

**ДРУКОВАНІ МЕДІА ПАКИСТАНУ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА,
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ, ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ
(ЗА МАТЕРІАЛАМИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ)**

Преса і журналістика Пакистану мають молодий вік – їх розвиток триває лише 62 роки – з моменту створення у серпні 1947 р. незалежної Ісламської Республіки Пакистан після поділу Британської Індії. Перший період незалежності був дуже складним, бо протягом перших 28 років країною управляли військові. Ця обставина суттєво позначилася на формуванні національного медійного ринку, бо авторитарні методи управління країною негативно позначилися на функціонуванні пакистанських газет та журналів. Реконструюючи початки пакистанської преси слід зазначити, що у східній частині Британської Індії (у межах території майбутнього Пакистану) вже існували кілька видань: «Пакистан Таймз» (Pakistan Times), «Заміндар» (Zamindar), «Нава-і-Вакт» (Nawa-i-Waqt) та «Цивіль та Мілітарі Газетт» (Civil and Military Gazette), редакції яких знаходилися в місті Лахор. Невдовзі ще кілька мусульманських газет з інших регіонів переїхали до Пакистану (зокрема часопис «Дон» (Dawn) набув статусу щоденної пакистанського видання з головною редакцією в Карачі). Серед інших часописів, що почали виходити в Пакистані, слід назвати «Морнінг Ньюз» (Morning News) та дві ранкові газети мовою урду «Янг» (Jang) та «Ан'ям» (Anjam).

Впродовж 1994-1997 рр. загальна кількість щоденних та щомісячних видань зросла до 4.455 назв, але вже у 2003 р. зменшилась до 945. Тим не менш, в 2003 наклад друкованих видань значно зріс, особливо це стосується щоденних видань (з 3 млн. до 6,2 млн.).

Становище преси як соціального інституту покращилося, навіть попри намагання влади контролювати пресу, вона дедалі більше відігравала важливу роль в громадському житті пакистанців.[2]

Власниками газет та журналів були переважно приватні особи, які об'єднувалися в акціонерні компанії або трасти. Траст національної преси (The National Press Trust) – неприбуткова організація, що була заснована в 1964 р. як приватна структура, але через 8 років перейшла під державний контроль. З двох найбільших новинних агенцій Пакистану «Асошіейтед Прес ов Пакистан» (Associated Press of Pakistan) та «Пакистан Прес Інтернешнал» (Pakistan Press International), перша перейшла під урядовий контроль в 1960 р., а друга залишилася приватним акціонерним товариством[3].

Населення Пакистану на 2009 р. становило близько 180 млн. і складалося з багатьох етнічних груп, у т.ч.: пенджабі (48,2%), пуштуни (13,1%), сикхи (11,8%), белуджи (9,8%). Хоча державною мовою є урду, але тільки близько 8% населення розмовляє нею, в той час, як пенджабі – 48%, англійською – 8% (яка вважається мовою еліти та державних службовців). Інші мови, якими розмовляють громадяни Пакистану: сикхи (12%), сіракі (різновид пенджабі – 10%), пушту (8%), гінді (2%) та інші мови та діалекти, що у сукупності становлять 8%[5].

Така мовна різноманітність мешканців країни позначилася на структурі преси. Газети, що виходять мовою урду є популярнішими від англомовних. Згідно до даних, які наводить британська газета «Файненшел Таймз» (Financial Times), загальний наклад англомовних видань в країні складає близько 150.000[6].

Щодо специфіки читачів англомовних видань – їм надає перевагу еліта, тоді як видання мовою урду поширені серед «широких мас» та вміщують скандальні матеріали поруч з вартісними журналістськими матеріалами. мовою урду також виходять релігійні та партійні видання. На аудиторії видань позначається низький рівень освіченості громадян: тільки 42,7% населення Пакистану (старше 15-ти років) може читати та писати[5].

Характеристика змісту та зовнішнього вигляду видань Пакистану.

Попри те, що влада Пакистану намагається диктувати виданням наперед визначені «правила гри», преса підтримує ліберальні цінності й залишається впливовою та орієнтованою на підтримку свободи слова. Преса є центром життя країни.

