

Praktisk

Vi var i alt 8 praktikanter fra forskellige afdelinger i DR, som sammen tog på studietur til Japan i januar 2018.



(højhastighedstog). Dog skal man lige være opmærksom på, at der er nogle metrolinjer i Tokyo, som passet ikke gælder til.

Seks af os fløj med Aeroflot fra København og mellemlandede i Moskva. To af os fløj med KLM over Amsterdam. Normalt koster en flybillet op til 6000 kr., men vi gav ca. 3600 tur/retur. Vi bookede hotel via en bekendts onkel i Tokyo – Hotel Tateshina. Det var nemt og meget centralt og også billigt i forhold til resten af markedet.

Vi købte et Japan Rail Pass. Det svarer til, at man køber et syv-dages kort til brug af alle DSB's tog. Det blev således vores transportmiddel både i Tokyo og til og fra Kyoto og Hiroshima med Shinkansen

Turen var støttet af afdelingen, DJ og studenterforeningen KaJ/Andrea.

Tokyo FM

Tokyo FM er en privatejet radiostation under Japan FM. Radiostationen er den største i Tokyo, men hvor mange lyttere de så har, opgør de ikke.

Den er ikke på DR niveau med egen radioapp, og derfor lytter man til radiostationen ved hjælp af tjenesten Tunein, som også studenterradioer i Danmark bruger.

I forhold til andre medier, så er Tokyo FM temmelig international. Flere af deres programmer er på engelsk, eller er lavet med en oversætter ved siden af.

Det var også tilfældet på det program, hvor vi var gæster. Vi gæstede et radioprogram med to værter, der ikke var journalister. Den ene var en ung fyr i 30'erne, og han arbejder med musik til daglig. Den anden, en kvinde, var redaktør på et modemagasin. Hun talte ikke engelsk, men kunne oversætte til mandarin og selvfølgelig snakke japansk. Den mandlige vært talte flydende engelsk og oversatte alt, hvad vi sagde, til kvinden og selvfølgelig lytterne. Det var noget af et set-up, men fordi præmissen og visionen for Tokyo FM er at være international, så var det ikke unormalt hos dem.



Deres program er båret af at have gæster med, ligesom størstedelen af deres programmer var. De vil især gerne have kendte mennesker og musikere med i radioen, for de ved, det er det, lytterne efterspørger.

Når man spørger til seer- og lyttertal, så er det enten noget de ikke vil dele, eller også noget de oprigtigt ikke opgør, som vi gør. Kvinden vi talte med vidste i hvert fald ikke, hvor mange, der lytter til kanalen. Men ikke desto mindre kunne vores rundviser fortælle os, at deres mest lyttede program var i hverdagene fra 22-23, fordi det var her, de unge var færdige med lektier og skole, og så havde tid til at høre musik i radioen. De spiller mere internationalt musik end andre radiostationer i landet, men da folk i Japan – ligesom os danskere, vel – godt kan lide at høre lokal musik, så spiller de selvfølgelig også det.

Hos Tokyo FM er der musikprogrammer, rejseprogrammer, kultur og livsstilsprogrammer. Men det, der mangler på listen, er nyheder. Så man kan formentlig sammenligne kanalen med danske Nova FM.

En pudsig ting ved Japan er, at de stadig i meget høj grad lytter og køber CD'er, og derfor er der endnu ikke et lignende system som KODA i Japan. Selve streamingen af musik – ulovligt – er slet ikke brudt igennem i Japan, fordi folk simpelthen er for lovlidige.

Derfor studsede værterne en del over, at vi unge i Danmark bruger Spotify og andre musikstreamingtjenester. Det er de nemlig slet ikke nået til endnu – de køber jo bare CD'erne. Så selvom landet på mange måder har nået milepæle hvad angår robotteknologi, så går folk simpelthen stadig ind og køber CD'er.

Det betyder, at deres underlægning i programmerne stadig spilles med en CD.

Udstyret er fra Studer og alt styres ude ved produceren. De har kun én pult, og værterne har ikke andet end mikrofoner og nogle papirer i studiet.

