Санкт-Петербургский государственный университет

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

Факультет журналистики

Кафедра международной журналистики

**Медиа-карта: Индия**

**(контрольная работа)**

Выполнила:

студентка 3 курса

6 группы (МЖ)

Гугнина Е. И.

Санкт-Петербург

2014

**I. Географическое положение и политическая система**

Индия – это государство в Южной Азии. Население составляет более одного миллиарда человек, территория – 3 287 263 км². Исходя из этих показателей, является крупнейшей страной Южной Азии. Занимает второе место в мире по численности населения и седьмое по территории. Столица – Нью-Дели. Государственные языки – хинди и английский. Индия граничит с Пакистаном на западе, с Китаем, Непалом и Бутаном на северо-востоке, с Бангладеш и Мьянмой на востоке. Кроме того, также имеет морские границы с Мальдивами на юго-западе, со Шри-Ланкой на юге и с Индонезией на юго-востоке. Территория штата Джамму и Кашмир имеет границу с Афганистаном, её принадлежность Индии до сих пор оспаривается Пакистаном и Китаем.

***Социально-политическое устройство***

Индия является федеративной республикой. Государство состоит из двадцати девяти штатов, семи союзных территорий. Все штаты и союзные территории разделены на округи. Их насчитывается более шестисот. Округи делятся на более мелкие административные единицы, которые называются талуки. Штаты и две союзные территории – Пудучерри и Дели имеют собственное избираемое правительство. Остальные пять союзных территорий управляются администратором, назначаемым центральной властью, то есть находятся под прямым управлением президента Индии.

Государственная власть в Индии разделена на три ветви: законодательную, исполнительную и судебную.

Исполнительная власть представлена президентом, вице-президентом и Советом министров, который возглавляет премьер-министр. В Индии данная власть подчинена законодательной. Премьер-министр и Совет министров несут прямую ответственность перед нижней палатой парламента.

Президент Индии избирается электоральной коллегией сроком на 5 лет путём непрямого голосования. В настоящее время президентом страны является Пранаб Мукерджи. В 2012 году он покинул пост министра финансов для участия в президентских выборах, которые состоялись 19 июля того же года. В предвыборной гонке участвовали два кандидата: Пранаб Мукерджи, которого выдвинула правящая коалиция, и бывший спикер нижней палаты парламента Пурно Агиток Сангма, который являлся кандидатом от оппозиции. В итоге, по результатам выборов Пранаб Мукерджи стал абсолютным победителем, набрав около 70 % голосов, и 25 июля 2012 года вступил в должность президента Индии, сменив на этом посту Пратибху Патил.

Главой правительства является премьер-министр, он олицетворяет собой исполнительную власть. Как правило, премьер-министр назначается президентом, обычно на эту должность выдвигается кандидат, который пользуется поддержкой политической коалицией, имеющей большинство мест в нижней палате парламента.

Законодательную власть в Индии представляет двухпалатный парламент, который состоит из верхней палаты, называемой Советом штатов, и нижней – Народной палаты. У Совета штатов постоянный состав из 245 членов, чей мандат длится 6 лет. Депутаты избираются в ходе непрямого голосования законодательными органами индийских штатов и территорий, пропорционально их населению. 543 из 545 депутатов в Народную палату выбираются прямым всенародным голосованием на срок 5 лет. Остальные два назначаются президентом из англо-индийской общины в том случае, если президент полагает, что община не представлена в парламенте должным образом.

