

ИНДИЯ: ИНФОРМАЦИОННЫЙ ВЗРЫВ

А.М. НАЗАРКИН
Зам. руководителя представительства
Россотрудничества в Индии,
директор РЦНК в г. Мумбаи

Из всех стран мира больше всего газет и журналов ежедневно продается в Индии и Китае. 62 из 100 наиболее продаваемых в мире ежеднев-

ное число газет и журналов по стране в целом. Издания на местных языках традиционно составляют англо-язычной периодике весьма серъ-

Штаты	Кол-во периодических изданий			Тиражи (тыс. экз.)
	Всего	газеты	журналы	
Гоа	5	4	1	101
Гуджарат	25	25	-	720,8
Мадхья Прадеш	30	27	3	813,9
Махараштра	125	82	47	6758,5
Чхаттисгарх	3	3	-	127,6

Таблица 1

ных изданий прихотятся на Индию, Китай и Японию¹. По статистике Всемирной ассоциации газет (ВАГ) за 2007 г., каждый день в Индии продается около 100 млн экземпляров газет и журналов, что, как считают эксперты, обуславливается ростом численности населения, повышением уровня грамотности и быстрым распространением печатных технологий в стране.

Это служит контрастом с положением в России и США, где число бумажных изданий и их тиражи падают.

О развитии информации и коммуникаций в Индии свидетельствуют тиражи и количество периодических изданий, которые выходят, например, в 5 штатах (см. табл. 1) - зоне деятельности Российского центра науки и культуры (РЦНК) в Мумбаи. Здесь издается самое

еизну конкурентно. На первом месте по популярности - издания на официальных языках штатов. Эта особенность наиболее ярко

Таблица 2

Штаты	Ежедн. газеты	Издания по языкам
Гоа	4	английский - 3 мараathi - 1
Гуджарат	25	английский - 1 гуджарати - 20 хинди - 4
Мадхья Прадеш	27	английский - 2 урду - 2 хинди - 23
Махараштра	63	английский - 11 гуджарати - 4 каннада - 1 мараathi - 34 хинди - 10 урду - 2
Чхаттисгарх	3	хинди - 3

прослеживается по ежедневным газетам (см. табл. 2).

Носителями важнейшей общественно-политической информации являются, прежде всего, ежедневные газеты. Рейтинг популярности среди них, распространенных по подписке и через розничную продажу, выглядит следующим образом: *на английском языке*: 1 - «Таймс оф Индия», 2 - «Индиян экспресс», 3 - «Хиндустан таймс», 4 - «Ди-Эн-Эй/Дейли ньюс энд энглизис», 5 - «Эйшен эйдж», 6 - «Фри пресс джорнел»; *на языке маратхи*: 1 - «Махараштра таймс», 2 - «Локсатта», 3 - «Сакал», 4 - «Саамна», 5 - «Кесари», 6 - «Локмат»; *на языке гуджарати*: 1 - «Гуджарат самачар», 2 - «Дивья бхаскар», 3 - «Мумбаи самачар», 4 - «Джанмабухми»².

В штате Махараштра наибольшим спросом пользуются издания на языке маратхи. Газета «Махараштра таймс» (тираж 290 тыс. экз., выходит с 1962 г.) весьма популярна среди деловых кругов и интеллигенции. «Локсатта» пользуется спросом среди значительной части народных масс благодаря ее простому и понятному всем языку, доступной подаче материала (тираж 370 тыс. экз., выходит с 1947 г.). Весьма авторитетными изданиями являются газеты «Локмат» (тираж 180 тыс. экз., печатается с 1971 г.) и «Сакал» (тираж более 600 тыс. экз., издается с 1932 г.). Причем первая выражает интересы партии Индийский национальный конгресс, вторая - Националистической партии конгресс.

В среде местной интеллигенции, интеллекту-

алов, людей образованных и патристически-настроенных также традиционно популярна одна из старейших в Индии газет - «Кесари» (тираж 60 тыс., выходит с 1881 г.). Важное место в ряду ведущих политико-новостной прессы штата по праву занимает ежедневная газета «Саамна» (тираж 200 тыс. экз., издается с 1989 г.) - печатный орган националистической индустриальной партии Шив сена³.

Общий тираж издаваемых в указанных штатах разнообразных журналов превышает 2 млн экз. Однако к общественно-политической тематике можно отнести лишь следующие издания, посвященные бизнесу и экономике индким вопросам: «Экономик энд политикал уикли», «Бизнес Индия», «Капитал маркет», «Камингал эндж оф Индия», «Камикал инженеринг уорлд», «Индиян архитект энд билдер», «Инструмент энд электроникс» и некоторые другие.