Alligevel bliver det hele styret af forholdsvis mange mennesker. To mænd er ude ved pulten, hvor alle fire mikrofoner er valgt ind. Her bliver lydniveauerne kontrolleret til punkt og prik af en ældre herre. Han var én ud af omkring kun 120 fastansatte på Tokyo FM. Alle andre er freelancere.

Ved siden af sad en producer, som styrede flow og spørgsmålene. Det var samtidig ham, der sørgede for at sætte musik og underlægning på fra CD'erne. Det var også ham, som kom med input, hvis værterne skulle skifte spor eller spørge om noget.

I selve studiet sad de to værter og en "director". Jeg vil sammenligne ham med en redaktionsleder, men hvad hans funktion er, kan jeg ikke svare på. Han sagde ikke et kvæk i studiet. Han lyttede, men sagde eller gjorde ikke noget.

De har både en Facebook og en Instagram profil, og formentlig også andre japanske, sociale medier, vi ikke kender til. Men de bruger det ikke helt på samme måde, som DR gør. Igen kan vi sammenligne med Nova. Lægger de noget op på facebook, så er det opslag ala:

"den her kendte person kommer forbi Tokyo FM i dag. Lyt programmet..." med et tilhørende billede. I modsætning til deres internationale linje, så er deres facebookside på japansk og ikke særlig internationalt. Hvorfor? Det er et fåtal af dem, der alligevel taler engelsk. Selv på en international radiostation som Tokyo FM.

NHK (og Japans pressefrihed)

NHK er Japans svar på DR. Størrelsesmæssigt er NKH dog en del større og har over 10.200 ansatte. De beskriver sig selv som: *Unbiased and Impartial, Accurate and Fair*.

Til trods for NHK's slogan, kom Japan alligevel i den kedelige ende på 2016-listen over, hvor uafhængig pressen er. Ifølge Reporters Without Borders er Japan nummer 72 ud af i alt 180 lande. I 2016 faldt Japan faktisk 11 numre ned på listen, selvom de for seks år siden var nummer 11 i verden. Samme historie gør sig gældende i flere asiatiske lande.

Der er flere forskellige grunde til, hvorfor Japans pressefrihed er faldet så drastisk de sidste par år. Her er blot nogle af dem:

NHK har tidligere været ledet af en god ven til landets premierminister. Det betød, at han endda offentligt proklamerede, at NHK ikke skulle afvige fra at rapportere i favør til regeringens holdninger. Og for cirka tre år siden kom regeringen igennem med en lov, der forhindrer statshemmeligheder at nå til Kina eller Rusland. Værktøjet var, at journalister og bloggere kunne blive fængslet for op til fem år, hvis de stiller spørgsmål til statshemmeligheder, selv hvis de ikke aner, at de spørger til en. Hvis du er interesseret i flere forklaringer, ligger der analyser og forklaringer på diverse amerikanske online aviser, der har omtalt Reporters Without Borders.

Selvom Japan kan synes som et lille land, så har landet over 125 millioner indbyggere. Derfor råder NHK også over 54 stationer. De laver både radio og TV – og selvfølgelig web, med et væld af forskellige programtyper på diverse platforme.

Underholdning på NHK

Vi besøgte studiet til NHKs morgenprogram Asaichi. Morgenprogrammet er Tokyos pendant til Aftenshowet - det foregår bare om morgenen. Programmet har to mænd og en enkelt kvinde som vært, og målgruppen er kvinder i 30+ alderen. Alt i studiet er nøje tilrettelagt efter, at det er kvinder, der er målgruppen. De tre farver, der dominerer studiet, er således lyserød, gul og blå. Rundt omkring i studiet hænger der køkkenudstyr, blomster og vejskilte. Asaichis studie er et af de eneste af NHK's studier, som ikke skifter fra dag til dag. I stedet er studiet kun booket til det enkelte programmet, da det er så populært og kræver mange rekvisitter. Ifølge NHK selv er emnerne i programmet skræddersyet til målgruppen. Da det er den japanske kvinde i 30-årsalderen, er emnerne i programmet typisk madlavning, børn eller aktuelle, bløde nyheder. Asaichi har desuden ofte kendte gæster i studiet.