Индия имеет целостную трёхступенчатую систему судебной власти, которая состоит из Верховного суда, 21-го Высшего суда и большого количества мелких судов. Верховный суд является первой инстанцией в процессах, касающихся основных прав человека, в спорных вопросах между штатами и центральной властью и обладает апелляционной юрисдикцией над высшими судами. Верховный суд является юридически независимым и имеет право декларировать законы или отменять их в случае, если они противоречат Конституции.[[1]](#footnote-1)

Как правило, на современном этапе развития страны федеральное правительство возглавляется Индийским национальным конгрессом. На уровне штатов властью обладают различные национальные партии, такие как Индийская народная партия, Коммунистическая партия Индии, а также разные региональные партии. С 1950 по 1990 год Индийский национальный конгресс обладал парламентским большинством, за исключением периода с 1977 по 1980 гг., когда победу на выборах одержала партия «Джаната». Смена власти произошла по причине протестов со стороны народа, которые стали реакцией на введение чрезвычайного положения экс премьер-министром Индии. В 1989 году произошла очередная смена власти, в результате чего правительство было сформировано из двух коалиций – Национального фронта и Левого фронта. В период с 1996 по 1998 год федеральное правительство возглавляли несколько недолго просуществовавших коалиций.

Ситуация изменилась в 1998 году, когда Индийская народная партия вместе с несколькими региональными партиями создала новое формирование – Национальный демократический союз. Таким образом, ей удалось стать второй партией в истории страны, после Индийского национального конгресса, которая смогла удержаться у власти весь пятилетний период.

На выборах 2004 года, Индийский национальный конгресс завоевал большинство в нижней палате парламента и сформировал правительство совместно с коалицией Объединённый прогрессивный союз. Коалицию поддержали партии левой направленности и депутаты, находившиеся в оппозиции к Индийской народной партии.[[2]](#footnote-2)

***Внешнеполитическая стратегия***

Со времени обретения своей независимости в 1947 году, Индия поддерживает дружественные отношения с большинством стран мира. Начиная с середины XX века, Индия постоянно выступает за независимость европейских колоний в Африке и Азии. Более того, национальная армия провела две миротворческие миссии – в Шри-Ланке и на Мальдивских островах. Индия является членом Содружества наций и членом-основателем Движения неприсоединения. После пограничной войны с Пакистаном и вооруженным конфликтом с Китаем, государство заметно сблизилась с Советским Союзом. На это повлиял разрыв связей с США. Индия продолжила подобную политику вплоть до конца холодной войны. За всю свою историю участвовала в войнах с Пакистаном, которые происходили в основном из-за спорной территории Джаму и Кашмир. С 1984 по 2003 гг. продолжался малоинтенсивный пограничный конфликт на леднике Сиачен.

В настоящее время Индия продолжает играть важную роль в Ассоциации государств Юго-Восточной Азии, Ассоциации регионального сотрудничества Южной Азии и Всемирной торговой организации. Индия также является одним из членов-основателей Организации Объединённых Наций и активным участником в её миротворческих миссиях. Тем не менее, страна имеет свою особую позицию по вопросу ядерного вооружения. Индия отказывается подписывать Договор о всеобъемлющем запрещении ядерных испытаний и Договор о нераспространении ядерного оружия, аргументирую это тем, что полностью контролирует свои ядерные программы.

Актуальным вопросом для Индии на сегодняшний день является дипломатическая работа, направленная на улучшение взаимоотношений с США, Китаем и Пакистаном. В экономической сфере, Индия имеет свои интересы в развивающихся странах Южной Америки, Азии, и Африки.

***Состав населения***

Население в Индии составляет свыше 1,2 миллиарда человек. В национальный состав входит 25% дравидов, 72% индо-арийцев и 3% других национальностей.

Население в Индии говорит на 14 языках (урду, панджаби, английский, санскрит и т.д.), но государственным языком является хинди.

Центральная и Северная части страны населены хиндустанцами, ориями, маратхами, бихардами, бенгальцами, Южная Индия – тамилами, гондами, малаялими, андхрами, горные районы Центральной Индии – мундарими, санталами, хо. Кроме того, на территории страны проживает около 400 племен – в основном они населяют горные труднодоступные места.

