفرانس‌های مطبوعاتی زیرنظر باشگاههای مطبوعاتی برگزار می‌شود، نه توسط مؤسسه‌های عمومی موردنظر. از این محدودیت‌های باشگاههای مطبوعاتی به شدت انتقاد شده است، به خصوص از طرف سازمانهای خبری خارجی. این سازمانها تقاضای عضویت در باشگاهها و شرکت در کنفرانس‌های آنها را داشتند.

در اوایل سال ۱۹۶۸، اتحادیه هماهنگی‌های خارجی ژاپن به (NSK) شکایت کرد که باشگاههای مطبوعاتی، کنفرانس‌های مطبوعاتی را به انحصار خود در آورده‌اند. در جواب شکایت، (NSK) باشگاهها را وادار کرد تا خبرنگاران خارجی را در کنفرانس‌های خود شرکت دهند. از این رو باشگاه مطبوعاتی هیأت وزرا در همان سالها تصمیم گرفت که روزنامه‌نگاران خارجی را در کنفرانس‌های رسمی مطبوعاتی نخست‌وزیر به عنوان تماشاچی شرکت دهد.

در سال ۱۹۷۸، (NSK) مورد بالا را به عنوان «نظارت در باشگاه مطبوعاتی» اعلام کرد و در ماده ۶ به عنوان «سیستم نظارت» گنجانده و توسط هیأت اجرایی باشگاه مطبوعاتی هیأت وزرا به اجرا گذاشت و انتظار می‌رفت که این شیوه در دیگر باشگاهها نیز به خوبی رایج شود. به دنبال این عمل برخی باشگاهها درهای خود را به روی افراد غیر عضو گشودند؛ البته، هنوز روزنامه‌نگاران خارجی نمی‌توانستند در مصاحبه‌های غیررسمی (گندان) شرکت کنند زیرا که منابع خبری و خبرنگاران باشگاه فعالیت‌شان انحصاری شده و می‌توانستند بدون ضبط کردن صحبتها، از مکالمه‌ها و

■ یکی از محاسن باشگاههای مطبوعاتی، این است که وسیله کارآمدی برای انتشار اخبار عمومی هستند. بدون آنها، یک منبع خبری با مشکلات زیادی در رساندن همه گزارشهای خود مواجه می‌شود.

■ جدی‌ترین عیب باشگاههای مطبوعاتی، پدیده‌ای به نام «روزنامه‌نگاری اطلاعاتی» می‌باشد. آژانس‌های دولتی و دیگر منابع خبری، به باشگاه مطبوعاتی، به عنوان یک قسمت مکمل فعالیت‌های روابط عمومی سازمان خود می‌نگرند.

برای پخش اخبار و برای تمام کسانی که با سازمانهای خبری ارتباط دارند این روش، بسیار مناسب و کارآمد است. در این صورت باشگاه مطبوعات، هم برای منابع خبری و هم برای مطبوعاتی که بدون هیچ تأخیری خبرها را ارسال می‌کنند بسیار مفید است.

دوم اینکه باشگاههای مطبوعاتی نوعی تشکیلات امنیتی متمرکز برای سازمانهای خبری است. بدترین کابوسی که بیشتر گزارشگران از آن می‌ترسند این است که یک واقعه مهم خبری را از دست بدهند در صورتی که به تمام سازمانهای خبری دیگر رسیده باشد. خبرنگارانی که در خیابان، اخبار را شکار می‌کنند نمی‌توانند از خطر از دست دادن اخباری که در دیگر نقاط وجود دارند مصون باشند. اما خطر از دست دادن اخبار مهم با استقرار آنان در باشگاه مطبوعاتی، به حداقل رسانده می‌شود. بدین ترتیب تشکیلات باشگاههای مطبوعاتی ایمنی متمرکز اخبار را در حد بالایی تضمین می‌کند.

