

## نگاهی به ساختار و راهبردهای رسانه‌های برون‌مرزی ژاپن

حسین بصیریان جهرمی؛ ولی‌اله قرقانی<sup>۲</sup>

### چکیده

مقاله حاضر با نگاهی به مفهوم قدرت نرم و دیپلماسی عمومی و فرهنگی، مهمترین رسانه‌های برون‌مرزی ژاپن را از نظر ساختار و راهبردها مورد بررسی قرار داده است. دولت ژاپن ضمن تلاش برای حفظ جایگاه این کشور به‌عنوان سومین اقتصاد بزرگ دنیا، با تدوین راهبردهای بلندمدت، برای افزایش قدرت نرم و تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانیان برنامه‌ریزی کرده است. در میان رسانه‌های قدرتمند این کشور، رادیو-تلویزیون ملی ژاپن-ان.اچ.کی- دارای جایگاه برجسته‌ای است. در پی ده‌ها سال فعالیت رادیوهای برون‌مرزی ژاپن، راه‌اندازی تلویزیون انگلیسی‌زبان «ان.اچ.کی ورلد» در سال ۱۹۹۵ میلادی، نقطه عطفی در فعالیت برون‌مرزی این رسانه بود. این مقاله از طریق بررسی فعالیت‌های رسانه‌ای برون‌مرزی ژاپن، امکان استفاده از تجربیات موفق این کشور در این زمینه را برای تصمیم‌سازان و سیاست‌گذاران رسانه ملی به‌ویژه در حوزه برون‌مرزی را فراهم می‌آورد.

کلید واژه‌ها: ژاپن، رسانه برون‌مرزی، رادیو-تلویزیون ملی ژاپن، ان.اچ.کی، قدرت

نرم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

. نویسنده مسئول: عضو هیات علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران.

hossein.basirian@gmail.com

ah.gharaghani@gmail.com

<sup>۲</sup>. کارشناس ارشد مدیریت رسانه دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

## مقدمه

رسانه‌ها و قدرت نرم پیوندی ناگسستنی دارند. از رسانه‌ها به‌عنوان یکی از منابع و همچنین ابزارهای اصلی قدرت نرم یاد می‌شود. اگر قدرت نرم را توانایی هدایت رفتار دیگران از طریق اقتناع برای تامین منافع خاص تعریف کنیم (نای، ۲۰۰۳)، امروزه رسانه‌های صوتی و تصویری در این عرصه یکه‌تازی می‌کنند. در زمینه نظریه‌های وسائل ارتباطات جمعی و رسانه‌ها، می‌توان سه دوره تقریباً مجزا را تشخیص داد. در اولین دوره چنین تصور می‌شد که ارتباط جمعی و رسانه‌ها دارای تأثیرات نیرومندی هستند. این نظریات که بیشتر در سال‌های بین دو جنگ جهانی رواج داشت، با اصطلاحاتی مثل «نظریه گلوله جادویی» یا «نظریه سوزن تزریق» همراه بود (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱).

در مرحله دوم که از پایان جنگ جهانی دوم تا آغاز دهه هفتاد میلادی را در برمی‌گیرد، محققان درباره تأثیرات گسترده وسائل ارتباطات جمعی تردید کردند و شواهدی برای تأیید آن‌ها پیدا نکردند. این دوره که به دوره «تأثیرات محدود» شهرت یافت، مبتنی بر این باور بود که رسانه‌های جمعی دارای قوت و قدرتی که نظریات قبلی توصیف می‌کنند، نیستند. در این زمان که تأثیرات رسانه‌ها کم به نظر می‌رسید فرضیه‌هایی مثل فرضیه «جریان دومرحله‌ای» مطرح بود. «لازارسفلد»<sup>۱</sup> «کاتز»<sup>۲</sup> و «برلسون»<sup>۳</sup> نظریه پردازان مطرح این دوره بودند.

مرحله سوم مرحله الگوی «تأثیرات قدرتمند» است که اولین بار توسط الیزابت نیومن در مقاله «بازگشت به مفهوم رسانه‌های جمعی قدرتمند» در سال ۱۹۷۳ م ارائه شد. نظریه «مارپیچ سکوت» وی با الگوی تأثیرات قدرتمند تطبیق می‌کند. یکی از مهمترین دلایل این بازگشت، استفاده گسترده از تلویزیون بود که باعث شد تا مفهوم تأثیرات محدود، حداقل به طور نسبی، کنار گذاشته شود. مارشال مک لوهان، (جنگ و صلح در دهکده جهانی، ۱۹۶۸) معتقد است رسانه‌های تصویری، جهان را از قالب «دولت-ملت دور» به یک «دهکده جهانی» تبدیل می‌کنند. حتی نظریه‌پردازانی مانند ژوزف کلاپر<sup>۴</sup> که دامنه تاثیر رسانه‌ها بر مخاطب را محدود به اراده مخاطبان می‌دانند، در نهایت تأیید

<sup>1</sup> Paul Felix Lazarsfeld

<sup>2</sup> Elihu Katz

<sup>3</sup> Bernard Reuben Berelson

<sup>4</sup> J. Klapper

می‌کنند که رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های دیداری- شنیداری، اندیشه‌ها و الگوی زندگی و رفتاری مخاطبان را تحت تاثیر قرار می‌دهند.

از این رو نهادهای قدرت، مشخصاً دولت‌ها، در سطحی وسیع از این منبع و ابزار اعمال قدرت نرم بهره‌برداری می‌کنند. لذا در دهه‌های اخیر دولت‌ها به کاربرد رسانه‌های برون‌مرزی در تعامل با جوامع خارجی روز به روز توجه بیشتری نشان داده‌اند که از آن به‌عنوان اقبال روزافزون دولت‌ها به دیپلماسی عمومی یاد می‌شود که مهمترین شاخه آن دیپلماسی رسانه‌ای محسوب است. در چارچوب دیپلماسی عمومی، حاکمیت در یک کشور با جوامع کشورهای دیگر ارتباط برقرار می‌کند تا از طریق نفوذ در میان مخاطبانی که خارج از مرزهای ملی آن کشور قرار دارند، منافع ملی و اهداف سیاست خارجی خود را تامین نماید. دولت‌ها میلیون‌ها دلار هزینه می‌کنند تا با استفاده از رسانه‌های برون‌مرزی تصویر مثبتی از خود در نزد افکار عمومی مردم جهان ایجاد کنند.

ژاپن به‌عنوان سومین اقتصاد بزرگ دنیا (International Monetary Fund, 2018)، ضمن تلاش برای حفظ این موقعیت، از طریق فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی، رسانه‌ای و ورزشی، پیوسته در تلاش برای افزایش قدرت نرم خود در میان ملت‌ها است. گسترش فعالیت بنیاد ژاپن جهت ترویج و معرفی فرهنگ ژاپنی در خارج از این کشور، کسب میزبانی رویدادهای مهم بین‌المللی در عرصه سیاسی، اقتصادی، ورزشی از جمله المپیک و پارالمپیک ۲۰۲۰ توکیو و اکسپو ۲۰۲۵ اوساکا<sup>۱</sup> مصداق این تلاش‌های ژاپن می‌باشد. در دیپلماسی فرهنگی ژاپن، فعالیت‌های رسانه‌ای برون‌مرزی جایگاه ویژه‌ای دارد. از این منظر، بررسی و شناخت رسانه‌های برون‌مرزی این کشور که در سیاست خارجی ایران مهم ارزیابی می‌شود، ضروری به نظر می‌رسد. مقاله حاضر به دنبال ارائه پاسخ به این پرسش‌هاست:

۱- شبکه‌های برون‌مرزی ژاپن از چه ویژگی‌های سازمانی، ساختاری، اقتصادی (مالی) و فنی برخوردار هستند؟

۲- رسانه‌های برون‌مرزی ژاپن چه رویکردی دارند؟

<sup>1</sup> Expo 2025 Osaka, Kansai

۳- بر اساس معیارهای مالی، سیاسی و فنی، میزان و شیوه حمایت دولت ژاپن از رسانه‌های برون‌مرزی این کشور چگونه است؟

## ۲- رسانه‌های برون‌مرزی ژاپن

صنعت رادیو-تلویزیون در ژاپن ترکیبی است از سبک خدمات عمومی رادیو-تلویزیون بریتانیا که با عوارض پرداختی شهروندان حمایت می‌شود و رادیو-تلویزیون تجاری سبک آمریکایی که به درآمدهای تبلیغاتی متکی است (Shimizu, 1997). در این میان، سازمان رادیو-تلویزیون ژاپن (ان. اچ. کی)، به علت اعتبار فراوان و گستره پوشش، در سطح ژاپن جایگاهی برتر دارد، زیرا تعیین‌کننده سیاست رادیو-تلویزیونی این کشور است. از آنجا که اصلی‌ترین رسانه‌های برون‌مرزی ژاپن در چارچوب این سازمان فعالیت می‌کنند، معرفی این سازمان رسانه‌ای ضروری است.