**II. Становление и развитие СМИ**

Первая газета в Индии – «The Bengal Gazette» возникла еще в 1780 году в Калькутте во времена британского колониального режима. Уже вскоре после этого появились следующие газеты, которые выпускались миссионерами – «The India Gazzette», «The Calcutta Gazette», «The Madras Courier», «The Bombay Herald» и многие другие. Газеты подвергались строгой цензуре, долгое время к журналистской и издательской деятельности допускались только британцы. Представители местного населения получили такое право выпускать свои издания только в первой четверти XIX века. К началу XX века в сфере индийской периодической печати наметилось четкое разделение на два лагеря: лагерь колониальной прессы, издававшейся англичанами и поддерживавшей колониальное правительство, и лагерь националистической прессы, издателями которой были индийцы. Важную роль в развитии индийской печати сыграл отец национального освободительного движения Мохандас Карамчанд (Махатма) Ганди.

Свободная журналистика появилась в Индии только после обретения страной независимости в 1947 году. Первый премьер-министр свободной Индии, Джавахарлал Неру, был ярым сторонником свободы печати и защищал права журналистов. Развитие прессы пошло быстрыми темпами, к концу XX века рынок печатных СМИ вырос на 400%. Бурное развитие печати было связано с разными факторами. Рост грамотности населения усиливала влияние прессы на социально-политическую жизнь страны, постепенно доминирующей стала печать, выпускаемая на национальных языках. В конце XX века из 214 ежедневных газет только 44 выходили на английском языке, все остальные выпускались на национальных языках.

С именем премьер-министра Индиры Ганди, дочери Джавахарлала Неру связаны жесткие ограничения в отношении печатных СМИ, установленные в связи с введением в стране чрезвычайного положения в 1975 году. Однако, ситуация изменилась в 1977 году, когда партия И. Ганди проиграла парламентские выборы и пост премьер-министра был занят Морарджи Десаи.

В период с 1984 по 1989 гг. пост премьер-министра занял сын Индиры Ганди, Раджив Ганди. Именно ему удалось заложить основы реформирования национальной экономики, благодаря чему в последующие годы в стране был отмечен бурный экономический рост. Вполне естественно, что данное обстоятельство напрямую повлияло и на развитие индийских СМИ, был отмечен значительный рост числа газет и журналов на индийском медиарынке.

После принятия 73 и 74 поправок к Конституции Индии в 1992 г., в стране были возрождены выборы в органы местного самоуправления (панчаяты), в результате чего существенно возросла степень участия представителей низших классов в политической жизни страны. Данное событие оказало решающее влияние на проникновение газет в регионы и сельские местности, поскольку участие индусов в местном самоуправлении требовало высокой степени осведомленности о последних событиях на национальном и локальном уровнях. Это сделало печатные издания все более востребованными за пределами крупных городов.

Период с 1990 по 2010 гг. в Индии происходит локализация крупнейших национальных газет. Крупные издания, такие как «Дайник Джагран», «Дайник Бхаскар», «Хиндустан Таймс», «Таймс оф Индиа», проникли на региональные рынки, запустив там свои локальные версии. Основной целью издателей стало расширение аудитории и привлечение рекламодателей из региональных округов. Газетная экспансия в регионах проходила на фоне целого ряда социальных и экономических преобразований, которые во многом способствовали количественному и качественному развитию национального газетного рынка. Одним из решающих факторов, поспособствовавших росту газетных тиражей в период с 1990 по 2010 год, стал рост уровня грамотности населения. В ряде регионов он сопровождался прогрессирующей политической осведомленностью индусов.

Важным фактором, повлиявшим на развитие газетного рынка, стал рост доходов и, как следствие, покупательной способности сельского населения вследствие реформ экономической либерализации, которые индийское правительство проводило с 1991 по 2006 год.

В 2006 году Индия стала мировым лидером по числу ежедневных платных газет. Но, несмотря на динамичный рост, современный рынок индийской прессы не отличается большим объемом даже в масштабах Тихоокеанского региона. Тем не менее, учитывая темпы его развития, он оценивается как один из наиболее привлекательных в мире.

**III. Современная система и типология СМИ**

***Современная печать Индии***

В настоящее время в Индии выпускаются около 60 тысяч ежедневных и еженедельных газет, из них около 300 газет выходят на английском языке. Как правило, на английском языке выпускаются общенациональные издания, региональная же пресса выходит на местных языках.

