

# Медиа-предпочтения населения Таджикистана

СМИ играют важную роль в жизни любого общества. Таджикистан не исключение. Интернет, телевидение, печать и радио являются основными источниками информации в стране. Свобода слова и свобода печати гарантируется Конституцией РТ и законом «О печати и средствах массовой информации».

С целью понять, как и для чего граждане страны используют доступные источники информации, какие средства массовой информации являются значимыми для населения, исследовательско-консалтинговая компания «M-Vector» в партнерстве с международной организацией Central Asia Barometer провела национальный опрос общественного мнения в Таджикистане.

## ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Во всех странах Центральной Азии, в том числе в Таджикистане телевидение было и остается основным источником информации для населения, особенно в сельской местности. По данным исследования Центрально-Азиатского Барометра, аудитория телевидения в стране составляет 87% населения (в возрасте от 18 лет и старше).

Установлено, что при выборе телевизионных каналов для просмотра жители Таджикистана отдают больше предпочтения местным, чем российским.

Самыми популярными таджикскими телеканалами являются «Сафина» (36%) и «Шабакаи аввал» (15%). «Сафина» наиболее популярна у жителей в возрасте до 44 года, а телеканал «Шабакаи аввал» более популярен у старшего поколения. Согласно НИАТ «Ховар», телеканал «Сафина» также является наиболее популярным таджикским телеканалом за пределами страны, и имеет значительную русскоязычную аудиторию.

Российское телевидение более популярно у 26% населения страны: это, в первую очередь, «Россия», «НТВ» и «Первый канал». Особенно популярны эти телеканалы среди жителей среднего и старшего возраста.

По данным местных СМИ таджикское телевидение уделяет много внимания политической агитации. Например, по словам профессора кафедры истории, теории журналистики и электронных СМИ РТСУ, Ибрагима Усманова «таджикскому телевидению необходимо обратить больше внимания на социальные вопросы. Они практически отсутствуют на нашем телевидении». Это аргументируется тем, что с каждым годом соотношение между отечественными и зарубежными телеканалами увеличивается в пользу последних.

Стоит отметить, что в 2009 году было подписано соглашение «Женева-2006», что обязывает страну наряду с другими до 2015 года перейти на цифровое телевидение. В связи с этим были разработаны Концепция государственной политики в области телевидения и радио на 2010-2025 годы и Программа развития цифрового телевидения на 2010-2015 годы. До 2015 года таджикское телевидение планирует перейти на полное цифровое вещание. Мнение частных телеканалов к этому неоднозначное. По их мнению, собственными силами они не осилит этот переход.

## ИНТЕРНЕТ

По данным опроса Центрально-Азиатского Барометра, аудитория Интернета в Таджикистане составляет 29% (взрослое население страны - 18 лет и старше).

Жители Таджикистана активно используют Интернет для общения (социальные сети 62% аудитории), образования и обучения (16%), электронной почты (9%), обзора новостей и спортивной информации (12%), просмотра фильмов и видео (4%).

Самым популярным Интернет-ресурсом у жителей Таджикистана является российская социальная сеть Odnoklassniki - этим ресурсом пользуются 50% пользователей Интернетом в стране. На втором и третьем месте в рейтинге популярности находятся поисковик Google (15% населения) и российский почтовый сервис Mail.ru (6%).

Потребности разных возрастных групп в Интернет ресурсах незначительно отличаются. «Одноклассники» популярны и у молодежи в возрасте до 24 лет (55%), и у людей старшего возраста (45%). И те, и другие также с удовольствием пользуются Google, YouTube и Facebook.

## ГАЗЕТЫ

Таджикистан впечатляет по количеству разнообразных печатных изданий. На сегодняшний день в стране действуют 330 газет (для сравнения против 199 газет в 1999 году), из которых 125 являются ведомственными, остальные имеют общественный характер. В стране выходят 4 правительственные республиканские газеты: «Чумхурият» и «Садои мардум» на таджикском языке, «Народная газета» на русском и «Халқ овози» на узбекском.

Тем не менее, отношение жителей Таджикистана к печатным изданиям удручает - больше половины населения не читают газеты. Только 40% жителей читают местные газеты и журналы, 2% - зарубежные издания, в основном российские.

Самой популярной газетой в Таджикистане является «Оила», ее читают 13% населения страны, главным образом в сельской местности. Вторую строчку в рейтинге занимает «Азия-Плюс», которая имеет также популярную Интернет-версию - это газета обладает самой большой городской аудиторией.

## ДОВЕРИЕ К СМИ

В ходе исследования, проведенного Центрально-Азиатским Барометром, установлено что более половины жителей Таджикистана (58%) доверяют СМИ, которые они получают. В то же время, значительной является доля тех, кто сомневается в объективности получаемой информации (37% аудитории).

Результаты опроса свидетельствуют о том, что уровень доверия к СМИ среди населения Таджикистана коррелирует с возрастом населения: чем старше человек, тем больше он доверяет телевидению, газетам и другим медиа: если в возрасте до 24 лет доля «доверия» СМИ составляет 57%, то в старшей возрастной группе (65 лет и старше) она составляет уже 74%.

В целом, можно отметить, что бурное развитие информационных технологий и рост проникновения Интернета в Таджикистане сильно меняют местный ландшафт СМИ, предоставляя значительные возможности как для местных медиа игроков в плане расширения контента и доступа к аудитории, так и для самих потребителей СМИ, у которых появился значительный выбор источников информации, средств и каналов их получения и обмена. Аудитория медиа в Таджикистане становится более разборчивой и требовательной и к форме и к содержанию информационных продуктов – факт, который, несомненно, станет еще одним драйвером роста для тех СМИ, которые нацелены на укрепление своих позиций на рынке.

<http://news.tj/ru/news/media-predpochteniya-naseleniya-tadzhikistana>