### ۲-۱- سازمان رادیو-تلویزیون ژاپن

سازمان رادیو-تلویزیون ژاپن، تنها سازمان ملی و دولتی متصدی پخش برنامه‌های رادیو-تلویزیونی در ژاپن و یکی از بزرگ‌ترین و باسابقه‌ترین سازمان‌های رسانه‌ای دنیا است. این سازمان یا ان. اچ. کی در واقع یک شبکه «رادیو-تلویزیونی عمومی»<sup>۱</sup> و ملی است.

#### ۲-۱-۱- تاریخچه

ان. اچ. کی پخش برنامه‌های رادیویی خود را در سال ۱۹۲۵ م آغاز کرد. در سال ۱۹۳۵ پخش اولین برنامه‌های موج کوتاه این رادیو به دو زبان ژاپنی و انگلیسی آغاز شد. ان. اچ. کی نخستین ایستگاه تلویزیونی خود را در سال ۱۹۲۷ افتتاح کرد، اما پخش رسمی برنامه‌های تلویزیونی آن به علت وقوع جنگ جهانی دوم عملاً میسر نشد. در سال ۱۹۵۳ م، اولین برنامه تلویزیونی ان. اچ. کی پخش شد. از آن جا که این شبکه باسابقه‌ترین بنگاه پخش رادیویی و تلویزیون در ژاپن است، تجربه فراوانی در فعالیت‌های رادیو و

<sup>1</sup> NHK • 日本放送協会

<sup>2</sup> public service broadcasting | PSB

تلویزیونی دارد. این شبکه به لحاظ فنی و به لحاظ تولید برنامه همواره الگویی برای بنگاه‌های تجاری پخش رادیو و تلویزیون بود که پس از آن. اچ. کی تأسیس شدند. سازمان رادیو-تلویزیون ژاپن دارای ۵۴ ایستگاه پخش محلی در داخل ژاپن و ۳۴ دفتر برون‌مرزی از جمله دفتری در تهران است (قرقانی، ۱۳۹۰).

## ۲-۱-۲- مدیریت

در تشکیلات آن. اچ. کی هیئت‌مدیره با ۱۲ عضو بالاترین مرجع تصمیم‌گیری است. هر کدام از این اعضا از دانش و تجربه وسیعی درباره مسائل اجتماعی برخوردارند. این ۱۲ عضو با معرفی نخست‌وزیر و با تایید اعضای مجلس منصوب می‌شوند. اعضای هیأت‌مدیره در تمامی فعالیت‌های مدیریتی و عملیاتی دخالت و بودجه سالانه و برنامه‌های کلی آن. اچ. کی را تصویب می‌کنند. یکی از مسئولیت‌های عمده آنان انتخاب رئیس هیأت‌مدیره، مدیر اجرایی و حسابرسان است. بودجه سالانه و طرح‌های عملیاتی آن. اچ. کی باید با پیشنهاد هیأت‌مدیره در مجلسین نمایندگان (مجلس سفلی یا عوام) و توسط مشاوران (مجلس علیا یا سنا) مورد بررسی و تصویب قرار گیرند. گزارش سالانه عملکرد و بیان کاری سازمان رادیو-تلویزیون ژاپن نیز باید به دو مجلس ژاپن ارائه شود. علاوه بر این، بودجه سالانه و گزارش‌های کارکرد سالانه باید به وزیر امور داخلی و ارتباطات ارائه شود تا وی نیز نظرات خود را از طریق کابینه به مجلسین ژاپن ارائه نماید (حسینی، ۱۳۹۲: ۱۳۰). اصلاحات در قانون پخش و قانون اداره سازمان رادیو-تلویزیون ژاپن، آن. اچ. کی، اختیارات نظارتی وزیر امور داخلی و ارتباطات در مورد این سازمان را به ویژه در مورد برنامه‌های برون‌مرزی، افزایش داده است.

## ۲-۱-۳- نیروی انسانی

تعداد کارکنان تمام وقت آن. اچ. کی ۱۰۵۴۲ نفر اعلام شده است، اما با احتساب کارکنان پروژه‌های و نیمه‌وقت در مجموع ۱۴۵۰۰ کارمند در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، دفتر مرکزی، دفاتر محلی و خارجی آن. اچ. کی کار می‌کنند. افزون بر کارکنان رسمی آن. اچ. کی، بیش از ۱۰۰ نفر از اتباع خارجی نیز به صورت تمام‌وقت یا نیمه‌وقت در مشاغل

چون گویندگی، مترجمی و یا دبیری در رادیو ژاپن مشغول به کار هستند (قرقانی، ۱۳۹۰).

#### ۲-۱-۴- بودجه

نکته قابل توجه درباره ان.اچ. کی این است که مجوز پخش آگهی بازرگانی ندارد. بخش عمده بودجه آن از طریق دریافت حق اشتراک از خانوارهای دارای تلویزیون تامین می‌شود. پرداخت این حق اشتراک داوطلبانه است و مجازاتی برای کسانی که آن را نپردازند، در نظر گرفته نمی‌شود (قرقانی، ۱۳۹۳). در عین حال، آمارهای منتشر شده، حکایت از افزایش سالانه درآمد ان.اچ. کی از طریق دریافت حق اشتراک، دارد. در سال ۲۰۱۵ م، ۷۷ درصد خانوارهای ژاپنی حق اشتراک خود را به ان.اچ. کی پرداخت کرده‌اند. این نسبت در سال ۲۰۱۱ به ۷۲ درصد کل خانوارهای ژاپنی رسیده بود (総務省：平成26年8月).

در وبسایت بخش فارسی ان.اچ. کی، «هدف از پرداخت این مبلغ از سوی مردم، قادر ساختن این سازمان برای ارائه و پخش برنامه‌هایی منصفانه و به دور از هرگونه اعمال نفوذ از سوی سازمان‌های سیاسی یا خصوصی و نیز اولویت قائل شدن برای عقاید و نظرات بینندگان و شنوندگان اعلام شده است» (سایت فارسی سازمان پخش رادیوتلویزیونی ژاپن ان.اچ. کی، نوامبر ۲۰۱۸). در سال ۲۰۱۳ حق اشتراک ماهانه برای هر خانوار ماهانه ۱۳۹۵ ین، شش ماهه ۷۹۵۰ ین و سالانه ۱۵۴۹۰ ین بود. حق اشتراک خدمات ماهواره‌ای ان.اچ. کی تقریباً دو برابر است (حسینی، ۱۳۹۲: ۱۲۸). در ۲۷ نوامبر ۲۰۱۸، هر دلار آمریکا معادل ۱۱۳ ین ژاپن بود (日本経済新聞のウェブサイトで). (2018年、12月).

سازمان رادیوتلویزیونی ژاپن برای پخش برنامه‌های برون‌مرزی، از دولت و البته با تصویب مجلس، یارانه دریافت می‌کند. بر اساس گزارش وزارت امور داخلی و ارتباطات ژاپن، کل درآمد ان.اچ. کی در سال ۲۰۱۶ با اندکی افزایش در مقایسه با سال قبل، ۷۰۱ میلیارد و ۶۷۴ میلیون و ۳۱۶ هزار ین (معادل حدود ۷ میلیارد دلار) بوده است (総務省：平成26年8月). این درآمد در سال ۲۰۱۵ م، ۶۸۳ میلیارد و ۱۵۴ میلیون و ۲۴ هزار ین بود. در سال ۲۰۱۶ این سازمان مبلغ ۳ میلیارد و ۶۸۸ میلیون و ۲۴۳ هزار

نگاهی به ساختار و راهبردهای رسانه‌های برون‌مرزی ژاپن\* ۲۳۱

بین‌یارانه از بخش عمومی دریافت کرده است. طبق این آمار، یارانه دریافتی، تنها در حدود نیم درصد از کل درآمد آن. اچ. کی است (رجوع به جدول شماره ۱).  
جدول شماره ۱- درآمدهای آن. اچ. کی در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ به تفکیک  
(واحد: هزار ین)

منبع درآمد (ین)	سال ۲۰۱۵	سال ۲۰۱۶	تغییرات سالانه
حق اشتراک	۶۶۰۸۴۱۶۲۹	۶۷۵۸۹۵۷۰۹	+۱۵۰۵۴۰۸۰
یارانه بخش عمومی	۳۵۷۵۶۱۱	۳۶۸۸۲۴۳	+۱۱۲۶۳۲
سایر درآمدها	۱۸۷۳۸۷۸۴	۲۴۰۹۰۳۶۴	+۵۳۵۱۵۸۰
جمع	۶۸۳۱۵۴۰۲۴	۷۰۱۶۷۴۳۱۶	+۱۸۵۲۰۲۹۲