На сегодняшний день практически каждая крупная газета обладает собственным веб-сайтом, не уступающим ей по популярности. Газета «Hindu» стала первым изданием, запустившим свою онлайн версию. Это произошло в 1996 году, а три года спустя в интернет-пространство вышли газеты «The Economic Times» и «Times of India». В настоящее время многие издания также развивают и мобильные версии, предоставляют читателям услугу «электронная газета».

Крупнейшие периодические издания на английском языке:

1. «Hindustan Times» – индийская ежедневная газета на английском языке. Основана в 1924 году, была связана с национальным движением за независимость. Принадлежит верхней палате Парламента Индии.
2. «The Economic Times» – индийская ежедневная газета на английском языке. Издаётся с 1961 года. Это самая популярная деловая газета в Индии: её разовый тираж составляет 630 000 экземпляров, а читательская аудитория превышает 800 000 человек.
3. «The Hindu» – ежедневная газета на английском языке. Основана в 1878 году. В первые годы своего существования была еженедельной. С 1889 года выходит ежедневно. В 2009 году разовый тираж «The Hindu» составлял 1,47 млн. экземпляров, таким образом ей удалось занять второе место среди англоязычных газет Индии после «The Times of India». Главный офис газеты расположен в Ченнаи и большинство её читателей проживают в Южной Индии, в основном в штате Тамилнад.
4. «The Indian Express» – индийская ежедневная газета на английском языке, публикуемая Indian Express Group. Основана в Мадрасе в 1931 году. В 1999 году, через восемь лет после смерти владельца газеты Рамнатха Гоэнки, «The Indian Express» была разделена между членами его семьи, в результате чего в Южной Индии газета стала выходить под названием «The New Indian Express», в то время как старое издание со штаб-квартирой в Мумбаи сохранило название «The Indian Express».
5. «The Times of India» –  одна из самых читаемых и авторитетных [газет](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0) [Индии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D1%8F) на сегодняшний день. По [тиражу](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B6) обходит все англоязычные крупноформатные газеты в мире. Начала издаваться в [Бомбее](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BE%D0%BC%D0%B1%D0%B5%D0%B9) в 1838 году под названием «The Bombay Times and Journal of Commerce». До 1851 года выходила дважды в неделю, затем стала издаваться ежедневно. В 1861 году была переименована по аналогии с лондонской «[The Times](https://ru.wikipedia.org/wiki/The_Times" \o "The Times)».

Самые известные и читаемые индийские журналы:

1. «Economic and Political Weekly» – индийский теоретический журнал левого толка, основан Сачином Чаудури в 1949 году как «Economic Weekly», а в 1966 году получивший своё современное название. На его страницах публиковались такие политические деятели, как Андре Гундер Франк, Сумантра Банерджи, Ашок Митра, Прабхат Патнаик, Парта Чатерджи, Биплаб Дасгупта, Амия Кумар Багчи, Виджай Прашад, Азад и другие.
2. «Frontline» – журнал основан в 1984 году. Выходит два раза в месяц. Главный редактор – Нарасимхан Рам. В основном посвящен политике и политической экономии, уделяет особое внимание проблемам развития индийских штатов. Также освещает такие темы, как искусство, литература, кино и наука.
3. «India Today» – индийский еженедельный новостной журнал. Основан в 1975 году, публикуется компанией Living Media India Limited. Штаб-квартира издания находится в Мумбаи. С момента основания и по сей день главным редактором журнала является Арун Пури. Журнал India Today является частью India Today Group, также основанной в 1975 году. В настоящее время в группу входят также еще 12 журналов, одна газета, 4 телеканала, 3 радиостанции, лейбл звукозаписи Music Today и книжное издательство.
4. «Outlook» – индийский новостной еженедельный журнал, четвёртый по популярности англоязычный новостной журнал в Индии. Основан в 1995 году. Штаб-квартира издания расположена в Нью-Дели. Принадлежит медиаконгломерату Outlook Group. Главным редактором является Кришна Прасад.[[3]](#footnote-3)

***Современное радио Индии***

Всеиндийское Радио или государственная радиокомпания Индии, (All India Radio или просто AIR) на сегодняшний день является одной из крупнейших радиовещательных систем в мире. В систему AIR входят 208 передающих, 128 FM станций. На 89.51% территории Индии возможен уверенный прием программ Всеиндийского Радио, что охватывает 98.82% населения Индии. Транслирование внутри страны ведется на 24 языках и 146 диалектах. Заграничное вещание ведется на 16 индийских и 10 иностранных языках, в том числе и на русском.

