
АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ ИНДИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОВОДИМОЙ ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКИ*

В.В. Матвиенко

Кафедра теории и истории журналистики
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье рассматривается языковое многообразие Индии, показаны некоторые шаги индийского правительства по проведению языковой политики в стране, анализируется использование английского языка, в том числе его индийского варианта, в средствах массовой информации как решение проблем межнационального диалога.

Ключевые слова: средства массовой информации Индии, языковая политика, государственный язык, Hinglish, англоязычный читатель.

В 2011 г. в Индии прошла крупнейшая в мировой истории перепись населения. Впечатляет не только масштаб проведенной акции стоимостью 1,3 млрд долл. США, в которой были задействованы 2,5 млн [1] сотрудников местных органов власти и учредителей, но и небывалые внедренные инновационные модели (1).

Основной итог переписи: за 10 лет население страны увеличилось на 181 млн человек (2).

Выяснилось, что в Индии более 2 тыс. этнических групп, говорящих на 1652 языках и диалектах [2]. Все языки были сгруппированы и отнесены к следующим четырем языковым семьям:

- индоевропейская (индоарийская группа),
- дравидская,
- южноазиатская (австроазиатская),
- тибето-бирманская.

Отдельно рассматривают два изолированных языка — нихали и бурушаски.

Следует понимать, что к каждому языку той или иной языковой семьи относится целый ряд диалектов. В то время как многие из этих диалектов официально признаны, остается еще много не классифицированных языков.

Приведенные статистические данные свидетельствуют о необходимости проведения в Индии гибкой языковой политики, позволяющей максимально сглаживать противоречия, возникающие между гражданами — носителями разных родных языков.

В Большой советской энциклопедии сказано, что языковая политика является ключевым аспектом государственной политики, касающейся национального вопроса, неотъемлемой частью национальной политики, что обуславливает их взаимозависимость и взаимосвязанность.

* Публикация подготовлена в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 гг.; Г/К №14.741.12.0178 от 16 июня 2011 г.

Эффективность языковой политики зависит от социально-политических, идеологических, психологических, эстетических факторов [3].

Лингвистический энциклопедический словарь, в свою очередь, рассматривает языковую политику как совокупность идеологических принципов и практических мероприятий по решению языковых проблем в социуме, государстве [4].

Впервые вплотную с проблемой языковой политики правительство Индии столкнулось сразу после обретения страной независимости в 1947 г. Лидеры молодого государства приняли решение сделать хинди государственным языком, на котором в то время говорили не более 40% всех жителей страны (сейчас, по последним данным переписи, — 43%). Но официальным языком колониальной эпохи, общепонятным для представителей многих национальностей страны, равно как и престижным языком общения социальных верхов, был, разумеется, английский, поэтому индийские власти провозгласили также и этот язык временным государственным на переходный период в 15 лет. Таким образом, Индия стала страной с двумя государственными языками.

Из огромного количества языков и наречий многие, по мнению индийских исследователей, оказываются нежизнеспособными и постепенно отмирают. В то же время некоторые языки и наречия (например, тамильский или бенгальский) благополучно сохранили свою актуальность и в какой-то мере престиж. Эти константные языки бросают вызов хинди как государственному языку. Многие носители уверены, что их родной язык ничем не уступает хинди. И если уж их собственные языки и наречия по ряду причин не могут стать государственным языком, то оптимальным выходом стало присвоение «нейтральному» английскому языку данного статуса.

Сегодня ни один язык Индии не мотивирует национальную идентичность.

В Пакистане, например, после разделения Британской Индии на два государства были учтены интересы лишь одной этнической группы. Официальным языком здесь был принят урду, который на момент появления страны являлся родным только для 7% населения [5] (сейчас английский также присутствует в официальном документообороте).

Поначалу в конституции Индии было прописано наличие 15 «главных языков», приобретших статус официальных языков отдельных провинций (сейчас их уже 22) [6]. Использование английского языка как государственного было политическим решением бессрочно продлено. Поэтому можно однозначно утверждать, что один из основных языков средств массовой информации Индии — английский, бесспорно являющийся конкурентоспособным преимуществом для вовлечения Индии в общемировой информационный процесс.