總務省：平成26年8月

سایر درآمدهای آن. اچ. کی شامل درآمدهای حاصله از انتشار لوح فشرده برنامه‌ها، متون برنامه‌ها و نمایش نامه‌ها، همکاری‌های بین‌المللی و واگذاری حق کپی‌رایت است.  
جدول شماره ۲- بودجه شبکه‌های مختلف آن. اچ. کی اعم از داخلی و برون‌مرزی در سال ۲۰۱۵ به تفکیک (واحد: میلیارد ین)

شبکه	تلویزیون عمومی	تلویزیون آموزشی	تلویزیون 1BS	PREMIUM BS	رادیو ۱	رادیو ۲	رادیو FM	تلویزیون برون‌مرزی	رادیو برون‌مرزی
بودجه	۲۸۳,۳	۶۵,۵	۷۷,۷	۵۳,۳	۱۷,۴	۵,۳	۷,۹	۲۱,۳	۶,۵
نسبت از کل	۵۲,۶	۱۲,۲	۱۴,۴	۹,۹	۳,۲	۱	۱,۵	۴	۱,۲

									بودجه (درصد)
--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------

منبع: 総務省 : 平成26年8月

## ۲-۲- شبکه‌های داخلی ان.اچ.کی

در حال حاضر سازمان رادیو تلویزیون ژاپن دارای ۴ شبکه تلویزیونی داخلی و ۳ شبکه رادیویی داخلی است. دو شبکه ترستریال زمینی به نام‌های «ان.اچ.کی جنرال تی‌وی»<sup>۱</sup> و «ان.اچ.کی آموزشی»<sup>۲</sup> دو شبکه ماهواره ای تلویزیونی به نام‌های NHK BS و PREMIUM BS NHK و سه شبکه رادیویی Radio NHK، FM NHK و Radio NHK- 2. رادیو ان اچ کی ۲ برنامه‌های آموزشی، فرهنگی و اخبار ویژه بیگانگان مقیم ژاپن را به چهار زبان انگلیسی، چینی، کره‌ای و پرتغالی پخش می‌کند. این شبکه رادیویی تنها در داخل ژاپن قابل دریافت است.

## ۲-۳- بخش جهانی ان.اچ.کی

بخش بین‌المللی «ان.اچ.کی»<sup>۳</sup> به نام ان.اچ.کی جهانی - ژاپن یا - NHK WORLD JAPAN، برای مخاطبان خارج از ژاپن به ۱۸ زبان برنامه پخش می‌کند. این سرویس، برنامه‌های رادیویی، تلویزیونی و نیز برنامه‌های چندرسانه‌ای مبتنی بر محیط وب ارائه می‌دهد. تمامی این خدمات برنامه‌ای از آوریل ۲۰۱۸ تحت نام NHK WORLD - JAPAN ارائه می‌شوند. در وب سایت بخش انگلیسی ان.اچ.کی، یکی از دلایل این تغییر برند از NHK WORLD به NHK WORLD - JAPAN، تدارک برای برگزاری بازی‌های المپیک و پارا المپیک ۲۰۲۰ توکیو ذکر شده است<sup>۴</sup> (وبسایت ان.اچ.کی، نوامبر ۲۰۱۸).

1. NHK TV General

2. TV Educational NHK

3. NHK WORLD

4. [https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/en/nhkworld\\_japan/](https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/en/nhkworld_japan/)



در وبسایت بخش فارسی NHK WORLD - JAPAN یکی از ماموریت‌های بخش جهانی ان.اچ.کی، عمل به‌عنوان یک شریان اطلاعات حیاتی در هنگام بروز حوادث عمده و نیز بلایای طبیعی ذکر شده است. بخش عمده برنامه‌های شبکه ان.اچ.کی ورلد شامل برنامه‌های اطلاعاتی و خبری است.

### ۲-۳-۱- اهداف NHK WORLD - JAPAN

- ۱) تهیه اخبار داخلی و بین‌المللی برای جهان به روشی دقیق و سریع؛
- ۲) ارائه اطلاعات درباره آسیا از چشم اندازه‌های گوناگون با استفاده بهینه از شبکه جهانی NHK
- ۳) عمل به‌عنوان یک شریان اطلاعاتی حیاتی در هنگام بروز سوانح عمده و نیز بلایای طبیعی؛
- ۴) پخش برنامه با دقت و سرعت بالا درباره بسیاری از جنبه‌های فرهنگی و زندگی در ژاپن، آخرین تحولات در عرصه‌های اجتماعی و سیاسی، تازه‌ترین روندهای علمی و صنعتی و نیز نقش و دیدگاه ژاپن درباره مسائل مهم جهانی؛
- ۵) تقویت درک متقابل بین ژاپن و کشورهای دیگر و نیز ارتقای دوستی و تبادلات فرهنگی (سایت فارسی ان.اچ.کی. نوامبر ۲۰۱۸).

### ۲-۳-۲- نیروی انسانی

در گزارش آوریل ۲۰۱۴ وزارت امور داخلی ژاپن تعداد کارکنان رسمی بخش جهانی ان.اچ.کی ۱۸۶ نفر اعلام شده است. همچنین در ۲۸ شعبه این بخش در خارج از ژاپن، ۸۰ نفر مشغول به کار بوده‌اند. بخشی از امور برنامه‌سازی و نیز پخش برنامه‌های ان.اچ.کی به شرکت‌های طرف قرارداد برون‌سپاری شده است. تعداد کارکنان شرکت جی.آی.بی (JIB)، اصلی‌ترین شرکت همکار ان.اچ.کی ورلد، ۶۱ نفر اعلام شده است. علاوه بر کارکنان رسمی ان.اچ.کی و نیز شرکت‌های همکار، نیروهای دیگری نیز که از رسانه‌های خارجی دعوت شده‌اند و همچنین خبرنگاران آزاد و نیز تعدادی از اتباع خارجی در بخش جهانی ان.اچ.کی مشغول به کار هستند.

### ۲-۳-۳- بودجه

کل بودجه بخش برون‌مرزی ان.اچ. کی شامل برنامه‌سازی و تامین تجهیزات پخش در سال ۲۰۱۵ بالغ بر ۲۸ میلیارد ین بود. همانگونه که در جدول شماره ۳ مشخص شده است، ۶,۵ میلیارد ین از این بودجه سهم رادیوهای برون‌مرزی و ۲۱,۳ میلیارد ین سهم تلویزیون برون‌مرزی بوده است. این بودجه در سال ۲۰۱۶ با افزایشی معادل ۴,۴ درصد، به بیش از سی میلیارد ین رسیده که ۷,۷ درصد آن برای ساخت برنامه‌های داخلی هزینه شده است. چهار میلیارد و ۶۶۰ میلیون ین از این بودجه، صرف هزینه‌های نیروی انسانی شده است.

جدول شماره ۳- هزینه‌های ان.اچ. کی در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ به تفکیک

برنامه‌های داخلی و برون‌مرزی به واحد ین

عنوان	۲۰۱۵ (ین)	۲۰۱۶ (ین)	تفاوت (ین)
برنامه‌های داخلی	۳۰۴۸۰۴۷۸۰۰۰۰	۳۲۱۰۷۶۷۴۴۰۰۰	+۱۶۲۷۱۹۶۴۰۰۰
برنامه‌های برون‌مرزی	۲۲۵۹۴۹۷۹۰۰۰	۲۲۸۶۲۸۶۱۰۰۰	+۲۲۶۷۸۸۲۰۰۰
کل هزینه‌های NHK	۶۷۶۹۲۲۰۰۶۰۰۰	۶۹۳۶۳۵۲۱۶۰۰۰	+۱۶۷۱۳۲۱۰۰۰۰

منبع: 総務省 : 平成26年8月

نکته مهم اینکه هزینه‌های برنامه‌های داخلی و برون‌مرزی، تنها به هزینه‌های برنامه‌سازی در این دو بخش اختصاص یافته است و هزینه‌های تحقیق و توسعه، فنی، آموزش و تبلیغات در هزینه‌های کلی محاسبه می‌شوند.

## ۲-۴- بخش‌ها و خدمات ان.اچ. کی جهانی

در حال حاضر دو شبکه جهانی تلویزیونی تحت مدیریت ان.اچ. کی تنها به دو زبان انگلیسی و ژاپنی برنامه پخش می‌کنند.