***Современное ТВ Индии***

Первая телепрограмма вышла в индийский эфир в 1959 г. в Дели. Так начал свою деятельность национальный канал Doordarshan. В 1972 г. Doordarshan заработал в Мумбае, а потом и в других крупных городах Индии. В 1982 г. телевидение стало цветным. До начала 90-х годов телевидение было национальным, количество каналов было ограничено, но при этом индийское телевидение устанавливало мировые рекорды по просмотрам всевозможных телепередач.

Государственная вещательная компания Doordarshan входит в число наиболее крупных наземных телевещательных сетей мира. В 2006 г. в распоряжении Doordarshan было 24 канала, 64 студии и 1400 передатчика. Сетью наземного вещания было охвачено около 90% населения страны. Каналы Doordarshan подразделяются на парламентские, национальные, международные, региональные и каналы штатов. Однако в наземном формате всего два канала принимаются на всей территории Индии. Это каналы DD National и DD News. Канал DD National транслирует как национальные, так и региональные и местные программы, производимые по всей территории страны, охватывает 91,2% населения. DD News ведет круглосуточное новостное вещание, наземный охват составляет 46,4% населения страны. По причине высокой стоимости установки телевизионных ретрансляторов, остальные каналы сети Doordarshan до сих пор не имеют общенационального наземного охвата. Таким образом, телевещание сетью Doordarshan осуществляется по трем направлениям – национальное вещание, региональное и местное. Национальное вещание охватывает те события, которые имеют значение в национальном масштабе. Следует отметить большое жанровое и тематическое разнообразие, национальные вещатели транслируют как множество информационных и аналитических программ, так и большое количество культурного, образовательного и развлекательного контента. Как правило, вещание идет на языках штатов, а при подготовке контента обязательно учитывается локальная специфика. Эти программы транслируются на языке штата.[[4]](#footnote-4)

Региональное же вещание включает в себя две службы. Первая – Служба спутникового регионального вещания (Regional Language Satellite Service) включает 11 каналов, которые вещают на крупнейших национальных языках, кроме хинди. Вторая – Сеть штатов Doordarshan (Doordarshan State Network) осуществляет вещание на хинди в 8 штатах страны с населением, говорящим на хинди. Оба подразделения регионального вещания Doordarshan предоставляют возможность наземного приема своих каналов на территории соответствующего штата, а дополнительные программы на местных языках транслируются через местные кабельные сети. Круглосуточное вещание Doordarshan по спутниковым каналам осуществляется на всех основных языках Индии.

С самого начала производство телепередач находилось под жестким контролем правительства, которое прилагало усилия к созданию и распространению идеи единого культурного и национального пространства. Однако, вместе с тем, одна из ведущих политических партий страны – Индийский национальный конгресс, неоднократно пыталась использовать телевидение для продвижения своих взглядов и обретение поддержки со стороны населения. Подобные противоправные действия побудили общественность выступить за повышение уровня независимости национального канала Doordarshan от правительственного контроля, что в конечном итоге привело к принятию Закона о создании автономной телерадиовещательной корпорации Prasar Bharati.[[5]](#footnote-5)