Udover Asaichi er der flere underholdningsprogrammer til forskellige målgrupper. Noget, der adskiller sig fra DRs programflade, er NHK's børne- og ungdomsprogrammer. Udover, at der selvfølgelig er underholdning på programmet, så er uddannelse højt placeret i "programslottet". Der er således programmer, som lærer de unge at tale fremmedsprog, på både TV og radio. TV kanalen "Educational TV" er således målrettet unge og børn, der vil lære. Vigtigheden af undervisning kommer især til udtryk, når man kigger på programslottet på ugentlig basis. Her er over 110 timer programmeret til uddannelse på kanalen, mens nyheder fylder 4 timer på en uge i 'Educational TV'. Ydermere er der også 'Educational Radio' på kanalen Radio 2. Denne kanal har et ry som værende Japans ældste undervisende radiokanal. Programmerne på Radio 2 fokuserer primært på sproglæring og undervisning i kultur, business og velfærd.

Men der findes også andet end undervisende programmer på NHK. På radiostationen FM er kun 10 timer afsat til undervisning på en uge. Til gengæld er der afsat 70 timer til kulturprogrammer og 63 timer til underholdning. FM er primært for musikelskere og spiller alt fra pop til klassisk.

Vi besøgte NHK Studio Park under vores besøg i Japan. NHK Studio Park ligger ved NHK's hovedkvarter i Tokyo, og den har cirka 550.000 besøgende om året. Lige nu fokuserer parken meget på, at NHK's tv-kanaler snart får 8K Super Hi-Vision, hvilket er revolutionerende for kvaliteten af billedet på skærmen. På museet har man desuden mulighed for at give sig i kast med at være nyheds- eller vejrrporter, og man kan spille spil eller tale med NHK's trofaste maskot Domo.

Nyheder på NHK

NHK producerer ifølge dem selv en fair, upartisk nyhedsdækning af høj kvalitet. Den primære nyhedsproduktion foregår i NHK's hovedkvarter i Tokyo, men der er i alt 54 broadcasting stationer i 47 af Japans præfekturer. Ligesom herhjemme sender reportere fra forskellige dele af Japan

materiale hjem til hovedstationen, og dernæst kan man dække de største nyheder fra alle landsdele.

NHK bestræber sig på at være hurtigt ude - især når katastrofen rammer - da Japan er et meget udsat land, når det kommer til naturkatastrofer. Derfor er den såkaldte 'Disaster reporting' et af nyhedsmediets vigtigste formåen. Vi fik fortalt, at mange japanere tænder for radioen i de små landområder, hvis de har mærket et jordskælv. Radioen er altså stadig en primær kilde for information under katastrofer. NHK bruger da også TV-mediet til samme formål, og de har gjort sig eksperter til at illustrere katastroferne såsom jordskælv eller tsunamier med heftige grafikker og 3D-illustrationer. Stationen har også 15 helikoptere og webkameraer på mere end 700 lokationer rundt om i landet, så de altid har overblik over potentielle katastrofer. NHK har også en app tilegnet nyheder og udmeldinger om naturkatastrofer.

NHK har et globalt netværk med 81 korrespondenter på 30 lokationer rundt om i verden. Dette skal sikre en 24-timers international nyhedsdækning og liverapportering. NHK ønsker stadig at udvide med flere korrespondenter, så den internationale nyhedsdækning bliver endnu større. NHK har yderligere tv-kanalen og radiokanalen NHK World. Disse er engelsksprogede kanaler, der leverer nyheder og programmer 24 timer i døgnet. NHK World kan ses og høres i Japan, men også i mere end 160 lande rundt om i verden. Kanalerne fokuserer især på japanske og asiatiske nyheder, men internationale nyheder er der også plads til. Kanalerne indeholder også programmer med turistinformation, så besøgende i Japan har et sted at finde information. Dette mener NHK er nyttigt, når OL kommer til Tokyo i 2020.