Оскільки на сторінках видань висвітлюються не тільки соціальні теми, а й політичні, комерційні, релігійні тощо – газети стали ефективним засобом впливу в середовищі політиків та бізнесменів. Досить рідко згадується на сторінках видань (причому виключно в позитивному контексті) армійська проблематика, бо критикувати військових заборонено – Офіс міжсервісного PR (the Office of Inter-Services Public Relations (ISPR) чітко координує новинні релізи з цієї тематики. Англомовні газети подають більше міжнародних новин, ніж пакистанські іншими мовами[7].

Пакистанські газети за розмірами трохи більші за таблоїди (279x432 мм); їх обсяг становить близько 20 сторінок. Всі пакистанські видання можна розділити за періодичністю на щотижневі, ті що виходять двічі на тиждень, щоденні, місячники та іншої періодичності. Найбільші газети («Янг» (Jang), «Нава-і-Вакт» (Nawa-i-Waqt), «Дон» (Dawn), «Нейшн» (The Nation), «Ньюз Інтернешнл» (The News International) та «Бізнес Рекордер» (Business Recorder)), мають он-лайн версії.

Найбільший наклад в Пакистані має щоденна газета «Янг» (Jang) (800 тис. примірників) далі йдуть «Нава-і-Вакт» (Nawa-i-Waqt) (500 тис.), «Пакистан» (Pakistan) (279 тис.), «Кабраян» (Khabrain) (232 тис.), «Зе Ньюз» (The News) (120 тис.), «Дон» (Dawn) (109 тис.) та «Бізнес Рекордер» (Business Recorder) (22 тис.)[10].

Три найвпливовіших видання Пакистану – це англомовне «Дон» (Dawn), щоденне мовою урду – «Янг» (Jang) та щоденна економічна газета «Бізнес Рекордер» (Business Recorder). Середня ціна газети коливається від 5 до 15 пакистанських рупій¹.

Видання залежать від прибутку з реклами. Звичайно ж, найбільші прибутки від реклами отримає телебачення – 40%, газети – 32%, журнали – 10%, радіо – 3%. Державні агентства – найбільші рекламодавці, які дають близько 30% всієї реклами в газетах.

Саме через те, що велику частину рекламного бюджету формує держава, можна говорити, що саме вона має дієві важелі впливу на національні ЗМІ. Найбільша щоденна газета мовою урду «Янг» (Jang) та англомовне щоденне видання «Ньюз» (News), власником яких є Шакіл-ур-Рахман (Shakil Ur-Rahman), були на певний час позбавлені такого життєво необхідного джерела прибутку від державної реклами за публікацію низки критичних матеріалів. «Янг Груп» (Jang Group) також були оштрафовані на великі суми державними інспекторами та отримали погрози «гіршого», якщо вони друкуватимуть критичні матеріали, підготовлені репортерами видання.

Але завдяки національним та міжнародним організаціям в країні набувають вагомішого «звучання» цінності свободи преси та демократії. І хоча держава залишається найбільшим рекламодавцем, приватизація великих підприємств та банків призводить до того, що держава втрачає контроль над пресою[11].

Інтернет.

«Діджіком» (Digicom) – приватний Інтернет-провайдер, що розпочав свою роботу з міста Карачі в 1995 р. А вже за рік доступ до мережі можна було отримати і в інших містах країни, і вже до 1999 р. до мережі були підключені 600 тис. комп'ютерів.

Інтернет надав можливість людям з інших країн світу отримувати інформацію про Пакистан, а пакистанців зробив ближчими до світу. Всі видання-лідери ринку мають свої он-лайн версії: «Янг» (Jang), «Нава-і-Вакт» (Nawa-i-Waqt), «Дон» (Dawn), «Нейшн» (The Nation), «Ньюз Інтернешнл» (The News International), і «Бізнес Рекордер» (Business Recorder).

Найбільші медіа-групи Пакистану.

Провідні позиції в Пакистані займають три медіа-групи: «Яег Груп» (Jang Group), «Геральд Груп» (Herald Group) та «Нава-і-Вакт Груп» (Nawa-i-Waqt Group). Найбільшою з них є «Янг» (Jang), яка видає найтиражніший щотижневий журнал мовою урду та дві вечірні газети «Авам» (Awam) та «Дейлі Ньюз» (The Daily News). Остання – перша пакистанська газета, що комп'ютеризувала всі етапи підготовки видання.

