Назарсанҷии пажӯҳишӣ:
Арзёбии таъсири буҳрони ҷаҳонии молиявӣ ба расонаҳои мустақил дар Ҷумҳурии Тоҷикистон

Исследовательский опрос:
Оценка воздействия мирового экономического кризиса на независимые средства массовой информации Республики Таджикистан

Research Survey:
Impact of the global financial crisis on the independent mass media in the Republic of Tajikistan

УДК 33:659 (575.3)

ISBN 978-99975-56-05-9

Созмони амният ва
ҳамкорӣ дар Аврупо
Дафтар дар Тоҷикистон

Назарсанҷии пажӯҳишӣ:

Арзёбии таъсири буҳрони ҷаҳонии молиявӣ ба расонаҳои мустақил дар Ҷумҳурии Тоҷикистон

Давраи пажӯҳиш: *май-июли соли 2016*

Иҷрокунанда: *Юсуфов Набӣ*
директори ТҶ «Медиа консалтинг»

Танзим ва таҳлили
компютерии додаҳо: *Юсуфов Набӣ*

Душанбе-2016

Мундарича:

I. Пешгуфтор ... 5
II. Муқаррароти асосии пажӯҳиши баргузоршуда ... 6
III. Равиши пажӯҳиш ... 6
IV. Абзорҳои пажӯҳиш ... 7
V. Ёддошт ... 7
VI. Маълумоти пурсишномаҳои пурсидашудагон (дар диаграммаҳо) ... 8
VII. Бознигарии натиҷаҳои назарсанҷӣ (дар диаграммаҳо) ва тавзеҳот ба онҳо ... 16
VIII. Хулосаҳо ... 36
IX. Тавсияҳо ... 39
X. Ихтисораҳо ... 42

I. ПЕШГУФТОР:

Дар тӯли 2-3 соли охир фаъолияти ҷомеаи рӯзноманигорон дар Тоҷикистон ба таназзули қаблан диданашуда дучор шудааст. Коршиносон сабабҳои гуногуни тамоюли гузаштаро қайд мекунанд, аз ҷумла:

- бӯҳрони ҷаҳонии иқтисодӣ ва таҳримҳои кишварҳои ғарбӣ бар зидди Федератсияи Русия,
- фишор ба расонаҳои мустақил ва рӯзноманигорони ҷудогона аз ҷониби мансабдорони давлатӣ,
- набудани шароитҳои баробари рақобат барои расонаҳои давлатӣ ва хусусӣ,
- набудани системаҳои муассири паҳнсозии нашрияҳои даврavӣ,
- зуҳури интернет ва шабакаҳои иҷтимоӣ, ҳамчун абзори нави паҳнкунии маълумот, вале дар баробари ин даромади расонаҳои анъанавиро мегирад,
- коҳиши якбораи ҳаҷми интиқолҳои пулии муҳоҷирони корӣ аз Федератсияи Русия.

Ҳамаи ин омилҳо ба қобилияти кории расонаҳои мустақил дар Тоҷикистон таъсири фалокатоваре мерасонанд. Масъалаи таҳдид ба вуҷуди онҳо ҳамчун ҳокимияти чаҳорум хеле шадид гашт.

Аз рӯи маълумоти ташкилоти ҷамъиятии "MediaConsulting", ки ҳангоми таҳлили фаъолияти расонаҳои чопии хусусӣ ба даст омадааст, маълум мегардад, ки дар давраи аз моҳи апрели соли 2014 то соли 2015 даромади онҳо тақрибан 50% коҳиш ёфтааст ва миқдори нашр дар ҳамин давра ҳудуди 30% коҳиш ёфтааст. Тамоюли коҳишёбӣ (регрес) то ба ҳол қатъ нагардидааст. Яъне таназзули якбораи даромад дар ин соҳа аён аст. Гузашта аз ин, ҳамзамон хароҷоти истеҳсолии расонаҳои чопӣ низ афзоиш ёфтааст, ки ҳудуди 35% афзоишро ташкил медиҳанд.

Роҳбарияти расонаҳои мустақили Тоҷикистон бо мушкилоти калони молиявию иқтисодӣ рӯ ба рӯ гаштааст. Вазъият аз ҳисоби он шиддат ёфтааст, ки онҳо наметавонанд тағйирёбии муносибатро ба расонаҳо ва таъсиси заминаи мусоид аз нигоҳи қонунгузорӣ ё дастгирии бевоситаи молиявиро интизор шаванд. Ҳалли ҳамаи ин гуна масъалаҳо дар муҳлатҳои кутоҳтарин тақрибан ғайривоқеӣ аст.