В 1990 году в Индии было отменено государственное право на вещание, что привело к кардинальной трансформация телевидения. С приходом на телевизионный рынок частного капитала, в стране началось интенсивное развитие кабельного и спутникового телевидения. Уже к 1990 году в стране насчитывалось 60 тысяч операторов кабельного телевидения. Они представляли собой в основном мелкие семейные предприятия. Аудитория кабельных сетей оценивалась в 15 миллионов абонентов. Конкуренция между спутниковыми каналами привела к нежелательным последствиям для Doordarshan. Вскоре его аудитория значительно сократилась, что поставило под угрозу доходы от рекламы. С 1993 г. Doordarshan пробует обернуть ситуацию в свою пользу и начинает запускать новые каналы, а также существенно меняет содержание программ. Появляется большое количество дискуссионных новостных программ, мыльных опер, передач о высокой моде и т. д. Однако конкуренция с коммерческими телесетями все равно была проиграна. Единственным коммерческим успехом Doordarshan стало открытие в 1999 г. спортивного канала. В июне 2000 г. DD Sports начал работать в круглосуточном режиме. С сентября 2000 г. канал вел трансляции в закодированном виде, однако с июля 2003 г. возобновилось вещание в открытом виде, что вызвало резкое сокращение прибыли частных каналов в секторе спортивного вещания. В 2004 г. зрительская аудитория частных спортивных каналов сократилась по сравнению с 2003 г. в 2,5 раза.

Лидерами зрительской аудитории стали массовые развлекательные каналы на хинди, такие как: DD, Star Plus, Sony, Zee, Sahara. Данные вещатели могут похвастаться 40% индийской аудитории, кроме того на их долю приходится примерно 52% доходов от всей телерекламы. Массовые развлекательные каналы в Индии являются главным источником прибыли, поэтому чаще всего они идут как основные, а дополняют их пакеты других специализированных каналов. Их аудиторные показатели отличаются стабильностью, поэтому они привлекают достаточно высокий процент общего объема рекламы.

**IV. Правовое регулирование информационной сферы Индии**

В 2010 году Индия заняла 122 место во Всемирном рейтинге свободы прессы организации «Репортеры без границ», что ставит под сомнение соответствие свободы печати в стране демократическим стандартам. Кроме того, свобода печати не может быть реализована без свободного доступа к информации. Право на свободу прессы не прописано в Конституции Индии, однако оно подразумевается в её 19 статье, гарантирующей свободу слова. В Индии отсутствует специальный закон о печати.

Правовое регулирование деятельности прессы осуществляется на основании применяющихся исключительно к СМИ актов и ряда законов, имеющих отдельные положения, относящиеся к печати, например The Press and Registration of Books Act (1867), The Press Counsil Act (1978), The Young Persons (Harmful Publications) Act (1956), The Copyright Act (1957) и др.  
Что касается доступа к информации, основным актом, обеспечивающим его, является недавно принятый Закон о доступе к информации (The Right to Information Act, 2005).

На свободу прессы в Индии негативно влияет правовая ситуация со штатом Дамму и Кашмир. Полная или частичная принадлежность территории бывшего княжества Джамму и Кашмир Индии оспаривается Пакистаном и Китаем. Необходимо отметить, что большинство законов касающихся СМИ не распространяют своё действие на штат Джамму и Кашмир. Особое положение штата и ряд актов, действующих на их территории, позволяют государству беспрепятственно вмешиваться в деятельность прессы, тем самым ставя под сомнение реализацию свободы слова в стране в целом.

Анализ законодательных актов, регулирующих деятельность прессы в Индии, позволяет выявить противоречивые тенденции. Появление Закона о доступе к информации (2005), является примером либерализации печати в Индии. Однако некоторые формулировки в ряде законодательных актов фактически позволяют подвергнуть санкциям любой печатный орган или конкретного журналиста, например в законах, ограничивающих свободу печати в интересах безопасности (The Official Secrets Act, 1923). Правовые механизмы защиты журналистов в Индии далеко не совершенны. Играющий важную роль в регулировании деятельности прессы Совет по делам печати может выступать, не только как орган, сохраняющий свободу прессы, поддерживающий и улучшающий стандарт газет, но и в качестве эффективного инструмента цензуры.