«Пакистан Геральд Паблікейшнз» (Pakistan Herald Publications Ltd.) видає «Дон» (Dawn), яка має найбільші накладі в Капі. Також «Геральд Груп» (The Herald Group) видає англомовну вечірню газету «Стар» (Star) та впливовий англомовний місячник «Зе Геральд» (The Herald). Видання цієї медіа-групи спрямовані на середній та вищий суспільні класи, які мають певний освітній ценз та підтримують ліберальні цінності.

¹ 1 пакистанська рупія = 0,095 грн.

«Нава-і-Вакт Груп» (Nawa-i-Waqt Group) видає «Нава-і-Вакт» (Nawa-i-Waqt), а також щоденне англомовне видання «Нейшн» (The Nation). Цій медіа-групі також належать щотижневий видання для всієї родини мовою урду «Фемілі» (Family).

В країні існує кілька інших значних за розміром медіа-груп та незалежних видавництв. Зокрема, протягом останнього десятиліття зміцнила свої позиції видавнича група, яка володіє кількома газетами, у т.ч.: «Кабраян» (Khabrain), «Пакістан Аусаф» (PakistanAusaf) та «Дін» (Din).

Політичні партії також часто виступають засновниками та власниками газет. Так, найстаріший релігійний партії Пакистану – Ямаат-е-Ісламі (Jamaat-e-Islami)² – належить видання «Ясарат» (Jasarat), а Пакистанська Партія Народу володіє виданням «Муссават» (Mussawat).[12]

Мережа дистрибуції видань.

Видання в Пакистані друкуються офсетним методом. Технології у видавництві та редагуванні підвищили якість видань, втім методи поширення преси не зазнали змін за останні кілька десятиріч.

Більшість газет та журналів Пакистану жорстко конкурують між собою за читача. Для того, щоб розширювати територію збуту вони створюють свої пункти друку та дистрибуцію в різних містах країни, та виходять кількома мовами. Видання переважно користуються мережею місцевих поширювачів. До міст, що знаходяться неподалік від видавництв, газети та журнали доставляють автобусом, а у віддалені райони – літаком.

Як би видавці не ждали свободи для своїх видань, окрім реклами, вони залишаються залежними від держави ще через процедуру придбання газетного паперу. Останніми роками його імпортом займалось Міністерство інформації та мовлення, що дозволяло владі контролювати пресу країни.

В квітні 1989 р. уряд прем'єр-міністра Беназір Бхутто вирішив покінчити з такою маніпулятивною практикою та замінити дозвоільну схему отримання газетного паперу прозорою процедурою його імпорту за ринковими цінами. Таким чином, деажава декларувала своє прагнення відмовитися свого неекономічних важелів контролю за таким стратегічно важливим для газет матеріалом як газетний папір.

Проте вже у 1991 р. уряд нового прем'єра Наваз Шаріфа відновив практику видачі дозволів газетам на закупівлю паперу. Один з підрозділів Міністерства інформації та мовлення здійснював контроль кількісних показників видань і керував ними за допомогою дозволів на закупівлю паперу. Наступний уряд Мушарафа також скористався цією системою впливу для контролю над пресою. Не гребував він і тиском на видання через зменшення державного рекламного бюджету. Новий прем'єр-міністр Юсуф Реза Гилані не відрізняється м'якістю до медіа. Сьогодні також лунають скарги журналістів на тиск, який на них чиниться[13].

Попри це, приватні видання вільно обговорюють суспільно значущі питання та критикують уряд. Вони публікують контраверсійні судження опозиціонерів про дії уряду, а в редакторських колонках обговорюється ціла низка соціально дражливих питань. Такі вирази свободи спричиняють незадоволення місцевої поліції, проводу політичних партій та релігійних груп. Тиск на медіа – звична практика для пакистанської журналістики, крайніми виявами якого може бути фізичне насильство, пограбування редакції, погрози та побиття журналістів. Кореспонденти невеликих провінційних видань стикаються зі ще більшою кількістю проблем, починаючи від перевірок місцевими держслужбовцями до погроз від впливових бізнесменів.