Ин аллакай бӯҳрони аввалине нест, ки пас аз ба даст омадани истиқлолияти кишвар рух медиҳад. 5-6 соли аввали пас аз ба даст омадани истиқлолият кишвар бо муқовимати шаҳрвандӣ рӯ ба рӯ гашт ва тамоми кишвар дар ҳолати бӯҳронӣ қарор дошт. Сипас, баъд аз барқарории сулҳ миёни ҷонибҳо ва муътадил гаштани вазъият дар кишвар нисбатан болоравии иқтисодӣ ба назар мерасид, ки ба соҳаи расонаҳо низ дахл дошт. Вале бо вуҷуди ин, ҳамаи ҳолатҳои қаблии бӯҳронӣ барои матбуоти мустақил аз рӯи ҳаҷм дорои чунин миқёси калон ва сангин набудаанд.

Барои муайян намудани таъсири бӯҳрони кунунӣ ба қобилияти кории матбуоти мустақил дар Ҷумҳурии Тоҷикистон тибқи дархости Дафтари Созмони амният ва ҳамкории Аврупо дар Тоҷикистон дар давраи моҳҳои май-июли соли ҷорӣ назарсанҷие гузаронида шуда буд. Дар он 60 медиа-менеҷери кишвар ширкат доштанд. Дар гузориши пажӯҳишии мазкур натиҷаҳои назарсанҷиҳо ба диққати шумо пешниҳод шудаанд, ки дар асоси таҳлили ҷавобҳои менеҷерони медиа ба даст омадаанд.

II. МУҚАРРАРОТИ АСОСИИ ПАЖӮҲИШИ БАРГУЗОРШУДА

Мақсади лоиҳаи мазкур гузаронидани пажӯҳиш ва арзёбии таъсири буҳрони иқтисодӣ ба расонаҳои мустақил мебошад. Фармоишгари гузаронидани пажӯҳиши мазкур Дафтари Созмони амният ва ҳамкории Аврупо дар Тоҷикистон мебошад.

Вазифаҳои лоиҳа иборат буд аз:

- Гузаронидани назарсанҷии роҳбарони дараҷаи олии нашрияҳо ва дар асоси он гузаронидани таҳлил ва арзёбии таъсири буҳрони иқтисодӣ ба расонаҳои мустақил;
- Муҳокимаи натиҷаҳои арзёбӣ дар мизи мудаввар (бо иштироки намояндагони ҳукумат, созмонҳои ғайридавлатӣ, расонаҳо ва рӯзноманигорон);
- Нашри натиҷаҳои пажӯҳиш ва тавсияҳои марбута.

Гурӯҳи мавриди ҳадафи пажӯҳиш аз роҳбарон ва кормандони масъули расонаҳои мустақили гуногуни Тоҷикистон аз ҷумла сардабирон/сармуҳаррирон, муҳаррирон, директорон, роҳбарони шуъбаҳои тиҷоратӣ иборат буд.

Ҳамагӣ дар назарсанҷӣ 60 нафар ширкат варзиданд, ки намояндагони расонаҳои гуногун аз тамоми минтақаҳои ҷумҳурӣ буданд.

III. РАВИШИ ПАЖӮҲИШ

Пажӯҳиш бо истифода аз равиши миқдорӣ – назарсанҷӣ бар асоси пурсишномаи кормандони расонаҳои дохилии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар шаҳрҳои Душанбе, Хуҷанд, Қӯрғонтеппа, Хоруғ ва равиши мусоҳибаи инфиродии “рӯ ба рӯ” гузаронида шуд. Чунин метод (равиш) дар омӯзиши вазъияти мазкур бо фарогирии теъдоди зиёди пурсидашудагон ва фазои васеъ хеле муассир аст. Ғайр аз ин, дар рафти кор бо баъзе аз роҳбарон дар минтақаҳо, ки барои иштирок дар назарсанҷӣ ризоият доданд, тавассути алоқаи телефонӣ ва интернет назарсанҷӣ баргузор шуд.