### ۲-۴-۱- تلویزیون جهانی انگلیسی‌زبان ان.اچ. کی

تلویزیون جهانی انگلیسی‌زبان ان.اچ. کی در سال ۱۹۹۵ تأسیس شده است، اما ساختار این شبکه در تطابق با تحولات محیطی تاکنون دوبار در سال‌های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۴ تحت تأثیر تغییر رویکرد سیاست‌گذاران فرهنگی و رسانه‌ای ژاپن، دچار تحولات بنیادی گردیده است. این شبکه با شعار «چشم شما در آسیا»<sup>۲۴۲</sup> ۲۴ ساعت، برای ۲۸۰ میلیون خانوار و ۱۵۰ کشور جهان خبر و سایر برنامه‌های فرهنگی-اقتصادی پخش می‌کند. این برنامه‌ها از طریق پخش ماهواره‌ای، تلویزیون کابلی و اینترنت قابل دسترسی هستند. محتوای برنامه‌های شبکه انگلیسی‌زبان ان.اچ. کی بر اخبار اقتصادی، آسیا و ژاپن متمرکز است. سازمان رادیو تلویزیون ژاپن برای پخش شبکه انگلیسی‌زبان خود، با اغلب ماهواره‌های اصلی و پرمخاطب جهان، قرارداد بسته است (NHk World Site, 2016).

برنامه‌های شبکه تلویزیونی انگلیسی‌زبان ان.اچ. کی، از سال ۲۰۱۴ توسعه یافته و تکرار برنامه‌ها در آن کمتر شده است. این شبکه راس هر ساعت به مدت ۳۰ دقیقه تحت عنوان برنامه NEWS LINE اخبار پخش می‌کند. در نیم ساعت دوم، برنامه‌های مستند با موضوعات علمی و فناوری، فرهنگی، اطلاعات عمومی از جمله در زمینه‌های موسیقی، گردشگری، آشپزی و سبک زندگی پخش می‌شود. جدول پخش برنامه‌ها ۶ ساعته است. یعنی برنامه‌های تولیدی ان.اچ. کی در شبانه روز چهار بار تکرار می‌شوند. در حال حاضر همزمان با پخش زنده شبکه تلویزیونی انگلیسی‌زبان ان.اچ. کی از طریق ماهواره یا کابل، برنامه‌های آن از طریق وبسایت شبکه هم به صورت زنده قابل دریافت است. همچنین متن و تصاویر برخی از اخبار که پخش آن پایان یافته است در وبسایت، بارگذاری می‌شود. اپلیکیشن ویژه گوشی‌های تلفن همراه و نیز تبلت نیز به صورت رایگان به اشتراک گذاشته شده است.

1. NHK WORLD TV

2. Your Eye In Asia

## ۲-۴-۲- تلویزیون جهانی ژاپنی زبان ان.اچ. کی

اداره شبکه تلویزیونی و رادیویی که به زبان ژاپنی برای شهروندان ژاپنی ساکن در خارج از این کشور برنامه پخش می‌کند نیز به بخش جهانی سپرده شده است. تلویزیون جهانی ژاپنی زبان ان.اچ. کی، به صورت ۲۴ ساعته، برای مخاطبان ژاپنی زبان خارج از این کشور، در قبال دریافت حق اشتراک، فیلم و سریال، برنامه‌های کودک، ورزشی و فرهنگی پخش می‌کند. این شبکه در ۱۰۷ کشور و منطقه دنیا دریافت می‌شود. شبکه ان.اچ. کی جهانی تقریباً در تمام قاره‌ها و مناطق جهان، بیننده و پوشش دارد.

## ۲-۴-۳- رادیو جهانی ژاپن

پخش برنامه‌های رادیویی بخش جهانی ان.اچ. کی (رادیو ژاپن) در مقایسه با برنامه‌های تلویزیونی آن از تنوع زبانی و جغرافیایی و نیز سابقه بیشتری برخوردار است. رادیو ژاپن در سال ۱۹۳۵ پخش برنامه‌های موج کوتاه برون‌مرزی را به دو زبان ژاپنی و انگلیسی برای هاوایی و بخش‌های غربی آمریکای شمالی آغاز کرد (NHK world, 2016). در سال ۱۹۳۷ برنامه‌های رادیویی موج کوتاه رادیو ژاپن به زبان‌های آلمانی و فرانسه راه اندازی شد. در سال ۱۹۴۱ و در بحبوحه جنگ جهانی دوم، پخش برنامه‌های برون‌مرزی به نحو قابل توجهی گسترش یافت. مجموع مدت پخش این برنامه‌ها به ۳۲ ساعت و ۵۵ دقیقه در شبانه‌روز و تنوع آن به ۱۶ زبان رسید. در سال ۱۹۴۴ نیز پخش برنامه‌ها به زبان فارسی آغاز شد اما در سال ۱۹۴۵ و در پی شکست ژاپن در جنگ جهانی دوم، کلیه برنامه‌های رادیویی برون‌مرزی، به دستور قوای اشغالگر، قطع شد. پس از بازگشت مجدد اداره کشور به ژاپنی‌ها (از سال ۱۹۵۲) رادیو ژاپن دوباره پخش برنامه‌های برون‌مرزی خود را یکی پس از دیگری برقرار کرد.

در حال حاضر رادیو ژاپن به ۱۸ زبان گوناگون، برنامه پخش می‌کند. مدت زمان پخش برنامه به هر زبانی متفاوت است اما در کل، روزانه ۶۴ ساعت و ۳۰ دقیقه برنامه پخش می‌شود. این برنامه‌ها شامل اخبار، برنامه‌های مستند رادیویی و آموزش زبان ژاپنی است که از طریق ماهواره، امواج کوتاه، متوسط، اف. ام، اینترنت و تلفن همراه قابل دریافت است. ژاپنی، فارسی، انگلیسی، عربی، بنگالا، برمه‌ای، چینی، فرانسه، هندی،

1. NHK WORLD PREMIUM

2. NHK WORLD RADIO JAPAN

کره‌ای، اندونزیایی، پرتغالی، روسی، اسپانیولی، تایلندی، اردو، ویتنامی و سواحیلی زبان‌هایی است که رادیو ژاپن به آن زبان، برنامه پخش می‌کند. معرفی فرهنگ و فناوری ژاپن و زبان ژاپنی بخش عمده‌ای از برنامه‌های رادیوهای خارجی ان. اچ. کی را شامل می‌شود. برنامه‌های سیاسی کمترین اولویت را در این بین به خود اختصاص داده‌اند. برخلاف رسانه‌های وابسته به برخی کشورهای غربی، رسانه‌های برون‌مرزی ژاپن تاکنون بیشتر از آنکه در پی تأثیرگذاری بر سیر تحولات سیاسی در جوامع هدف باشند، محتوای آنها، عمدتاً معطوف به معرفی جامعه، فرهنگ، فناوری و اقتصاد ژاپن بوده است.

برنامه‌سازی در رادیوهای خارجی ان. اچ. کی، عمدتاً متمرکز انجام می‌شود. به‌عنوان مثال مشاهدات عینی نگارنده حاکی است که کل بخش فارسی و عربی ان. اچ. کی (از نظر فیزیکی) به یک میز در گوشه‌ای از سالن تحریریه رادیوهای خارجی ان. اچ. کی خلاصه می‌شود. در راس برنامه‌های هر زبان، یک سردبیر ژاپنی منصوب شده است که به زبان برنامه آشنا است. برنامه‌ها از نظر ارائه طرح برنامه یا تغییر در محتوای آن استقلال ندارند و الزاماً موظف به استفاده از محتوای ارائه شده از سوی واحد تامین محتوا هستند. محتوا ابتدا به ژاپنی نگارش و سپس به زبان انگلیسی برگردانده می‌شود و مترجمان هر برنامه ان. اچ. کی باید عیناً مطالب را از زبان انگلیسی به زبان برنامه خود برگردانند. لذا عمدتاً نیروهای مسلط به زبان انگلیسی در بخش رادیوهای خارجی ان. اچ. کی جذب شده‌اند.