Отметим, что еженедельник «Экономик энд политикал уикли» («ЭПУ») появился в Бомбее в 1966 г., а в 1978 г. здесь же два раза в неделю стал выходить журнал «Бизнес Индия». Оба журнала до сих пор занимают солидное положение среди аналогичных изданий, предоставляя мумбайскому деловому сообществу профессиональную и актуальную информацию, ценные аналитические материалы. «ЭПУ» умело сочетает экономические и политические проблемы, публикует статьи, ставшие результатом кропотливой исследовательской работы. Позднее, в 90-е гг., компания «Самикша траст», издающая этот еженедельник, создала специальный исследовательский фонд - EPW Research Foundation, призванный содействовать развитию экономической журналистики.

Что касается журнала «Бизнес Индия», то он быстро завоевал популярность, прежде всего, своим профессионализмом, высоким качеством печати и иллюстраций. В отличие от других финансово-экономических изданий, «Бизнес Индия» все свои 130-140 страниц посвящает только индийской экономике, финансам, работе компаний, товарных и фондовых рынков, при этом редакция принципиально не касается политики и других неэкономических тем⁴.



Следует также учесть, что в указанных штатах, как и во всей Индии, традиционно пользуются широким спросом центральные тематические издания, выходящие на английском языке. Среди них такие журналы, как «Аутлук», «Бизнес тудей», «Бизнес энд экономи», «Индия Тудей», «Фронтлайн», «Уик», «Бизнес Уорлд» и др.

В последние годы, помимо традиционных материалов, посвященных различным и конфликтам политических партий, коррупции, текущим вопросам развития мегаполисов и аграрных районов страны, здравоохранения и народного образования, проблем борьбы с неравенством, на страницах газет и профессиональных изданий стал подниматься вопрос о свободе печати. В отчете за 2006 г., подготовленном международной организацией «Репортеры без границ», Индии по состоянию свободы печати отведено лишь 105-е место из 166. По мнению местных аналитиков, антитеррористические меры, принятые правительством, ограничивают деятельность прессы и журналов. Вслед за темой свободы печати актуальной тенденцией становится размещение в центральной общественной-политической периодике материалов, анализирующих происходящие в стране межрелигиозные и межэтнические конфликты.

Бесспорно, индийская печать является в стране довольно влиятельной силой. И этой силой обладает, прежде всего, серьезно зарекомендовавшая себя политичес-

кая и экономическая журналистика, чьи материалы выходят на английский язык. По признанию местных специалистов, в Индии до сих пор сильны традиции, сформировавшиеся под влиянием английской школы журналистики. Подчас материя и стиль публикации в индийской англоязычной прессе носят явный отпечаток длительного опыта общения с британской прессой. В журнальной среде распространено мнение, что лучшие профессиональные кадры сосредоточены, прежде всего, в редакциях англоязычных газет и журналов, признанных наиболее влиятельными и информативными изданиями.

В дополнение к индийской периодике с конца 2005 г. в Мумбаи, как и ряде других городов, пришли первые издания ведущих западных зарубежных газет и журналов. Кроме «Файнэншл таймс», в Индии стала печататься американская деловая газета «Уолл Стрит джорнал», использующая полиграфическую базу издательского дома «Таймс оф Индия». Затем появились индийские версии журналов «Форбс» и «Бизнес Уик».

В последнее время развитие национальной экономики и экономические реформы вызывают возрастающий интерес у знатной части индийского населения. Деловая пресса, публикующая экономическую и финансовую информацию, пользуется повышенным спросом, растут ее тиражи, ее сайты в Интернете посещают миллионы людей.

Специалисты, изучающие особенности индийской политической и экономической журналистики, прогнозируют ее дальнейший рост, несмотря на негативные факторы глобального финансового-экономического кризиса, проявившиеся и в индийском бизнесе.

Фото автора

¹ Данные Всемирной ассоциации газет за 2007 г. - <http://www.tiprprint.tv/2008/07/03/>

² The India Newspaper Society. Press Handbook 2005-2006. New Delhi, 2006.

³ Главный редактор издания - бесценный лидер партии Б.Такре.

⁴ *Kuravos E.B.* История индийской экономической прессы. М., 2005. - www.journal.msu.ru/tjc/ind_econompress2005-kuravos-1.htm