Ligesom DR er NHK en publicservice-station. Det betyder også, at NHK er licensbetalt. Licensen fungerer på samme måde i Danmark, og NHK er næsten 100% licensfinansieret. Ifølge lovgivningen skal alle personer med et tv-apparat, der kan afspille NHK's produktioner betale licens. Dog har NHK i mindre grad de samme problemer som DR; hvordan skal man få brugerne til at betale? I Japan banker de ikke på døre som vores licensmand. I stedet plejer de pligtopfyldende japanere som regel at betale deres licens, som de skal, men der er ikke så mange konsekvenser for dem, der ikke gør. Licensen ligger på cirka 1300kr årligt, hvis man har en satellitforbindelse.

Møde med Asger Røjle

Asger Røjle er dansk journalist og har siden 1980'erne været bosat i Tokyo og har arbejdet som korrespondent for en stribe danske og skandinaviske medier. Han er desuden forfatter til en lang række bøger om netop Japan. I den periode vi var i Tokyo, var Asger i Danmark, og derfor mødtes vi med ham i København inden afrejse. Formålet med mødet var at blive lidt klogere på, hvad pokker Japan er for en størrelse, hvordan landets mediebillede fungerer - og samtidigt bruge hans ekspertise til at få de helt rigtige aftaler med de japanske medier i hus.

Generelt om de japanske medier kan man sige, at de er lidt konservative - i hvert fald når det kommer til måden, man kommer i kontakt med dem på. Det havde vi bøvlet en del med, og Asger kunne på grund af sit store netværk hjælpe os godt på vej med nogle direkte kontakter. Men måske endnu mere vigtigt kunne han også give os et kendskab til de enkelte medier, og hermed også hvilke medier vi ville få allermest ud af at besøge. Han viste os den japanske pendant til Aftenshowet, hvor to af os er i praktik - og Asaichi havde vi aldrig nogensinde selv fundet, men det var enormt relevant at besøge.

Udover det mere praktiske omkring forberedelserne til turen, gjorde Asger som sagt os lidt klogere på Japan, Tokyo og det japanske mediebillede. Han briefede os på forberedelserne til OL 2020, aflivede nogle myter om japanske gameshows og fortalte os lidt om god takt og tone i Japan.

Så omstændighederne gjorde, at vores møde med Asger Røjle blev meget fokuseret omkring forberedelserne til turen. Det var enormt rart, relevant og givende og gjorde, at vi fik mest muligt ud af vores tid i Tokyo. Hvis vi havde besøgt ham i Japan, var fokus nok automatisk endt et andet sted - og det havde helt sikkert også været kanon.

Foreign Press Center

Mandag besøgte vi Foreign Press Center Japan, som ligger nær Tokyo Station i Ginza-kvarteret. Vi havde oprindeligt en aftale med organisationens præsident Kiyotaka Akasaka, men desværre var han blevet indlagt dagen før, så vi mødtes med direktøren i stedet.

FPCJ hjælper udenlandske journalister, der kommer til Tokyo for at rapportere hjem. De arrangerer presseture, hvor udenlandske journalister kan opleve noget andet end bare Tokyo. Turene kan foregå helt fra Hokkaido i nord til Okinawa i syd, og har forskellige emner. Det kan for eksempel være politik, økonomi, industri, videnskab og teknologi eller kultur og kunst. Direktøren fortalte os, at de mener, at udenlandske journalister fokuserer alt for meget på Tokyo, og for lidt på resten af Japan. Derfor arrangerer de pressturene, der skal give dem et lille skub.

Derudover har de også pressebriefings, hvor den udenlandske presse bliver inviteret. Det har for



eksempel været med en forsker, der har udviklet en robot, der ligner ham selv på en prik. Så fortæller han om sit arbejde og de teknologiske fremskridt i landet generelt, og så kan journalisterne lave en historie om det.