#### ۲-۴-۳-۱- بخش فارسی رادیو ژاپن

رادیو ژاپن در زمان جنگ جهانی دوم برای مدت کوتاهی برنامه‌ای به زبان فارسی پخش می‌کرد. با شکست ژاپن در جنگ، کلیه برنامه‌های موج کوتاه ژاپن به دستور قوای اشغالگر قطع شدند؛ ولی دوره جدید برنامه‌های فارسی این رادیو از سال ۱۹۹۱ آغاز به کار کرد. بخش فارسی رادیو ژاپن در حال حاضر، سه نوبت در روز، برای فارسی‌زبانان سراسر جهان به ویژه در ایران، افغانستان و تاجیکستان خبر و برنامه‌های گوناگون پخش می‌کند. صدای این رادیو از طریق اینترنت و اپلیکیشن تلفن‌های همراه و در منطقه غرب آسیا و شمال آفریقا از طریق موج کوتاه و موج متوسط قابل دریافت است. علاوه بر این، برنامه‌های بخش فارسی رادیو ژاپن روی ماهواره‌های IS-20، IS-19، IS-21، عرب‌ست، بدر و هات‌برد نیز پخش می‌شود. گفتنی است در شهرهای هرات و کابل،

پایتخت افغانستان، رادیو محلی امید، برنامه‌های رادیو ژاپن را رله می‌کند. برنامه‌های این رادیو برای کشور تاجیکستان نیز از طریق موج متوسط نیز پخش می‌شود. نکته قابل توجه درباره بخش فارسی ان.اچ. کی، به‌کارگیری برنامه‌سازان و روزنامه‌نگاران با تجربه است. به‌عنوان مثال نازآفرین میرزاخلیلی، از تهیه‌کنندگان معاونت صدای سازمان صداوسیما، افشین والی‌نژاد، عکاس خبری و خبرنگار سابق آسوشیتدپرس در تهران و مظفر شافعی، گوینده سابق بی‌بی‌سی فارسی، از برنامه‌سازان بخش فارسی ان.اچ. کی بوده‌اند. البته ساختار متمرکز برنامه‌ها و عدم استقلال برنامه‌سازان باعث کاهش انگیزه حرفه‌ای آنان برای ادامه کار در ان.اچ. کی شده است. بخش فارسی رادیو ژاپن، وب‌سایتی فعال و حرفه‌ای دارد (سایت فارسی ان.اچ. کی، ۲۰۱۶). اخبار و مطالب این وب‌سایت، روزانه در دو نوبت به‌روزرسانی می‌شوند. در مدت ده روزه رصد و بررسی اخبار رادیو و وب‌سایت بخش فارسی، اولویت پوشش اخبار به ترتیب مربوط به تحولات ژاپن، آسیا، روابط ایران و ژاپن، اقتصاد جهانی و رویدادهای مهم جهانی بوده است. ارائه تحلیل در میان برنامه‌های خبری و وب‌سایت بخش فارسی، به صورت مستقیم جایگاهی ندارد. همچنین کلیه برنامه‌های تولیدی، پس از پخش از رادیو از طریق وب‌سایت قابل شنود است. اطلاعات مورد نیاز مخاطب در مورد جدول برنامه‌های آتی و در حال پخش، فرکانس‌ها و راه‌های ارتباطی مخاطبان با برنامه در وب‌سایت در دسترس است.

## ۲-۴-۴- آموزش زبان ژاپنی در رادیوهای برون‌مرزی ان.اچ. کی

در کلیه بخش‌های رادیو ژاپن از جمله بخش فارسی، به آموزش زبان ژاپنی به صورت چندرسانه‌ای توجه ویژه‌ای شده است (سایت فارسی ان.اچ. کی، ۲۰۱۶). محتوای آموزشی این بخش، شامل رسم‌الخط، مکالمه، دستور زبان، آواشناسی، راهنما و پاسخ به سوالات بسیار حرفه‌ای است که بر اساس روش‌های جدید آموزش زبان تهیه شده است. طبق اعلام وب‌سایت ان.اچ. کی، اساتید دانشگاه، نظارت و ویرایش برنامه «مکالمه ساده زبان ژاپنی» را بر عهده داشته‌اند. کلیه دروس آموزش زبان ژاپنی در وب‌سایت آرشیو شده و قابل دانلود هستند. علاوه بر این، صفحه اخبار ساده به ژاپنی برای غیر ژاپنی‌ها و ژاپنی‌آموزان، راه‌اندازی شده است. اصطلاحات و واژه‌های مورد استفاده در این بخش، ساده و قابل فهم است.

## ۲-۴-۵- خدمات اینترنتی ان.اچ. کی جهانی

ان.اچ. کی با شعار «نزدیک به شما، در هر جا، در هر زمان» خدمات اینترنتی به ۱۸ زبان ارائه می‌نماید. پایگاه‌های اینترنتی NHK WORLD به این ۱۸ زبان، خدمات گوناگونی از قبیل اخبار مکتوب، تصویری و صوتی، خدمات خبری برای تلفن‌های همراه و نیز خدمات چندرسانه‌ای آموزش زبان ژاپنی ارائه می‌کنند. فایل‌های صوتی مربوط به خبر و سایر برنامه‌ها نیز قابل دریافت هستند. لازم به ذکر است که خدمات اینترنتی متفاوتی ارائه می‌گردد که نحوه ارائه این خدمات به زبان پخش برنامه‌ها، بستگی دارد. فرم، رنگ، طراحی و گرافیک وبسایت‌های وابسته به بخش جهانی ان.اچ. کی یکسان است. اخبار و مطالب همه بخش‌های رادیو ژاپن حتی در تصاویر مورد استفاده، در مقطع مورد ارزیابی، همواره یکسان و یکپارچه بود. گردانندگان برنامه‌ها، اصولاً در پوشش خبری خود، برای تحولات داخلی مناطق هدف خود، اولویت قائل نیستند. در این میان تنها وبسایت مشترک تلویزیون و رادیو انگلیسی از نظر طراحی و نوع پوشش خبری با دیگر وبسایت‌ها تفاوت دارد (NHK WORLD SITE, 2016).

وبسایت ان.اچ. کی ورلد همچنین اپلیکیشن رایگانی برای IOS و گوشی‌های تلفن همراه Android، عرضه کرده است که کاربران با آن می‌توانند برنامه‌های ان.اچ. کی ورلد (رادیو ژاپن) را به طور زنده و یا به صورت کلیپ‌های صوتی به ۱۷ زبان بشنوند. کاربران با این اپلیکیشن همچنین می‌توانند تازه‌ترین خبرهای ان.اچ. کی ورلد را به ۱۴ زبان عربی، بنگالی، چینی، انگلیسی، فرانسوی، اندونزیایی، کره‌ای، فارسی، پرتغالی، روسی، اسپانیایی، تایلندی، اردو و ویتنامی بخوانند. از نظر فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، در حال حاضر (۲۰۱۸ م) فقط بخش انگلیسی (رادیو و تلویزیون) صفحات فیس‌بوک و توئیتر دارد.<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> <https://www.facebook.com/nhkworld>

### ۳- خبرگزاری‌های بین‌المللی ژاپن

#### ۳-۱- خبرگزاری کیودو

خبرگزاری کیودو<sup>۱</sup> شرکتی غیردولتی و غیرانتفاعی است که در نوامبر ۱۹۴۵ در توکیو تأسیس شد. سهامداران آن پانزده روزنامه عمده و معتبر ژاپنی از جمله یومی اوری، آساهی، ماینچی و سانکی و سازمان رادیوتلوویزیون ژاپن NHK هستند و ۱۸۵۰ کارمند دارد که بیش از هزار نفر از آن‌ها را اعضای تحریریه و خبرنگاران تشکیل می‌دهند. کیودو ۵۳ دفتر در داخل ژاپن و ۴۱ دفتر در خارج از کشور از جمله در ایران (تهران) دارد. کیودو به غیر از ژاپنی به زبان‌های انگلیسی، چینی و کره‌ای نیز خبر منتشر می‌کند (kyodonews.jp, 2018).

#### ۳-۲- خبرگزاری جی‌جی‌پرس

این خبرگزاری<sup>۲</sup> در نوامبر سال ۱۹۴۵ بنیان گذاشته شد. جی‌جی‌پرس ۸۲ شعبه در داخل ژاپن و ۲۹ دفتر در خارج از این کشور دارد و به ژاپنی و اسپانیولی خبر منتشر می‌کند. سهامداران آن نیز روزنامه‌نگاران فعال در رسانه‌های گوناگون هستند (Jiji, 2016).

