

Кризис, который ломает хребет таджикской печати

Результаты исследования показывают, что финансовый кризис в Таджикистане нанес удар по таджикской прессе, которая потеряла половину своих читателей.

Финансовый кризис ударил и по таджикской печати, издания потеряли 50% своих активных читателей, в два раза сократились и доходы от рекламы. Таковы данные, полученные по результатам исследования общественной организации "Медиа консалтинг", на основании опроса руководителей 20 независимых изданий и распространителей СМИ.

Руководитель "Медиа консалтинга" **Набиджон Юсуфов** в беседе с Радио Озоди сказал что положение на рынке печати ухудшается год от года.

«Есть несколько причин тому: не профессиональное поведение самих издателей, они не знают рынка. С другой стороны доступность населения к Интернет снизил потребность в издательствах».

Некоторые издания сталкиваются с проблемами по выплате заработной плате сотрудникам, другие нашли выход из кризиса в сокращении штата.

Один из тех, кто потерял рабочее место журналист **Манучехри Максуд**, месяц назад он еще работал в газете "Имруз Ньюс".

"Причина моего ухода с работу в том, что уже 4-5 месяцев не получал заработной платы. Проблема с заработной платой совпала с кризисом. У многих моих коллег из других изданий такие же проблемы " - сказал он в беседе с Радио Озоди.

Задержки с выплатой заработной платы, сокращение сотрудников, уменьшение тиража - это те меры, которые предпринимают владельцы изданий. Из шести изданий **Шарифи Хамдампура** - одного из медиамагнатов Таджикистана, некоторые не рентабельны, их ущерб восполняется за счет доходов от «ходовых» газет, таких как "Рекламная газета".

"Рекламная газета", где публикуется социальная реклама, такие как предложения работы, аренда, продажа и покупка жилья, одна из самых продаваемых в Таджикистане. Шарифи Хамдампур говорит:

"Тем не менее мы испытываем трудности, оба крыла экономики газет, реализация и реклама, сталкиваются с серьезными проблемами. Сырье для издания газет, например, бумагу, покупаем за рубежом за доллары, а вы видите в этом направлении, что творится! Поэтому расходы изданий выросли. Многие из СМИ потеряли до 70% своих доходов".

Ключевые еженедельники, как "Азия-Плюс", "Нигох", "Имруз Ньюс" и "Озодагон", которые выходили тиражом от 5 до 15 тысяч экземпляров, теперь сократили его вдвое. Издательства теперь также меньше загружены.

Абубакр Ниёзов, сотрудник издательства "Мега-принт", говорит "раньше издательство завозило в год 12 вагонов бумаги, или каждый месяц по вагону. Теперь в год получается всего 4 вагона."

Но не только из-за кризиса банкротство изданий. Самоцензура, стремление избежать публикации серьезных политических материалов, считается еще одной из причин погружения в кризис и сокращения читателей изданий.

Эксперт **Нурали Давлат** говорит "изменились смысл и содержание газет. Думаю, теперь мало читабельных, политических и профессиональных материалов в СМИ. Финансовый кризис был и раньше, но он не влиял в такой степени как теперь".

О том, что теперь не ждут с нетерпением как прежде очередного выпуска газет, признаются и читатели.

"Продолжаю покупать и читать еженедельно несколько газет не смотря ни на какие ситуации но теперь в еженедельниках очень сложно найти важные темы. Очень много публикуют ненужного, бред и пустословие", - говорит один из постоянных читателей таджикских газет.

Главный редактор информационного агентства "Точнюс" **Абдуазими Абдувахоб** считает, что правительство Таджикистана, вместо расходов на неэффективные региональные издания, могло уделить больше внимания на СМИ, влияние которых на защиты национальных и государственных интересов больше. Абдуазими Абдувахоб отмечает, что долгие годы ОБСЕ оказывало СМИ техническую помощь, помогало бумагой, но эти ж действия могло бы осуществлять и таджикское правительство.

"Или же на какое-то время могло освободить от уплаты налогов" - предлагает он.

В условиях кризиса и конкуренции с Интернет, обозреватели видят в улучшении качества еженедельников один из путей сохранения числа читателей и продления жизни издания.