Japanerne er ikke de så gode til engelsk som vi er i Europa. Derfor kan det også være svært for udenlandske journalister at tale med befolkningen, men også at forstå pressemeddelelser, som der bliver sendt ud af fx. parlamentet. Derfor har Foreign Press Center Japan også en service, hvor de oversætter udvalgte pressemeddelelser til engelsk. Hvordan de udvælger dem

kunne vi ikke få noget at vide om.. Derudover hjælper de også med at sætte journalister i forbindelse med relevante kilder.

Netop fordi de har kontakt til så mange udenlandske journalister, har de også fod på, hvad der interesserer dem i øjeblikket. I 2020 er der OL i Tokyo, og derfor begynder det allerede nu at interessere de udenlandske journalister.

Det var et rigtig fint besøg, hvor vi fik en bred viden om hvad man som udenlandsk journalist har af muligheder i Japan. Vi ville have ønsket, at vi havde fået lidt mere viden om, hvilke journalistiske overvejelser og udfordringer, journalisterne gør sig. Men det er nok ulempen ved ikke at tale med medarbejderne "på gulvet". Vi mødte dog en medarbejder, der af to omgange har boet i Danmark. Først et år på gymnasium på Falster, og siden et semester på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, så hun var meget ivrig efter at møde os.

Kultur i Tokyo

Tokyo er noget så sjældent som en storby med ro. Selvom 30 millioner mennesker lever og bevæger sig sammen i neonlysets skær i en by, der er på størrelse med Sjælland, er der sjældent råben, skrigen eller udrykning, og vi oplevede på intet tidspunkt slagsmål eller uro.

Tværtimod stiller japanerne sig op, selv når de endelig slipper ud af de mest overfyldte tog i en myldretid, der er svær at forestille sig for os danskere, der er pressede over den københavnske metro, for at komme i kø til rulletrappen. Der er ingen skubben, masen eller løben, men kontrol og en klar forventning om, at andre overholder de samme uskrevne regler som en selv. Derfor er der heller ingen grund til panik, for alle ved, at de nok skal komme frem på den bedst mulige måde.

Japanerne holder nøjagtig så meget på formerne, som det rygtes. De griner ikke højlydt og gør i det hele taget ikke væsen af sig, når de bevæger sig rundt i Tokyo.

Men det kan godt være en svær by at færdes i, fordi der netop er så mange uskrevne regler, som japanerne selv overholder til punkt og prikke.

De hverken spiser eller drikker på gaden, og telefonerne bliver ikke fundet frem i toget i myldretiden, så man ikke fylder og generer andre.

Og på trods af, at der ingen skraldespande findes på gaderne, er der pinligt rent på fortove og stræder. Ikke engang et tyggegummi på vejen er at spotte. Japanerne tager nemlig deres skrald med hjem, og smider det ud der.

Japanerne er enormt høflige, og vi oplevede flere gange at få et "Sorry" og buk med på vejen, hvis vi ved et uheld væltede ind i en japaner. Høfligheden går igennem hele byen, lige fra butiksassistenten til togkontrolløren, der bukker hver gang, han eller hun forlader eller går ind i en kupé. Lidt en øjenåbner, når man er vant til DSB...

Lige så meget som japanerne holder på formerne i det offentlige rum, lige så mange vilde subkulturer findes der over det hele i Tokyo.

Man kan nogen gange godt blive i tvivl om, hvad man egentlig står ovenpå, når man hele tiden støder på uglecaféer, udklædte hunde i barnevogne og butikker med parykker, støvler og kjoler til at blive den bedst tænkelige manga-version af sig selv.

Det skæve og skøre findes i høj grad i Tokyo - det er bare gemt i undergrunden.

Det er bydelen Harajuku et godt eksempel på. Det er en bydel, der vimler med unge mennesker, neonlys og vanvittige butikker, men lige på den anden side af togbanen findes et af de smukkeste, gamle templer.

Og det beskriver egentlig kulturen i Tokyo meget godt - Alt, nyt, gammelt, mærkelig og smukt, bliver forenet i én stor masse. Uden at nogen skaber utryghed eller dårlig stemning.