این محسنات باشگاههای مطبوعاتی ژاپن، در عین حال می‌تواند تبدیل به عیوب آن شود. اول اینکه، باشگاهها گزارشگران را تنبل می‌کنند. همان‌گونه که در بالا ذکر شد، آنها هر چقدر هم در باشگاه بمانند و در کنفرانسهایی که در آن برپا می‌شود، شرکت کنند، هیچ خبر مهمی را از دست نخواهند داد. اگر آنها جست‌وجو کرده و فعالانه خبرها را بگیرند، همواره این خطر وجود دارد که از اخبار بزرگ واقع شده بی‌خبر بمانند. در نتیجه، آنها نشستن در محل را در تمام روز ترجیح می‌دهند، تنها شرکت در کنفرانس‌های مطبوعاتی باشگاه، اخبار را به دیگران می‌رساند. یک‌بار یکی از وزرای دولت از خبرنگاران به‌خاطر اینکه بدون تلاش برای جمع‌آوری خبر تمام روز را در دفتر باشگاه به‌سر برده و به بازی ماجونگ (یک نوع بازی چینی شبیه به قمار) می‌پردازند انتقاد کرد. او گفت با این روش، خبرنگاران به تدریج تنبل

شده‌اند.

دوم اینکه، جدی‌ترین عیب باشگاههای مطبوعاتی پدیده‌ای به نام «روزنامه‌نگاری اطلاعاتی» می‌باشد. آژانس‌های دولتی و دیگر منابع خبری این روزها به باشگاه مطبوعاتی، به عنوان یک قسمت مکمل فعالیت‌های روابط عمومی سازمان خود می‌شوند. کثرت کنفرانس‌های مطبوعاتی در باشگاهها و مطالب جدید تحویل داده شده به اعضا، پیوسته رشد می‌کند. در نتیجه، خبرنگاران مستقر در باشگاهها تنها روی آن دسته از اعلامیه‌ها و مطالب خبری ذکر شده، تمرکز می‌کنند. بدین ترتیب آنها صرفاً انتقال دهنده‌ای هستند که متن مطالب تهیه شده توسط منابع خبری را دوباره پخش می‌کنند. «تاشیو هارا» (Toshio Hara) سردبیر سابق سرویس خبری کیودو از روزنامه‌نگاری اطلاعاتی بسیار انتقاد کرده است.

سومین عیب این باشگاهها همسانی و همشکلی متون روزنامه‌های ژاپنی است. در حقیقت برخی روزنامه‌ها سعی می‌کنند خودشان را از دیگر روزنامه‌ها متمایز کنند و برخی از مردم به همسانی روزنامه‌های ژاپنی اعتقاد ندارند. ولی، در مجموع روزنامه‌های ژاپنی ظاهراً در مطالب شبیه به یکدیگر هستند. دلیل اصلی این موضوع به‌طور مشخص، باشگاههای مطبوعاتی هستند. اطلاعات یکسان، پیوسته از طریق باشگاههای سراسر کشور به داخل همه سازمانهای خبری بزرگ محابره می‌شود. چنین اطلاعات همسانی درصد زیادی از فضای روزنامه‌ها و زمان اخبار تلویزیون را پر می‌کنند.

باین عیوب و محاسن، باشگاههای مطبوعاتی ژاپنی تاکنون نقش مهمی را در روزنامه‌نگاری ژاپن بازی کرده‌اند. البته عقاید در مورد لزوم وجود باشگاههای مطبوعاتی اکنون در حال تغییر است. بر طبق یک نظرخواهی که توسط روزنامه اتحادیه کارگری مینچی شیمبون

(Mainichi Shimbun) که یکی از روزنامه‌های

دولت است، انجام شد، ۷۰ درصد از پاسخ دهندگان با اصلاح باشگاهها موافق بودند. ۱۷ درصد از آنها عقیده داشتند بایستی منحل شوند و از طرف دیگر ۱۷ درصد معتقد بودند که نیازی به اصلاح آنها نیست.

برخی سازمانهای خبری وابستگی‌شان را به باشگاههای مطبوعاتی در فعالیت‌های جمع‌آوری خبر قطع کردند. بخش گزارش‌های ویژه مینچی شیمبون و بخش گزارشها و برنامه‌ریزی کیوتوشیمبون روزنامه محلی بزرگ توکیو، سبب شده که بعضی سازمانهای قانونی برای جمع‌آوری خبر بدون وابستگی به باشگاهها فعالیت کنند.

برای سازمانهای خبری ژاپنی بسیار مشکل است که تشکیلات باشگاههای مطبوعاتی را کاملاً منحل کنند. ولی، این احتمال وجود دارد که این تشکیلات و روش جمع‌آوری خبر در ژاپن در آینده دچار تغییراتی شود. زمان تغییر ساختار باشگاههای مطبوعاتی، در حقیقت زمان تغییر روزنامه‌نگاری ژاپن است. □