Равиши миқдории пажӯҳиш имкон медиҳад, ки нишондиҳандаҳои асосии баҳодиҳии сатҳи таъсири буҳрони иқтисодӣ ба расонаҳои мустақил, фарогирӣ, умқи воридшавӣ ва миқёсҳои талафоти воридшуда муайян карда шаванд. Ҳамчунин зарурати муайян намудани дараҷаи салоҳияти роҳбарони расонаҳо дар ин масъала, биниш ва фаҳмиши таҳдидҳо, қобилияти таҳлил ва пешгӯӣ, дониш ва татбиқи чораҳои зиддибуҳронӣ ва ғайра вуҷуд дорад. Унсурҳои марбут ба рафтор ва муносибати ҳар роҳбар дар алоҳидагӣ аз нигоҳи риояи принсипи махфият ва бидуни зикри ном бархурди инфиродиро тақозо мекунад, ки барои ба даст овардани додаҳои қобили эътимод ҳалкунанда мебошад.

Бар асоси нишондиҳандаҳои дарёфтшуда аз ҳамаи минтақаҳо муайян намудани нишондиҳандаҳои умумимиллӣ ва таҳияи тавсияҳои марбута имконпазир мегардад.

IV. АБЗОРҲОИ ПАЖӮҲИШ

Абзори пажӯҳиш - пурсишнома (анкета) мебошад. Саволҳо ва вариантҳои ҷавобҳои ба онҳо пешниҳодшуда бар асоси воқеиятҳои имрӯза таҳия гардидаанд. Баъзе аз саволҳо ва вариантҳои ҷавобҳоро худи иштироккунандагон ҳангоми гузаронидани мусоҳибаҳои санҷишӣ пешниҳод карданд.

Пас аз ҳамоҳангӣ бо Дафтари Созмони амният ва ҳамкории Аврупо дар Тоҷикистон ҳамаи 23 савол тасдиқ шуда буд, ки бевосита ба худи мавзӯи пажӯҳиш дахл дошт ва 8 савол ба додаҳои пурсишномавии пурсидашудагон тааллуқ дошт.

Пурсидашудагон бо мақсади пажӯҳиш ва он воқеияте ошно гардиданд, ки махфият ва бидуни зикри ном мондани онҳоро (ном ва маълумоти тамос сабт карда намешванд) собит месохт.

V. ЁДДОШТ

Назарсанҷии мазкур аввалин таҷрибаи мо нест. Аз рӯи навъи фаъолияти худ гуфта метавонам, ки то андозае чунин вохӯриҳо ва мусоҳибаҳо оид ба муайян намудани вазъи иқтисодии расонаҳо дар идораҳои расонаҳо хусусияти мунтазамӣ дорад. Тақрибан бо ҳамаи иштироккунандагони назарсанҷӣ шахсан шинос ҳастам ва бисёре аз онҳо қаблан ҳам дар чунин назарсанҷӣ мусоҳибакунанда буданд. Ва қаблан тақрибан ҳаргиз бо пурсишшавандагон мушкилие ҷой надошт. Натиҷаҳои назарсанҷиро метавонистанд дар кор ё чопҳои худ истифода баранд.

Вале барои аввалин бор дар тӯли ин замон дар рафти мусоҳиба бо пурсишшавандагон мушкилӣ пеш омад. Бисёре аз онҳо як андоза озурда ба назар мерасиданд ва хоҳиши ҷавоб доданро надоштанд. Ин ба саволҳои ҷудогона ва ё тарзи гузошта шудани онҳо алоқа дошт, ки ҷавоби онҳо аз нигоҳи пурсидашудагон барои ошкор кардан ба аҳли ҷомеа роиҷ набуд. Пеш аз ҳама онҳо ҳарос доштанд, ки пас аз ин онҳо бо мақомоти санҷишӣ мушкилӣ хоҳанд дошт.

Ҳарчанд, ба назари мо, назарсанҷӣ, пеш аз ҳама, хусусияти пажӯҳишӣ-иттилоотӣ дорад ва аз он ҳеҷ гуна мушкилие умуман пеш намеояд, мо ба ҳар ҳол ба иштироккунандагон оид ба пешшартҳои он такроран маълумоти зеринро медодем: назарсанҷӣ бидуни зикри ном аст ва маълумот дар бораи ҷавобҳои он дар ягон ҷо инъикос намегардад. Бо вуҷуди ин, ба назари ман чунин мерасид, ки ин гуфтаҳо на ҳамаи онҳоро қонеъ месохт ва ба назари мо,ба баъзе аз саволҳо, онҳо начандон самимона ҷавоб мегуфтанд.