Kultur i Kyoto

Torsdag tog vi Shinkansen fra Tokyo til Kyoto, hvor vi overnattede en nat.

Kyoto har omkring 1,5 millioner indbyggere og er blandt de 10 største byer i landet.

Byen har tidligere været Japans hovedstad og den har været residensby for kejserfamilien indtil 1868. Den er derfor præget af mange historiske bygninger og der findes en stor del af, hvad der i Japan anses for nationale skatte.

Det var netop disse nationale skatte og den gamle kultur vi ville opleve.

Vi ankom til Kyoto ved frokosttid torsdag og gik straks på jagt efter Fushimi Inari-helligdommen og Sanjusangendo-templet. Vi fandt først Sanjusangendo-templet, hvor tusind håndskårne buddhaer står på rad og række med en stor buddha i midten. Her oplevede vi virkelig japanernes respekt for det hellige. Det var ikke tilladt at have sko på og vi måtte ikke snakke imens vi gik langs de tusind buddhaer, hvilket skabte en utroligt fredfyldt stemning. Efter en gåtur i den tilhørende have gik vi videre mod Fushimi Inari-helligdommen. Her kommer de troende for at bede om rigdom og et succesfuldt forretningsliv. Ved hovedbygningen og de mange porte op ad bjerget var der proppet med turister, hvilket er forståeligt, da de er et fantastisk syn. Vi valgte at gå på opdagelse væk fra hovedstien, hvor vi så bambustræ og et lille tempel, hvor der ingen turister var, hvilket nærmest imponerede os lige så meget som hovedattraktionen, fordi det var meget mere autentisk og man kunne forestille sig, hvordan en munk tager sig af det lille tempel og den tilhørende gud.

Vores hotel i Kyoto var også meget traditionelt japans. Der var ingen senge eller stole, men bare et bord og madrasser, som vi kunne sidde og sove på. Det var bestemt ikke et hotel, som mindede om noget vi havde prøvet før.

Dagen efter besøgt vi Kinkakuji - også kaldet guld pavillionen. Det ligger i udkanten af Kyoto og er omringet af smuk natur. Efter en tur rundt om Kinkakuji tog vi en kort pause i et traditionelt japansk tehus. Det var en af vores mindre gode kulinariske oplevelser i Japan, men det var ikke en oplevelse vi ville have været foruden. Vi fik hver en skål med grøn te og en kage, som var ren sukker med en bønnemasse i midten. Det sad vi på gulvet og drak med udsigt til alle de andre turister, som netop havde besøgt Kinkakuji.

Inden vi tog shinkansen tilbage til Tokyo besøgte vi Kyotos kejserpalads. Her var der næsten ingen turister, så vi kunne i ro og fred gå rundt og nyde de flotte bygninger imens vi forestillede os, hvordan Kejsersfamilien har boet der engang.



Den danske ambassade

Den danske ambassade i Tokyo ligger i Daikanyama-bydelen. Områdets arkitekttegnede huse og fashionable hunde, der bliver kørt rundt i hunde-barnevogne, vidner om, at bydelen er for de velhavende.

Souschefen Martin Mikkelsen og to praktikanter fortalte os om deres arbejde på ambassaden. Deres overordnede formål er, at skabe mere værdi for Danmark og danske virksomheder i Japan. Det gør de i høj grad via deres store netværk, som de bruger meget tid på at pleje. Særligt ambassadøren Freddy Svane kender mange mennesker og er aktiv på twitter.

Kronprinsparrets tur til Japan i efteråret var et eksempel på, hvordan ambassaden forsøger at fremme diplomatiske relationer og forretningsforbindelser mellem Danmark og Japan. Her stod ambassadens medarbejdere for at arrangere turen og sørge for, at alt gik, som det skulle. Martin Mikkelsen, der kun har boet i Tokyo i et halvt års tid, fortalte at det til tider var en udfordring at arbejde med japanerne om erhvervsfremstødet. Lige så pligttopfyldende japanerne kan være, lige så detaljeorienterede er de. Eksempelvis skulle det planlægges, hvem der gav kronprinsessen sin paraply, hvis det begyndte at regne. Og selvfølgelig også, hvem der skulle tage den igen.

