

25 лет для народа

18 ноября 1994 года в свет вышел первый номер еженедельной газеты «Дайджест-Press». В те годы люди практически прибывали в информационном вакууме. Та информация, которая транслировалась через государственные информационные каналы, была недостаточна для народа, который хотел знать о том, чем живут другие государства бывшего СССР, так как многие родственники по воле судьбы оказались в разных государствах. «Дайджест-Press» стал невидимым мостом, который через свои страницы соединял людей друг с другом на ментальном уровне. Какой стала газета спустя четверть века? Кто её постоянный читатель? Что её ждет в будущем?

Роль информации в тяжелых условиях

Для чего нужны газеты? Ёмкий ответ можно сформулировать из высказывания английской писательницы Ребекки Уэст. «Сообществу нужны новости, по той же причине, по которой человеку нужны глаза. Он должен увидеть, куда он идет».

В современном мире, который меняется практически каждый день информация играет важную роль. Особенно актуально получать информацию в условиях, когда люди не знают, что их ждет завтра. Именно такая обстановка была в 1994 году когда в свет вышел «Дайджест-Press», учредителем которого стал таджикский журналист и бизнесмен Акбарали Сатторов. В стране шла война между правительственными войсками и боевиками радикальных исламистов. Экстремизм, террор, голод, разгул опасных инфекционных заболеваний и сотни тысяч беженцев, а также отсутствие информации привели к тому, что люди потеряли ориентир в жизни.

Особенно сложно пришлось без информации русскоязычным гражданам независимого Таджикистана. Они узнавали о жизни в России через своих родственников, соседей, знакомых или случайных людей. Нередко неподтвержденная информация обрастала кучей слухов. Люди, руководствуясь этой информацией, на свой страх и риск продавали свои дома и выезжали в Россию и другие страны бывшего СССР в поисках мира, спокойствия и лучшей доли.

В те годы каждый тираж «Дайджест-Press» читатели ждали с большим нетерпением, так как они знали, что именно чрез эту газету они могут получить нужную информацию. Помимо новостей в газете было много информации культурного плана, например статьи о звездах эстрады. Не менее популярными были кулинарные страницы и страницы с кроссвордами и сканвордами.

Мир - для развития

После 1997 года, когда в стране практически наступил мир. Это стало поворотным моментом во взаимоотношениях между читателем и газетой. Читатели писали и звонили в редакцию «Дайджест-Press» с просьбой ответить на определенный вопрос, оказать помощь в разрешении проблемной ситуации или рассказать о жизни звезд таджикской эстрады. Редакция понимала что в своей независимой форме газета обычно является неотъемлемой частью развития демократии, поэтому она не оставляла без внимания не одну просьбу читателей. С учетом их мнения появились тематические страницы: «Вопрос-ответ», «Репортер меняет профессию», «Общество», «Экономика», «Спорт» и т.д. Тем самым еженедельник внес значительный вклад в распространение грамотности и понятий о правах человека и демократических свободах.

Также большое количество читателей одновременно стали основными рекламодателями газеты. На рекламных страницах было множество рубрик «Продажа квартир, домов и дач», «Обмен жилья», «Сдача жилых и нежилых помещений», «Услуги», «Здоровье», «Купля-продажа», «Вакансии» и т.д. «Дайджест-Press» стал основной платформой для развития малого и среднего бизнеса страны.

«Дайджест-Press» отличался от других газет своей непринужденностью, специфичными заголовками и освещением множества актуальных вопросов и событий. Именно на его базе получило свое развитие PR-направление в СМИ. Конечно, в реалиях сегодняшнего дня количество рекламы в газете значительно снизилось, так как интернет-маркетинг в данном сегменте рынка оказался более мобильным и востребованным. Но крупные компании, международные организации, различные НПО и другие организации для PR и других целей наряду с интернет-ресурсами используют и «Дайджест-Press».

Рассказывая о том, какое влияние на формирование рынка независимых СМИ Таджикистана оказал «Дайджест-Press» нельзя не упомянуть о том факте, что он стал отправной точкой для создания целого медиа-холдинга под торговой маркой «Чархи гардун». ООО «Чархи гардун» помимо «Дайджест-Press» начал издавать такие популярные газеты как «Чархи гардун», «Авиценна», «Зан ва Мард», «Алладин», «Студент.tj». Также при поддержке ООО «Чархи гардун» выходил в свет еженедельник «Вечерний Душанбе».

Кузница кадров для СМИ и не только

Рассказывая о «Дайджест-Press» нужно подчеркнуть, что еженедельник стал первой ступенькой для многих журналистов, в их карьерной лестнице. Молодые кадры, получив хороший практический опыт, ушли в другие информационные агентства, в том числе зарубежные, стали специалистами по PR в крупных компаниях или возглавили пресс-центры в различных организациях. Самые успешные и талантливые журналисты получили возможность познакомиться с опытом своих коллег в других странах мира. Нередко журналисты и корреспонденты «Дайджест-Press» становились лауреатами и победителями различных конкурсов.

Где бы и на какой должности в данное время не трудились бывшие журналисты они с благодарностью отзываются о «Дайджест-Press».

Дальше...в ногу со временем

Что дальше? Вся работа будет по-видимому складываться с учетом того что читатели будут в жизни использовать гибкий график как работы так и отдыха, а также мобильность. Свои корректировки внесет более тесное взаимодействие с искусственным интеллектом (ИИ). Важно будет учитывать пожелания старшего поколения, и желания молодежи.

Интеграция газеты и интернета позволит сблизить читателя, повысив мобильность доставки информации. Для этого у «Дайджест-Press» есть необходимый потенциал в виде сайта, а также своя страница в социальных сетях. Перспективность издания печатных СМИ доказывается тем, что по всему миру газеты, продолжают привлекать миллионы постоянных читателей по всему миру, несмотря на жесткую конкуренцию со стороны радио, телевидения и интернета. Отрасль высоких технологий произвела революцию не только в сфере телефонной связи, спутникового телевидения, но и в процессе печати газет, позволив одновременно передавать и публиковать статьи и фотографии во многих частях мира.

Газеты могут публиковаться ежедневно или еженедельно, утром или днем; они могут быть опубликованы для нескольких сотен жителей небольшого города, для всей страны или даже для международной аудитории.

При издании газеты, редакция, как и прежде, будет отталкиваться от мнения, что люди имеют право знать достаточно о том, что происходит вокруг них, чтобы иметь возможность участвовать в общественной жизни.

<https://gazeta.tj/2019/11/25-let-dlya-naroda/>