Несомненно, индийский вариант английского языка (контактное двуязычие) включает в себя различные диалекты, что обусловлено влияниями региональных языков. Это приводит к определенным трудностям в понимании в меньшей степени газетных текстов, в большей — радио- и телесообщений англоязычными «неиндийцами».

Наименьшее число грамматических вариаций встречается в семьях высших слов общества, хотя даже там есть разновидности. Английский язык, который пре-

подают в школах, — это, по существу, британский английский язык. В международную языковую школу в г. Хайдерабаде приезжают изучать английский язык из многих стран мира, в частности, из России. Однако в Индии очень широко распространен так называемый Hinglish (от **Hindi** + **English**), ставший принятым национальным стандартом английского языка. Здесь не только особое произношение, своеобразное построение фразы и нарушение общепринятых традиционных норм грамматики, но и вплетение совершенно чуждых для исконно английского языка слов. Например:

Woman she finish thing me speak? вместо Has she done what I told?
(Она сделала, что я сказал?)

Dad, time kya hua hai? вместо Dad, what is the time right now?
(Папа, сколько сейчас времени?)

He's a postwalla вместо he works in a post office (walla — person)
(Он работает на почте.)

Beta, slowly jAnA! вместо Son, go slowly!
(Сынок, иди быстро!)

Let's have a dekho! вместо Let's have a look!
(Давайте взглянем.)

Исследователь Индира Газиева в своей статье «Контактные языки в современной Индии» [7] утверждает, что Hinglish — новый феномен. Однако это не так. Еще в период колонизации индийский английский язык утвердился как диалект с его собственными «причудами». Однако автор права, что такой стандарт языка преобладает в таких средствах массовой коммуникации, как кино, музыкальные и развлекательные телеканалы, молодежное радио. Ученый-лингвист из Уэльского университета Дэвид Кристал высказал предположение, что на языке Hinglish говорят более 350 млн человек. В это число входят и индийцы-эмигранты, живущие за пределами своей исторической родины [8].

Анализ индийской качественной прессы за три года (газеты медиацентра Times of India) показал, что английский язык в периодических изданиях соответствует общеупотребительным нормам и доступен англоязычным пользователям многих стран. Но все же в индийском варианте английского языка до сих пор встречается много фраз, которые британцы сегодня считают устаревшими.

Исключительность английского языка в средствах массовой информации Индии в том, что изначально, со времени появления первых индийских газет в XVIII в., он никогда не подвергался «зачисткам» и никому не приходило в голову управлять языком от имени государства во времена колониального господства. Если бы Великобритания попыталась навязать Индии свои правила правописания, дни официального статуса английского языка в этой стране были бы сочтены. Сегодня в Индии выходят толковые словари именно индийского варианта английского языка, без всякой оглядки на нормы радио BBC [9]. Преподаватель Балджиндер Махал в 2006 г. издал словарь под названием «Королевский хинглиш» по аналогии с «Королевским английским» — Queen's English/Hinglish.

Однако, как это происходит во многих странах мира, по причине все возрастающего влияния американской культуры в Индии американский английский уже бросает вызов традиционному британскому. Пока это наблюдается в основном в молодежной среде. Происходит распространение так называемой MTV-культуры. Эта проблема в Индии сейчас особенно актуальна. Примерно 70% англоговорящих индийцев, а это высокообразованные люди, считают лучшим стандартом BBC English, 10% предпочитает американский, а 17% — индийский вариант.

В начале 2000-х гг. в сфере печатных СМИ одной из основных тенденций исследователи называли рост числа читателей, предпочитающих прессу на родном языке, в ущерб англоязычной аудитории, утверждая, что влияние англоязычной прессы медленно, но устойчиво снижается [10]. Отчасти это верно — англоязычная пресса господствовала в стране лишь первое десятилетие независимости, бурное же развитие изданий на национальных языках началось с конца 1950-х гг. и продолжается по сей день. В 1950 г. из 214 ежедневных газет 44 издания выходили на английском языке, остальные — на национальных языках. К 1990 г. число ежедневных газет уже достигло 2856, из них 209 на английском и 2647 на национальных языках. На стыке веков, с 1999 по 2003 г., численность англоязычной аудитории выросла на 4%, а аудитории, говорящей на индийских языках, — на 14%. Этот показатель можно проиллюстрировать: сегодня в реестре печатных СМИ Индии зафиксировано 7710 ежедневных изданий [11], из них на хинди — более 3000, а на английском языке только около 500 изданий. Остальные издания публикуются на официальных языках штатов. Читательская аудитория с начала века увеличилась на 27% именно за счет изданий на индийских языках [12. С. 62]. Но англоязычные издания в Индии имеют запредельные тиражи.

