

Таджикистан: пресса о прессе, №36 (244), 2010г.

Обзор еженедельных газет Таджикистана за 8 сентября 2010 г.

«Куда идет вся реклама?» - задается вопросом газета «Факты и Комментарии» (№24 от 08.09.2010г.). Издание сообщает, что Центр социологических исследований «Зеркало» реализовал в июне-июле в столице первый этап собственного проекта по измерению объемов размещаемой в столице рекламы за июнь-июль 2010 года.

Мониторинг рекламы, размещенный в носителях г. Душанбе в июне, показал, что общий объем рынка рекламы составил 3,1 млн. сомони (около 713 тыс. долларов США). В июле произошло снижение на 9% до 2,9 млн. сомони (около 646 тыс. долларов США).

Значительный вклад в объем рынка вносит телевизионная реклама, которая составляет более половины от общего объема. Суммарный вклад рекламы, размещенной в печатных СМИ, составил 22% в июне и 19% в июле.

В количественном измерении на ТВ было размещено около 225 тыс. секунд рекламы в июне, а в июле объем снизился на 19% - 183 тыс. секунд. В остальных носителях объем рекламы составил:

- на радио - от 349 тыс. секунд в июне до 361 тыс. секунд в июле;

- в печатных СМИ - 358 тыс. см 2 за два месяца;

- на уличных носителях было размещено 388 рекламных сообщений в июне и 457 - в июле.

Таким образом, рынок рекламы г. Душанбе, являющийся основным для Таджикистана, в значительной степени отстает от показателей других стран. Например, по прогнозам медиаагентства Zenith Optimedia, объем российского рынка рекламы в текущем году составит более 600 млн. долларов США в месяц.

В июле рекламные сообщения были зафиксированы в 23 наименованиях изданий. В целом было зафиксировано и классифицировано 1231 рекламное сообщение, общей площадью 358431,5 см2. В денежном выражении объем рынка печатных СМИ составил 535345,3 сомони или 122219,7 долларов США.

Наиболее востребованной по размещению рекламы является «Рекламная газета». В ней размещено 43% всех рекламных сообщений июля. В первую пятерку, хотя и со значительным отрывом, также входят «Азия плюс» - 15%, «Дайджест-пресс» - 8%, «Садои мардум» - 7% и «Джумхурият» - 5% от всех размещенных сообщений. В изданиях, входящих в первую пятерку, размещено около 80% всех рекламных сообщений июля.

Более половины рекламных сообщений в прессе были размещены в текстовом виде, 42% в виде модульной рекламы, а доля PR-статей составила 1,5%. Рекламодатели предпочитают размещать рекламу на русском языке - 70%.

Здесь же газета сообщает, что спустя два месяца после объявления возможности на бесплатную рассылку еженедельной газеты «Факты и комментарии», число пользователей изъявивших желание получать ее достигло 240 адресов.

Наибольшее подключение отмечается в последние две недели, когда были сделаны специализированные объявления через сайт «Авесты» и в социальных сетях «Твиттер» и «Фейсбук», где у «Авесты» есть свои страницы-новостные ленты.

Проект является пока открытым к доступу и ожидается, что будет переведен на платный режим, ориентировочно в начале 2011 года. Организаторы этой акции ожидают окупить расходы за счет частных объявлений и коммерческой рекламы, размещаемой прямо в поле почтового сообщения, через которое подписчикам рассылается газета.

«Идея перевода традиционной газеты в Интернет-издание у нас появилась сравнительно недавно, что также обусловлено нашими опасениями возможных гонений на редакцию или блокированием финансовых потоков, - отмечает главный редактор издания Зафар Абдуллаев. - Последние годы издание ведет неравное информационное противостояние с крупнейшей финансово-промышленной группой страны, которое достигло пика к настоящему времени, и в связи с тем, что вопрос уже фактически касается самых высокопоставленных чиновников страны, мы не исключаем каких-либо действий цензурного характера или давления.

Мы всерьез рассматриваем перевод издания в чисто электронный вид, что позволяет быть более мобильными, более независимыми от различных условий, а также сможет обеспечить более частый выпуск - два-три раза в неделю, или ежедневно. Рост аудитории сайта «Авесты» за последние недели еще больше вдохновляет нас на эксперименты в сети Интернет», - добавил Абдуллаев.

Азизи Накибзод на страницах «Озодагон» (№35 от 07.09.2010 г.) сетует на то, что некоторые программы таджикского телевидения бывают намного обиднее, чем шутки в передаче «Наша Раша» канала ТНТ.

Таджикские телевизионные каналы полагают, что у нас очень наивный народ и может верить в те достижения, о которых они твердят каждый день, - пишет автор. Если бы они считали иначе, разве бы говорили о достижениях страны с семимиллионным населением, имеющим около 2-х миллиардов долларов долгов, где более 60 % населения живет за чертой бедности, страны, с отсталой экономикой, где почти все отрасли коррумпированы. Если бы таджикские телевизионные каналы не считали свой народ наивным и простодушным, разве бы показывали они события гражданской войны, когда почти все мы являемся свидетелями этих событий, однобоко и корыстно и разве бы считали они деятельность компании IRS «крупным достижением» для республики. Неверное это характерно только нашему телевидению, не говорить о проблемах и трудностях народа. Хорошо, что наш народ не такой, каким его считают сотрудники ТВ, иначе бы после просмотра таких программ подумали, что мы живем в раю», - пишет автор материала.

«Фараж» (№36 от 07.09.2010 г.) сообщает о том, что на прошлой неделе независимое издание «Миллат» отметило свое пятилетие. На торжестве по этому случаю приняли участие такие известные люди, как Мухаммаджон Шкухи, Бозор Собир, Мумин Каноат, Мухиддин Кабири и другие, которые поздравили сотрудников газеты с праздником и пожелали им успехов.

«Азия плюс» » (№38 от 07.09.2010 г.) в рубрике «Резонанс» опубликовала ответ администрации ТГМУ имени Абуали ибн Сино на материал, в котором на вопросы пользователей сайта «Азия плюс» отвечал министр здравоохранения.

«Поскольку один из вопросов непосредственно был связан с нашим университетом и унижил достоинство вуза, мы считаем необходимым к ответу министра выразить и свое мнение», - так начинается отклик.

Далее администрация ТГМУ пишет, что, судя по вопросу автора заметки Дилбар Хусейновой, чувствуется ненависть и недоброжелательность с ее стороны к медицинским работникам. Вопрос является нелогичным, необоснованным и клеветническим, вводит в заблуждение читателей, далеких от медицины. «Дилбар Хусейновой хотелось бы узнать, когда закончится подготовка неграмотных и неспособных врачей. По ее мнению, сегодня в одном из престижных вузов республики диплом врача выдается случайным и далеким от лечебной работы лицам. Также она утверждает о продаже врачебных дипломов...».

Руководство вуза пишет, что данный вопрос является нелогичным, бессмысленным, неэтичным и далек от правды. «Если у уважаемой госпожи имеются определенные факты относительно этой проблемы, то пусть смело скажет. В противном случае, согласно законодательству республики, предусмотрено наказание за клевету и унижение чести и достоинства. В этом случае, мы можем использовать свои права».

В заключение администрация медуниверситета заявляет, что сотрудники изданий впредь не должны подходить к таким материалам необдуманно. «Публикация подобных неправомερных материалов может стать причиной подрыва авторитета газеты», - пишут они.