Besøget på ambassaden var lærerigt, fordi det gav indblik i, hvordan de arbejder, samtidig med, at vi fik et billede af den japanske kultur set med danske briller. Ambassaden har også journalister ansat, som blandt andet tager sig af branding på sociale medier. Derfor var besøget også en øjenåbner, og flere af os sagde bagefter, at 'måske det også kunne være en karrieremulighed'.

Regnskab

Budget pr. person i gennemsnit:

- Flytransport: 3641 kr.
- Togtransport til lufthavn: forventet 421 kr.
- Togtransport i Japan: forventet 1584 kr.

- Logi: forventet 4171 kr.
 - Kost: forventet 4748 kr.
 - Aktiviteter: forventet 1000 kr.
- Samlede udgifter: forventet 15.565 kr.

Regnskab efter hjemkomst pr. person i gennemsnit:

- Flytransport: 3641 kr.
 - Togtransport til lufthavn: ca. 450 kr.
 - Transport i Japan (inklusive Railpass): ca. 1950 kr.
 - Logi: 2818 kr.
 - Kost + aktiviteter: ca. 4150 kr.
- Samlede udgifter (ca.): 13.009 kr.

Fagligt udbytte af turen (overblik)

Formålet med turen var blandt andet at få en bredere forståelse af det danske mediebillede i forhold til det japanske og få inspiration og indblik i en kultur og en journalistisk proces, vi aldrig havde mødt før. Og det, må vi sige, er lykket.

Det japanske mediebillede har på mange måder ligheder i forhold til det danske, men på flere områder er der også markante forskelle.

På Foreign Press Center hørte vi, om hvordan man som udenlandsk journalist kan få hjælp i Tokyo, og generelt hvilke "forhold" udenlandske journalister har at arbejde under i Japan. Det var interessant at høre om, fordi vi fik et lille indblik i, hvordan det ville være at arbejde som journalist i Japan - spændende, men til tider op ad bakke, lød det til.

Vores besøg på Tokyo FM var et højdepunkt. Som gæster på deres internationale show fik vi lov til at opleve indefra, hvordan en kæmpe stor kommerciel radiostation laver radio. Og det var meget anderledes. Det gik op for os, hvor meget man som journalist i Danmark laver rigtig mange forskellige ting - i hvert fald sammenlignet med det workflow, de har på Tokyo FM World. Fx at man herhjemme ofte selv laver både research, manuskript, interviews og styrer teknik, hvis man er vært. Det var meget mere opdelt på det program, vi var gæster på - og det være lærerigt at opleve, hvad det gjorde ved en udsendelse (som vi har fået link til efterfølgende).

Besøget på den danske ambassade var rigtig spændende, men knap så fagligt givende. Men i forhold til uddannelse og karriere fik vi os fra dét besøg, at de på ambassaden har journalister ansat, som tager sig af sociale medier og generelt branding - og det lød meget mere spændende, end vi havde forventet. Der blev vi opmærksomme på en alternativ karrierevej som mulighed med vores journalistuddannelse.

På NHK fik vi et indblik i, hvordan et kæmpe(!) mediehus arbejder med både nationalt og internationalt indhold. Samtidig gav det anledning til en snak om pressefriheden i Japan, der sagtens kunne forbedres, og vi blev (endnu en gang kan man sige) mindet om, hvor vigtigt det er at blive ved med at insistere på pressefriheden, som den er i Danmark i dag. Vi fik også et indblik i, hvordan de tænker målgrupper - nemlig ved besøget på deres morgenprogram, der i høj grad retter sig mod kvinder 30+, simpelthen fordi de har fundet ud af, at det er dem, der primært ser programmet. Det gav helt klart stof til eftertanke i forhold til, hvordan vi tænker i målgrupper herhjemme.