Кроме 22 официальных языков Индии (кроме английского языка), заявленных в восьмом официальном документе Конституция Республики Индия, газеты зарегистрированы еще и на 100 языках и диалектах, включая иностранные. В штате Орисса из 22 официальных языков Индии газеты печатаются на 18. Далее следует штат Махараштра, где представлены издания на 17 языках. Тройку лидеров замыкает союзная территория Дели, в которой периодика выходит на 16 языках [11. С. 771].

В 2010 г. самое большое количество (25 527) периодических изданий было опубликовано на хинди. На английском языке публикуется 10 000 изданий.

Газеты выходят во всех штатах и союзных территориях. По количеству публикуемых газет лидирует штат Уттар Прадеш. Здесь издается самое большое число газет (10 799). Следующую строчку по количеству периодических изданий занимает Дели, где печатается 8545 газет [11. С. 771].

Газеты на родном языке читают преимущественно жители некрупных городов. Эти издания оказывают гораздо большее влияние на общественное мнение, чем англоязычная пресса. Тем не менее доходы англоязычных газет выше, чем у изданий на национальных языках, поскольку внимание крупных рекламодателей направлено на платежеспособные слои населения, к которым и по сей день относят аудиторию англоязычных газет. Именно по этой причине медиаконцерны продолжают издавать газеты и даже наращивать объемы производства медиаконцерны на английском языке.

В популяризации английского языка в стране важную роль играет телевидение. Хотя, по противоречивым данным, только от 4% до 7% населения понимают английский язык; Hinglish, несмотря на желания его противников, останется здесь — и есть основания, что навсегда, — окончательно войдя в стиль индийской жизни.

Важно упомянуть и тот факт, что в Индии вещание детских программ находится под контролем компании Sesame Workshop, выпускающей детские и образовательные программы на английском языке. Учитывая огромную популярность телепродукции этой компании, не удивительно, что число англоговорящих в Индии увеличивается.

Распространение английского языка по всему миру является общепризнанным фактом. Более или менее основательно им владеет около 1,5 млрд человек. Но данные официальной статистики ООН говорят, что если в 1958 г. 9,6% населения Земли считали этот язык родным, то в середине 1990-х гг. — только около 6,9%. Американский ученый Дж. Фишер в журнале «Foreign Policy» пишет, что мировому господству английского языка может вскоре прийти конец: «Развитие местных коммуникаций, информационных рынков, а также миграция населения способствуют распространению так называемых региональных языков во всем мире».

Иерархия же языковых систем в начале нового миллениума выглядит следующим образом (по количеству говорящих на этих языках): китайский, английский, испанский, хинди, бенгали, арабский, португальский, русский [13. С. 28—29].

В целях укрепления национального единства в 1982 г. с помощью спутниковой связи началась трансляция общенациональной телепрограммы. Эта программа, ретранслируемая местными станциями, шла попеременно на хинди и на английском языке. Несмотря на широкую рекламу, новое начинание вызвало серьезные возражения в ряде штатов страны, где хинди не является основным языком. Раздавались даже требования прекратить ведение этих передач. Развернулась острая дискуссия. Большинство ее участников высказались все-таки за сохранение программы на английском языке и постепенное расширение ее путем включения передач на других языках.