#### ۴- حمایت دولتی از رسانه برون‌مرزی ژاپن

وزیر امور داخلی و ارتباطات ژاپن در بودجه سال ۲۰۱۴، ان.اچ. کی، نظر خود را درباره تقویت انتشار اطلاعات به خارج از ژاپن از طریق ارتقای پخش برنامه‌های برون‌مرزی این گونه تبیین کرده است: «امروزه، انتقال صحیح سیاست‌های مهم کشور، دیدگاه عمومی درباره مسائل بین‌المللی و نیز تحرک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورمان، اهمیتی بیش از پیش یافته است. با عنایت به این وضعیت، برای این که کشور ما به خوبی شناخته شود و در تعاملات بین‌المللی و همچنین در پیشبرد راهبرد توسعه مشارکت کند، باید برای تقویت و ارتقای پخش برون‌مرزی برنامه‌ریزی شود. به‌ویژه، درباره شبکه تلویزیونی برون‌مرزی NHK WORLD TV، برای افزایش بینندگان و ضریب نفوذ بخش برون‌مرزی در داخل و خارج از ژاپن باید برنامه‌های خبری یا برنامه‌هایی را که جاذبه‌ها

۱. 同盟通信社

۲. 時事通信社



و وضعیت واقعی کشور و منطقه را نشان می‌دهد، ارتقا داد. پوشش و دریافت امواج را اصلاح کرد و تبلیغات موثر میدانی مبتنی بر تحقیقات متقن و تحلیل را پیش برد و برای ارتقای بهره‌گیری از اینترنت و برای گسترش فرصت‌های تماشای برنامه‌ها در داخل کشور، برنامه‌ریزی نمود» (سازمان پخش رادیوتلوویزیونی ژاپن ان.اچ.کی، ۲۰۱۶).

همچنین در اصلاحیه قانون پخش مصوب ژوئن ۲۰۱۴ مجلس نمایندگان ژاپن در بخش مربوط به سرویس جهانی ان.اچ.کی، اعلام کرد: «از آنجا که الزاماً نمی‌توان ادعا کرد در هر نقطه‌ای از جهان ضریب نفوذ تلویزیون بین‌المللی سازمان ان.اچ.کی NHK WORLD TV در وضعیت مطلوب قرار دارد، سازمان باید برای ارتقای کیفیت برنامه‌های بخش بین‌المللی، به منظور افزایش ضریب نفوذ آن، همت گمارد. همچنین دولت باید از این سازمان (ان.اچ.کی) در گسترش محیط دریافت امواج در خارج از ژاپن و تقویت انتشار اطلاعات کشور، حمایت کند».

حمایت قانونی از ارتقا و گسترش بخش برون‌مرزی ان.اچ.کی، با همین مضمون در مصوبه مجلس مشاوران (سنا) ژاپن نیز مشاهده می‌شود. با توجه به این که شهر توکیو، پایتخت ژاپن، میزبان المپیک تابستانی ۲۰۲۰ خواهد بود، دولت این کشور، ماموریت ویژه‌ای بر عهده بخش جهانی ان.اچ.کی نهاده است. در متمم لایحه بودجه سال ۲۰۱۳ ان.اچ.کی که دولت تقدیم پارلمان کرد، سیاست ان.اچ.کی درباره المپیک توکیو این گونه تدوین شده است: «برای برگزاری موفقیت المپیک ۲۰۲۰، درک صحیح مردم کشورهای جهان، ورزشکاران و گردشگران از وضعیت کشور ژاپن (جاذبه‌های گردشگری، فرهنگ غذایی و...) و نیز سفر آسوده آنان به ژاپن اجتناب‌ناپذیر است. در راستای انتقال این گونه اطلاعات به مردم جهان از طریق تنها شبکه تلویزیونی بین‌المللی ژاپن برای خارجی‌ها که تقریباً کل جهان را پوشش می‌دهد، یعنی NHK WORLD TV، دولت از تبلیغات عمومی و ارتقای برنامه‌های فاخر حمایت می‌کند» (همان). بر اساس این هدف دو وظیفه مشخص یعنی پخش NHK WORLD TV از طریق تلویزیون‌های بزرگ هوشمند در فرودگاه‌های بین‌المللی در سراسر جهان و نیز ارتقای برنامه‌های خبری این شبکه بر عهده بخش جهانی ان.اچ.کی نهاده شده است.

جدول شماره ۴ روند تاریخی افزایش یارانه دولتی بخش جهانی ان.اچ.کی از ۱۹۵۱ تاکنون را نشان می‌دهد. بررسی ارقام این جدول نشان می‌دهد که بودجه این بخش،

یارانه دولتی اختصاص یافته به برنامه‌های برون‌مرزی و نیز نسبت بودجه بخش جهانی به بودجه کل ان.ا.ج. کی، پیوسته افزایش یافته است.  
جدول شماره ۴- الف) روند تاریخی افزایش یارانه دولتی بخش جهانی ان.ا.ج. کی از ۱۹۵۱ تا ۱۹۸۰ به واحد ین

سال	۱۹۵۱	۱۹۵۵	۱۹۶۰	۱۹۶۵	۱۹۷۰	۱۹۷۵	۱۹۸۰
بودجه کل (میلیارد ین)	۵۴۰۰ ۰۰۰	۱۰۲۰۰ ۰۰۰۰	۲۹۲۰ ۰۰۰	۶۹۲۰ ۰۰۰	۹۰۴۰۰ ۰۰۰۰	۱۲۹۶۰۰۰ ۰۰۰۰	۲۷۱۲۰۰۰ ۰۰۰۰
بودجه بخش جهانی (میلیون ین)	۱۰۰۰ ۰۰۰	۱۵۰۰۰ ۰۰۰	۴۵۰۰ ۰	۹۲۰۰ ۰	۱۲۱۰۰ ۰۰۰۰	۲۲۳۰۰۰۰ ۰۰۰	۳۵۵۰۰۰۰ ۰۰۰
یارانه بخش جهانی (میلیون ین)	۱۰۰۰ ۰۰۰	۸۰۰۰۰ ۰۰۰	۱۰۰۰ ۰	۱۳۰۰ ۰	۱۴۰۰۰ ۰۰۰	۳۴۰۰۰۰۰ ۰۰	۹۴۰۰۰۰۰ ۰۰
نسبت بوجه بخش جهانی به بودجه کل (درصد)	۰/۲۴	۱/۵	۱/۳	۱/۳	۱/۳	۱/۶	۱/۳

منبع: 平成26年8月 総務省

جدول شماره ۴- ب) روند تاریخی افزایش یارانه دولتی بخش جهانی ان.اچ. کی از ۱۹۸۵ تا ۲۰۱۴ به واحد ین

سال	۱۹۸۵	۱۹۹۰	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۱۰	۲۰۱۴
بودجه کل (میلیارد ین)	۳۳۸۰۰۰۰۰	۴۸۴۵۰۰۰۰	۵۷۰۷۰۰۰۰	۶۵۵۸۰۰۰۰	۶۷۸۶۰۰۰۰	۶۶۲۹۰۰۰۰
بودجه بخش جهانی (میلیون ین)	۴۸۲۰۰۰۰۰	۷۶۵۰۰۰۰۰	۱۱۴۶۰۰۰۰	۱۲۶۹۰۰۰۰	۱۷۵۴۰۰۰۰	۲۱۴۴۰۰۰۰
یارانه بخش جهانی (میلیون ین)	۱۲۴۰۰۰۰۰	۱۷۲۰۰۰۰۰	۱۸۷۰۰۰۰۰	۱۹۷۰۰۰۰۰	۳۴۱۰۰۰۰۰	۳۴۶۰۰۰۰۰
نسبت بودجه بخش جهانی به بودجه کل (در صد)	۱/۴	۱/۶	۱/۷	۱/۹	۲/۶	۳/۲

منبع: 平成26年8月 総務省

ان.اچ. کی بر اساس بند ۶۷ قانون پخش ژاپن، در سال ۲۰۱۵، تنها در قبال پخش برنامه‌های برون‌مرزی، بیش از سه و نیم میلیارد ین (معادل حدود ۳۰۲ میلیون دلار) از بخش عمومی (دولت مرکزی یا دولت‌های محلی) یارانه دریافت کرده است. این مبلغ در بودجه سال ۲۰۱۶ با اندکی افزایش به ۳۵۴۳۹۹۸۰۰۰ ین رسید.

جدول شماره ۵ نیز بودجه رادیو و تلویزیون برون‌مرزی ان.اچ. کی را در یک دوره ده ساله از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴م نشان می‌دهد (همان). علیرغم آن که یارانه دولت تنها در حدود نیم درصد از بودجه کل ان.اچ. کی را در این بازه زمانی پوشش داده است،

ولی بررسی‌ها نشان می‌دهد یارانه اختصاصی دولت به بخش برون‌مرزی، حدود ۲۰ درصد بودجه این بخش را تامین کرده است. بررسی ارقام این جدول همچنین حاکی است بودجه و یارانه رادیو برون‌مرزی به تدریج کاهش یافته اما بودجه و یارانه تلویزیون به تدریج افزایش یافته است.