Середня зарплатня журналістів 6-18 тис. рупій, разом з тим дехто з журналістів підробляє «джинсою». Зокрема, за даними Всепакистанського газетного об'єднання найчастіше практикується доплата журналістам за позитивне висвітлення роботи прем'єра або військових структур[2].

Журналістська освіта в Пакистані.

Пакистанська фундація преси організує проведення журналістських тренінгів, майстер-класів та семінарів, під час яких обговорюються проблеми, з якими найчастіше стикаються журналісти, які працюють в Пакистані. Для журналістів районних ЗМІ проводяться тренінги та лекції про права та відповідальність співробітників медіа. Фундація

² Ісламістська релігійна та політична партія в Пакистані, що була заснована 26 серпня 1941 р.

преси також проводить тренінги для розвитку репортерських навичок, звертаючи увагу на дотримання правил журналістської етики.

Фундація планує створити курси підготовки співробітників прес-служб компаній. Очікується, що це допоможе журналістам в оперативному отриманні об'єктивної інформації від приватних та офіційних установ. Окрім того, у великих містах планується створення спеціальних електронних бібліотек з архівами, які б дозволили журналістам мати доступ до наявної у них інформації з різних тем. Іншою інновацією повинне стати запровадження стандартних акредитаційних карток, вони будуть видаватися згідно акредитаційному закону та рішенням акредитаційного комітету. [14]

Висновок.

Історія Ісламської Республіки Пакистан, політичні та економічні кризи в країні поставили пресу в становище, коли вона змушена постійно знаходитися «на чатах», інформуючи громадськість про важливі суспільні події. З часу утворення країни у 1947 р. Пакистан пережив дві військові диктатури та три військових стани, і це залишило свій відбиток на свободі преси. Демократичні цінності, що мають на меті захищати незалежний статус преси закладені в конституції країни. Але щороку журналістів арештовували або навіть ув'язнювали, їх офіси обшукували або й нищили, а матеріали суворо цензурували. Тим не менш преса вистояла, і міжнародні організації все частіше почали називати Пакистан «частково вільною» країною, яка хоч і декларативно, але починає обстоювати демократичні цінності.

Пакистанським журналістам доводиться наполегливо працювати, щоб їх голос було почуто, особливо коли йдеться про намагання уряду розробити нові закони про пресу.

Проблеми, з якими стикається Пакистан, не є новими, їх не можна вирішити швидко, прийнявши одне правильне рішення. Нещодавні арешти пакистанських журналістів тільки є цьому підтвердженням. Тим не менше, Пакистан залежить від міжнародних дотацій, і це робить уряд дещо поступливішим перед тиском міжнародних організацій, які виступають за свободу преси. До того ж, у журналістській професії сформувалось нове покоління жінок-редакторів, які привертають багато уваги до питання безпеки та прав журналістів, а це можна вважати важливим кроком до вирішення найбільш актуальних проблем медійного простору Пакистану.

Джерела та література:

1. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/1157960.stm>
2. <http://countrystudies.us/pakistan/81.htm>
3. http://en.wikipedia.org/wiki/Associated_Press_of_Pakistan
4. <http://en.wikipedia.org/wiki/Pakistan#Demographics>
5. <http://geosite.com.ua/index/0-223>
6. <http://www.theworldpress.com/press/pakistanpress.htm>
7. <http://www.fas.org/irp/world/pakistan/ispr/index.html>
8. http://gaz.sagepub.com/cgi/pdf_extract/2/2/92?ck=nck
9. http://en.wikipedia.org/wiki/Media_of_Pakistan
10. <http://www.glocaltimes.k3.mah.se/viewarticle.aspx?articleID=170&issueID=0>
11. <http://zenubia.wordpress.com/2007/04/13/freedom-of-press-in-pakistan-by-hameed-haroon-of-dawn/>
12. <http://www.abyznewslinks.com/pakis.htm>
13. <http://www.thepakistaninewspaper.com/>
14. <http://online-rmnp.tripod.com/>