Тем, кто отвечает за развитие в Индии Интернета, который сейчас рассматривают как полноправный канал СМИ, также приходится учитывать особенности индийской аудитории, не всегда способной свободно пользоваться интернет-ресурсами. Это, разумеется, проблема полилингвизма. Казалось бы, английский язык, будучи международным языком Интернета, мог бы вполне устроить индийских пользователей глобальной сети: это один из государственных языков Индии, и на нем говорит большинство грамотных жителей страны. Однако амбициозность планов индийского руководства по развитию высоких технологий именно в том, чтобы Интернет в стране стал в подлинном смысле массовым, и поэтому был сделан акцент на языковое разнообразие индийских интернетовских сайтов. Из индийских языков главное место в Интернете занял, конечно, хинди. На этом языке раньше других появились порталы и сайты, а также учебно-справочные изда-

ния, посвященные компьютерам, вордовским программам и Интернету. Проблема терминологии, затруднявшая работу в Сети, постепенно решалась в той же хиндиязычной литературе. Однако очень скоро в печати появились материалы, в которых специалисты стали вдруг утверждать, что вряд ли можно ожидать от хиндиязычного Интернета большого будущего. По их мнению, пройдя начальный курс обучения Интернету на хинди, индийские пользователи очень быстро перейдут на англоязычные интернетовские сайты, позволяющие блуждать по всей глобальной Сети [14].

Таким образом, языковая структура индийского общества отличается воистину чрезвычайной сложностью. Индусы низших социальных слоев по-прежнему используют в бытовом общении свои родные языки и пользуются соответствующими каналами СМИ. Что касается двух более высоких общественных слоев, то роль языка среднего уровня играют ограниченные пределами отдельных провинций «провинциальные языки». А высшую нишу занимают два государственных языка, включая принадлежащий к числу мировых языков английский язык.

Крупный частнопредпринимательский сектор косвенно содействует укреплению позиций английского языка в стране, продолжая издавать газеты и даже наращивать объемы производства медиaproдукции на этом языке, поскольку к аудитории англоязычных газет и по сей день относятся самые платежеспособные слои населения.

ПРИЛОЖЕНИЯ

- (1) Всех жителей в возрасте от 15 лет сфотографировали, взяли у них отпечатки пальцев и присвоили им 16-значные номера для выдачи удостоверений личности нового образца.
- (2) Для сравнения: население России составляет всего около 140 млн человек.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] URL: http://www.bbc.co.uk/russian/international/2010/04/100401_india_census_biometric.shtml
- [2] Census of India Website: Office of the Registrar General & Census Commissioner, India. URL: <http://www.censusindia.gov.in>. Retrieved 2011-09-26.
- [3] Большая советская энциклопедия. URL: <http://bse.sci-lib.com/article128134.html>
- [4] Лингвистический энциклопедический словарь. URL: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru/description/iazykovaia%20politika/764>
- [5] URL: http://www.ethnologue.com/show_country.asp?name=pk
- [6] URL: <http://www.vokrugsveta.ru/encyclopedia/in>
- [7] *Indira Gazieva*. Contact Languages in Modern India // Nation and modern language aspects of socio-linguistic development. Third International Conference. KTU Panevėžys Institute Centre of Languages, 9—10 October 2008.
- [8] A Hindi-English jumble, spoken by 350 million. URL: <http://www.csmonitor.com/2004/1123/p01s03-wosc.html>
- [9] URL: <http://www.svoboda.org/programs>
- [10] *Sanjay B.P.* Press history in India // The Indian media illusion. Delusion and Reality. — New Delhi, Prem Bhatia Memorial Trust, 2006.
- [11] India 2010. A Reference annual. Published by the Additional Director General, Publications Divisions, Ministry of Information & Broadcasting, New Delhi — 110003. P. 754—808.
- [12] *Мартынов Д.В., Оськин А.В.* Рынок печатных СМИ в России и в мире. — М., 2006. — С. 62.

[13] Глобальное общество. — СПб.: Алетейя, 1999. — С. 28—29.

[14] *Круглов Е.В.* Индустрия информационных технологий Индии в 2003 году // Журналистика. — М.: МГУ, 2004. — № 1.

THE ENGLISH LANGUAGE IN INDIAN MEDIA SCENE AS AN ELEMENT OF LANGUAGE POLICIES

V.V. Matvienko

Department of Theory and History of Journalism
People's Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 177198

The article discusses the linguistic diversity of India; shows some steps of the Indian government in the country's language policy; examines the use of the English language, including its Indian version, in mass media as a solution of interethnic dialogue problems.

Key words: Indian mass media, language policy, the state language, Hinglish, English-speaking reader.