جدول شماره ۵-الف) بودجه رادیو و تلویزیون برون‌مرزی ان.اچ. کی ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۰ (واحد: میلیارد ین)

سال	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰
بودجه رادیو	۸/۴۵	۷/۹۴	۷/۲۱	۷/۴	۶/۲۴	۶/۲۱
یارانه	۲/۲۷	۲/۲۶	۲/۱۶	۱/۸۱	۱/۰۵	۰/۹۵
بودجه تلویزیون	۲/۷	۳/۰۶	۴/۸۱	۷/۶۳	۱۰/۵۲	۱۱/۳۲
یارانه	-	-	۰/۳	۱/۵۲	۲/۴۵	۲/۴۵
بودجه برون‌مرزی	۱۱/۱	۱۱	۱۲	۱۵	۱۶/۷	۱۷/۵
یارانه	۲/۲۷	۲/۲۶	۲/۴۶	۳/۳۳	۳/۵	۳/۴

منبع: 平成26年8月 総務省

جدول شماره ۵-الف) بودجه رادیو و تلویزیون برون‌مرزی ان.اچ. کی ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴ (واحد: میلیارد ین)

سال	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	متمم ۲۰۱۳	۲۰۱۴
بودجه رادیو	۶/۰۲	۶/۰۶	۶/۲۳	-	۶/۳۷
یارانه	۰/۹۵	۰/۹۵	۰/۹۵	-	۰/۹۶
بودجه تلویزیون	۱۱/۶۵	۱۲/۷۵	۱۴/۲۷	-	۱۵/۰۷
یارانه	۲/۴۵	۲/۴۵	۲/۴۸	+۰/۵	۲/۴۹
بودجه برون‌مرزی	۱۷/۶	۱۸/۸	۲۰/۵	-	۲۱/۴
یارانه	۳/۴	۳/۴	۳/۴۳	+۰/۵	۳/۴۶

#### ۴-۱- حمایت فنی از رسانه‌های برون‌مرزی

شبکه تلویزیونی انگلیسی زبان ان.اچ. کی از اغلب ماهواره‌های اصلی و پرمخاطب دنیا پخش می‌شود. شایان ذکر است حمایت فنی دولت ژاپن از پخش برنامه‌های برون‌مرزی ان.اچ. کی را هم در تلویزیون و هم در رساندن صدای رادیوهای این بخش به نقاط مختلف جهان شاهدیم. امواج برنامه‌های رادیویی بخش جهانی ان.اچ. کی علاوه بر پخش مستقیم از فرستنده یاماتا در استان ایباراکی ژاپن، در کشورهای خارجی با بهره‌گیری از ۲۱ فرستنده رله می‌شود. در سال ۲۰۱۴م بودجه این بخش شش میلیارد و سیصد و هفتاد میلیون ین بود که نهمصد و شصت میلیون ین آن را کمک مستقیم بخش عمومی (دولت) تشکیل می‌داد. قابل ذکر است دولت ژاپن در قبال ارائه کمک‌های مالی مختلف به دولت افغانستان، توانسته است موافقت کابل را برای پخش برنامه‌های بخش فارسی

رادیو ژاپن در شهرهای کابل و هرات (از طریق امواج اف. ام) جلب کند. با توجه به در پیش بودن المپیک ۲۰۲۰ توکیو و بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در استان آیچی و در شهر ناگویا، بی‌شک در سال‌های پیش رو، دولت ژاپن حمایت‌های اقتصادی، حقوقی و فنی از بخش جهانی ان. اچ. کی را افزایش خواهد داد.

##### ۵- بررسی میزان و عوامل تأثیرگذاری بخش جهانی ان. اچ. کی

در سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۳ م یک نظرسنجی درباره ضریب نفوذ و تعداد مخاطبان شبکه تلویزیونی انگلیسی ان. اچ. کی در کشورهای انگلیس، فرانسه، کره جنوبی، ویتنام، سنگاپور، ترکیه، تایوان و شهرهای بانکوک (تایلند) و واشنگتن و نیویورک (آمریکا) انجام شد (وزارت امور داخلی و ارتباطات ژاپن، ۲۰۱۶). از حدود هزار نفر پرسش شونده مرد و زن در این کشورها که امکان دریافت برنامه‌های این شبکه از طریق کابل یا ماهواره را داشتند، خواسته شد که به دو پرسش پاسخ دهند:

۱- دانستن یا ندانستن نام «برند» شبکه‌های تلویزیونی بین‌المللی از جمله ان. اچ. کی جهانی، بی‌بی‌سی، سی‌سی‌تی‌وی چین، فرانس ۲۴، کی‌بی‌اس و آریران کره جنوبی و الجزیره؛

۲- از کسانی که نام هر شبکه را می‌دانستند، پرسیده شد آیا تاکنون آن شبکه را تماشا کرده اند یا نه؟

جدول شماره ۶ نتایج این نظرسنجی را درباره شبکه ان. اچ. کی نشان می‌دهد.

جدول شماره ۶- نتایج نظرسنجی در مورد شبکه ان. اچ. کی

کشور/ شهر	آشنایی با نام NHK WORLD TV (درصد)	تجربه تماشا (درصد)
انگلیس	۷,۸	۴,۵
واشنگتن	۱۰,۸	۷,۳
نیویورک	۸,۳	۴,۶
فرانسه	۸,۱	۴,۳

۶۳,۲	۶۹,۹	کره جنوبی
۴۹,۸	۵۹	تایوان
۱۷	۲۳	ویتنام
۲۸,۳	۳۹,۷	سنگاپور
۸,۲	۱۰,۸	بانکوک
۴,۴	۸,۹	ترکیه

منبع: 総務省：平成26年8月

پایگاه آکسای یکی از پایگاه‌های معتبر بین‌المللی در رصد و رتبه‌بندی وبسایت‌ها در جهان است (ALEXA, 2018). داده‌های پایگاه آکسای حاکی است که در سال ۲۰۱۸ وبسایت ان.اچ.کی، در ژاپن در جایگاه ۶۶ و در جهان در جایگاه ۸۲۹ قرار دارد. این جایگاه در مقایسه با بررسی مشابه نگارنده در سال ۲۰۱۶، نشان از کاهش رتبه وبسایت می‌دهد. حدود ۹۱ درصد بازدیدهای وبسایت ان.اچ.کی از ژاپن و تنها ۲,۶ درصد از چین و ۱,۴ درصد از آمریکا بوده است. هیچ کدام از وبسایت‌های ان.اچ.کی ورلد در میان لینک‌های پربازدید زیر مجموعه ان.اچ.کی قرار ندارند.

### نتیجه‌گیری

شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی ژاپن در چارچوب سازمان رادیو تلویزیون ژاپن (ان.اچ.کی) فعالیت می‌کنند. این سازمان، شبکه‌ای ملی و غیرتجاری است و دولت از طریق وزیر امور داخلی و ارتباطات و همچنین از طریق انتخاب اعضای هیات مدیره، مستقیماً بر مدیریت، بودجه و برنامه‌های آن نظارت می‌کند. ان.اچ.کی، آگهی بازرگانی پخش نمی‌کند و بودجه آن تنها از دریافت حق اشتراک، یارانه بخش عمومی (دولت یا حکومت‌های محلی)، فروش محصولات و ارائه خدمات رسانه‌ای تامین می‌شود. بخش جهانی ان.اچ.کی، به زبان‌های انگلیسی و ژاپنی برنامه‌های تلویزیونی و به ۱۸ زبان، از جمله فارسی، برنامه‌های رادیویی و خدمات اینترنتی ارائه می‌دهد. تلویزیون برون‌مرزی

انگلیسی زبان ان.اچ. کی، اعلام کرده است ۲۸۰ میلیون خانوار در سراسر جهان برنامه‌های آن را تماشا می‌کنند. این شبکه ۲۴ ساعته در راس هر ساعت اخبار پخش می‌کند. اخبار آن بر تحولات ژاپن، آسیا و موضوعات اقتصادی متمرکز است. برنامه‌های مستند کوتاه در معرفی فرهنگ، فناوری و گردشگری نیز از این شبکه پخش می‌شود. برنامه‌های این شبکه بر مبنای معیارهای هنری و فنی، تولید و پخش می‌شوند. معرفی فرهنگ و فناوری ژاپن و آموزش زبان ژاپنی بخش عمده‌ای از برنامه‌های رادیوهای خارجی ان.اچ. کی را تشکیل می‌دهد. برنامه‌های سیاسی و تحلیل و تفسیر کمترین اولویت را در این بین به خود اختصاص داده است. اغلب یارانه دولتی اختصاص یافته به ان.اچ. کی، مشخصاً صرف هزینه‌های بخش برون‌مرزی شده است. دولت علاوه بر حمایت مستقیم مالی، از طریق تقدیم لوایح به دو مجلس ژاپن، در مقاطع مختلف حمایت حقوقی و قانونی از تقویت برنامه‌های برون‌مرزی را در دستور کار خود قرار داده است. ضریب نفوذ و پوشش تلویزیون برون‌مرزی ژاپن از طریق ارتقای کیفیت پخش زنده اینترنتی، به‌کارگیری اغلب ماهواره‌های پرمخاطب و در دسترس مخاطبان، تلویزیون‌های کابلی و نیز نصب تلویزیون‌های بزرگ هوشمند در فرودگاه‌های بین‌المللی در سراسر دنیا، همواره گسترش یافته است (NHK ONLINE, 2018).