**V. Новые информационные технологии и перспективы развития СМИ**

Индийские газеты демонстрируют способность успешно адаптироваться к условиям цифровой эры, используя возможности новых технологий. Развитие Интернета в Индии неизбежно привело к модернизации прессы, которая вышла на качественно новый уровень благодаря технологическим возможностям и конкуренции с онлайн ресурсами. Использование новых технологий в редакциях газет позволило изданиям существенно увеличить оперативность доставки контента читательской аудитории, наладить качественную обратную связь с читателями, увеличить объемы публикуемой информации, развивая цифровой контент. Учитывая, что газеты в Индии не устанавливают плату за доступ к своему онлайн архиву, использование возможностей Интернета позволило им совместить три важнейших фактора успеха: качественное освещение событий, скорость доставки информации читательской аудитории и доступную цену. Таким образом, развитие новых технологий в Индии не привело к упадку прессы, а, напротив, послужило хорошим стимулом для ее дальнейшего развития и качественного преобразования.[[6]](#footnote-6)

Интернет в Индии все еще остается городским явлением. Проникновение доступа в сельской местности в масштабах всей страны пока невелико, соответствующая инфраструктура находится на стадии развития. В силу отсутствия доступа в Интернет и зачастую телевидения, газета остается для сельских жителей единственным источником информации об окружающем мире.

Уровень грамотности в Индии остается достаточно низким, тогда как стремление населения к получению образования растет. В данном контексте важны государственные программы, направленные на повышение уровня грамотности в стране. Правительство страны даже курирует выпуск специальных газет для взрослого населения, обучающегося грамоте. Такие издания отличаются от обычных газет более простым языком и оформлением. Таким образом, на данный момент в Индии сформировалась группа потенциальных читателей газет на следующие 10-15 лет. На протяжении этого времени неграмотная часть населения выйдет на средний уровень грамотности, сформировав новую читательскую аудиторию печатных изданий. Жизнеспособность прессы обеспечивается также достаточно низкими расходами на ее распространение. Рекламодатели же рассматривают сегодня именно онлайн версии как дополнительную платформу для размещения рекламы.

Что касается аудиовизуальных СМИ, то их будущее связано с цифровыми платформами, которые активно внедряются в стране. Активным спросом пользуются именно спутниковые развлекательные каналы, бурно развиваются крупные телесети и медиаконгломераты, которые охватывают в себе разные типы СМИ. Озабоченность вызывает степень независимости информационных вещателей, что ставит на повестку дня вопрос об общественных масс-медиа.

**Список источников**

1. Круглов Е. В. СМИ Индии. // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2003. №5.
2. Прутцков Г. В. История зарубежной журналистики. 1929- 2011. / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 2011.
3. Ткачева Н. В. Индия. Медиасистема в условиях либерализации экономики / Под ред. Е.Л. Вартановой. М., 2009. / Москва
4. Филатова И. М. Развитие информационно-коммуникационных технологий в Индии и его социальные последствия // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 2.
5. Филатова И.М. Трансформация газетного рынка Индии в 1990-2010 гг. // Медиаскоп. 2011. № 2.
6. Индостан.ру. URL: http://www.indostan.ru/.
7. Law Research. URL: http://www.justlawlinks.com/GLOBAL/india/zin.htm.
8. Indian Parliament. URL: http://parliamentofindia.nic.in/.

1. Law Research [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.justlawlinks.com/GLOBAL/india/zin.htm>, свободный. Дата обращения: 17.11.2014. [↑](#footnote-ref-1)
2. Indian Parliament [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://parliamentofindia.nic.in/>, свободный. Дата обращения: 17.11.2014. [↑](#footnote-ref-2)
3. Индостан.ру [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.indostan.ru/, свободный. Дата обращения: 17.11.2014. [↑](#footnote-ref-3)
4. См. подробнее Ткачева Н. В. Индия. Медиасистема в условиях либерализации экономики. М., 2009. [↑](#footnote-ref-4)
5. См. подробнее Прутцков Г. В. История зарубежной журналистики. 1929-2011 / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 2011. [↑](#footnote-ref-5)
6. Филатова И.М. Развитие информационно-коммуникационных технологий в Индии и его социальные последствия // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 2. C. 121-137. [↑](#footnote-ref-6)