همچنین با پشتیبانی دیپلماتیک دولت، شرایط رله برنامه‌های رادیویی برون‌مرزی در سراسر جهان فراهم شده است. با توجه به در پیش بودن المپیک ۲۰۲۰ توکیو و بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در استان آیچی و شهر ناگويا، بی‌شک در سال‌های پیش رو، دولت ژاپن حمایت‌های اقتصادی، حقوقی و فنی از بخش جهانی ان.اچ. کی را افزایش خواهد داد. نظرسنجی در کشورهای مختلف حاکی است شبکه تلویزیونی انگلیسی ان.اچ. کی، در کشورهای شرق آسیا موفق عمل کرده و توانسته است نام خود را در ذهن بینندگان تثبیت نماید اما این شبکه در غرب آسیا، اروپا و آمریکای شمالی به علت نوپا بودن برای رقابت با شبکه‌های نام آشنا همچون بی‌بی‌سی، سی‌ان‌ان، فرانس ۲۴ و الجزیره، راهی دراز در



پیش دارد. جذب برنامه‌سازان و روزنامه‌نگاران مجرب، وبسایت یکپارچه و حرفه‌ای، آموزش چند رسانه‌ای زبان ژاپنی و معرفی جنبه‌های مختلف فرهنگ و فناوری ژاپن از نقاط قوت بخش‌های مختلف رادیو ژاپن محسوب می‌گردد. ساختار متمرکز برنامه‌سازی و ترجمه‌محوری از نقاط ضعف برنامه‌های رادیویی در رادیو ژاپن است. علاوه بر این، به استثنای بخش انگلیسی زبان، سرویس جهانی ان.اچ. کی تاکنون (۲۰۱۸م) به صورت جدی، به رسانه‌های اجتماعی نوین ورود نکرده است.

### محورها و پیشنهادهای رسانه‌ای

- ۱- در ژاپن، دولت‌ها بیشتر از رسانه برون‌مرزی حمایت می‌کنند تا شبکه‌های داخلی؛ به ویژه آنکه یارانه دولتی فقط در اختیار بخش جهانی ان اچ کی قرار می‌گیرد. شبکه‌های رادیو-تلویزیونی داخلی به علت آنکه توان تامین بودجه خود را از محل فروش تولیدات و سایر منبع دارند، به صورت ویژه کمک دولتی دریافت نمی‌کنند. این استدلال در مورد شبکه‌های برون‌مرزی ایران نیز می‌تواند مصداق داشته باشد. به نظر می‌رسد از آنجا که شبکه‌های برون‌مرزی رسانه ملی در مقایسه با شبکه‌های داخلی، از امکانات و زمینه‌های کمتری برای کسب درآمدهای پخش آگهی بازرگانی و سایر عواید برخوردارند، از نظر بودجه، نیازمند توجه بیشتر می‌باشند.
- ۲- دستگاه دیپلماسی ژاپن با رایزنی با کشورهای مختلف، امکان تاسیس دفاتر محلی، پخش ماهواره‌ای و کابلی و رله برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی ان اچ کی از طریق ایستگاه‌های محلی را در مناطق مختلف فراهم ساخته است. لذا برای برون‌مرزی رسانه ملی نیز، در رقابت با شبکه‌های قدرتمند جهانی و منطقه‌ای، برخورداری از حمایت دستگاه‌های مسئول فرهنگی و سیاست خارجی ضروری به نظر می‌رسد.
- ۳- بخش جهانی ان اچ کی، بسیاری از فعالان رسانه، روزنامه‌نگاران و برنامه‌سازان برجسته خارجی را جذب نموده است. ملاک استخدام این افراد، در درجه اول توانمندی ژورنالیستی آنان بوده است نه تسلط بر زبان ژاپنی. این تجربه در شبکه‌های برون‌مرزی رسانه ملی نیز می‌تواند مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

۴- دولت و پارلمان ژاپن در راستای پشتیبانی رسانه‌ای، اجرای رویدادهای مهم آتی-المپیک و پارالمپیک ۲۰۲۰ توکیو، اکسپو ۲۰۲۶ اوساکا و...- مشخصاً بودجه‌ای را برای بخش جهانی ان اچ کی به تصویب می‌رساند. همین رویکرد می‌تواند مدنظر سیاستگذاران رویدادهای ملی و بین‌المللی در کشورمان قرار گیرد.

۵- یکی از بخش‌های مهم تمام شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی بخش جهانی ان اچ کی، «آموزش زبان ژاپنی» می‌باشد. از این رو، علیرغم گام‌های مهمی که برای آموزش زبان فارسی در رسانه‌های برون‌مرزی برداشته شده است، لازم است بودجه ویژه‌ای از سوی ارگان‌های ذیربط در اختیار برون‌مرزی سازمان قرار گیرد تا زبان فارسی که زبان دوم جهان اسلام و پیوند دهنده ملت‌های واقع شده در حوزه تمدن ایرانی-اسلامی است، هرچه بیشتر و جذاب‌تر از سوی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و وب سایت‌های برون‌مرزی رسانه ملی برای مخاطبان جهانی آموزش داده شود.

#### منابع

- حسینی، سیدمحمد (۱۳۹۲)، «رسانه‌های دیداری و شنیداری ژاپن»، تهران: مرکز امور بین‌الملل سازمان صداوسیما.
- ساکای (۱۳۹۰)، مصاحبه با ساکای، مسئول بخش اخبار حوادث غیرمترقبه در واحد اخبار ان.اچ.کی.
- قرقانی، ولی‌اله (۱۳۹۰)، کارگاه معرفی ان.اچ.کی، توکیو.
- سایت فارسی ان.اچ.کی ورلد (۲۰۱۶)، «مکالمه ساده به زبان ژاپنی»، قابل دسترسی در:  
<https://www.nhk.or.jp/lesson/persian>
- سایت فارسی ان.اچ.کی (۲۰۱۶)، «درباره ان.اچ.کی»، قابل دسترسی در:  
<https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/fa/aboutnhk/>
- سایت فارسی ان.اچ.کی (۲۰۱۶)، سازمان پخش رادیو تلویزیونی ژاپن، قابل دسترسی در:

<https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/fa/>

- سورین ورنر، تانکارد جیمز (۱۳۸۲)، «نظریه‌های ارتباطات»، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

- قرقانی، ولی‌اله (۱۳۹۳)، «مدیریت بحران در رسانه‌های ژاپن: مطالعه موردی مواجهه رادیو-تلویزیون ملی ژاپن NHK با زمین لرزه، سونامی و فاجعه اتمی توهوکو در مارس ۲۰۱۱م»، سمینار کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور واحد تهران غرب.

#### منابع انگلیسی

- **Alexa** (2018), available at: <http://www.alexa.com/about>
- International Monetary Fund (2018), Retrieved Dec 7, 2018 from: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/01/weo/data/index.aspx>
- **Kyodo news site** (2018), about us , available at: <http://english.kyodonews.jp>
- News Web Easy (2018), available at: <http://www3.nhk.or.jp/news/easy>
- **Nhk noline** (2018), corporate overview Available at: <http://www.nhk.or.jp/corporateinfo/english/corporate/index.html>
- **Nhk online** (2018), available at: <http://www.nhk.or.jp>
- **Nhk world site** (2018), available at: <https://www3.nhk.or.jp/nhkworld>
- **Nhk world** (2018), 80 years of nhk world 1935-2015 available at: <https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/en/chronology>
- Nye, Jr., Joseph S. (2003, Jan. 10), “**Propaganda Isn’t the Way: Soft Power**”, The International Herald Tribune.
- Shimizu, shinichi (1997), “**japan: public broadcasting as a national project**”.
- Yahoo japan (2018), available at: <http://info.finance.yahoo.co.jp/fx/convert/?a=1>

### منابع ژاپنی

- 日本経済新聞のウェブサイト(2018).available at:  
<https://www.nikkei.com/>
- 国際放送の現状 (2018). available at:  
[http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000313028.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000313028.pdf)
- MIC総務相 (2018), available at: <http://www.soumu.go.jp>
- MIC総務相・国際放送の現状 (2018), available at:  
[http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000313028.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000313028.pdf)
- 時事通信社(2018), available at: <http://www.jiji.com>