VI. МАЪЛУМОТИ ПУРСИШНОМАҲОИ ПУРСИДАШУДАГОН (ДАР ДИАГРАММАҲО)

Пеш аз пардохтан ба баррасии натиҷаҳои назарсанҷӣ мо ба шумо имкони шинос шуданро бо симои умумии пурсишшаванда, яъне маълумоти пурсишномаӣ фароҳам меорем. Дар асоси онҳо шумо тасаввурот пайдо хоҳед кард, ки маҳз киҳо дар пажӯҳиши мо иштирок карданд ва то чӣ андоза ҷавобҳои онҳо ба саволҳои мо босалоҳият буд.

Аз ҷониби худ қайд менамоем, ки дар интихоби иштироккунандагон мо хеле бомасъулият рафтор кардем ва кӯшиш кардем шахсонеро интихоб намоем, ки худро (яъне расонаи худро низ) ҳамчун шахси кордон дар соҳаи худ ва дорои таҷрибаи лозим дар соҳаи медиа муаррифӣ кардаанд.

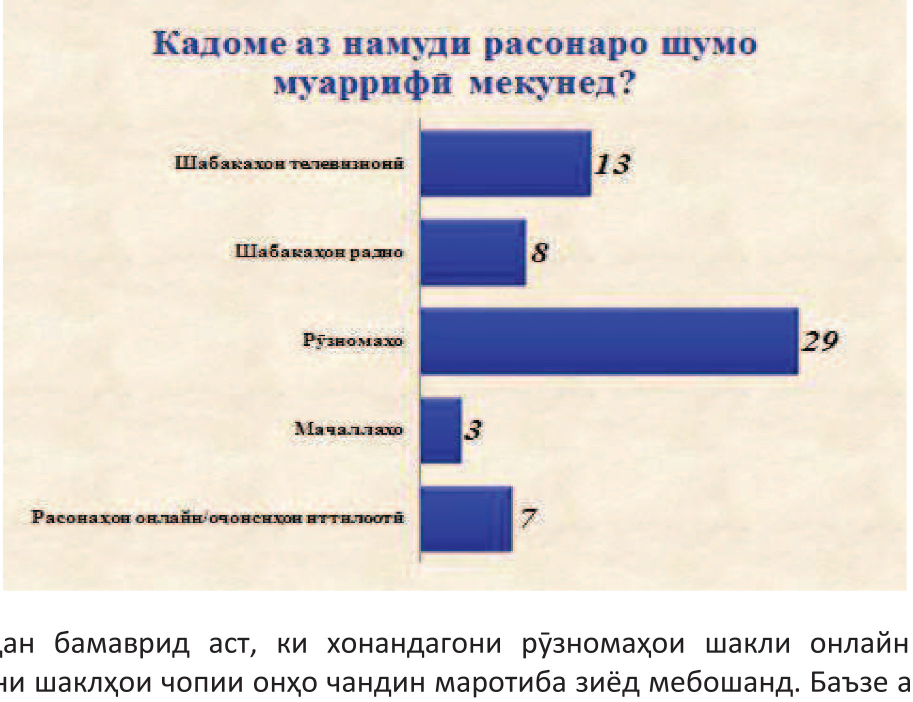
Пурсидашудагон:

Онҳо кӣ ҳастанд, яъне кадоме аз воситаҳои оммавии ахборро муаррифӣ мекунанд.

Чунон ки аз диаграмма маълум аст, дар назарсанҷӣ бештар аз ҳама намояндагони расонаҳои чопӣ – **29 рӯзнома ва 3 маҷалла –** ширкат карданд.

Тибқи маълумоти Вазорати фарҳанги Тоҷикистон то санаи 30 апрели соли 2016 дар кишвар 360 нашрияи чопӣ ба қайд гирифта шудаанд, ки аз онҳо 104 нашрияи давлатӣ, 255 нашрияи мустақил мебошанд. Ҳамчунин 232 маҷалла ба қайд гирифта шудаанд (105 давлатӣ, 127 мустақил).

Нимаи дуюми пурсидашудагонро намояндагони расонаҳои электронӣ ташкил медиҳанд: шабакаҳои телевизион ва радио ва оҷонсиҳои иттилоотӣ ё роҳбарони шаклҳои онлайнии (бархатӣ) расонаҳои пешбар.



Қайд кардан бамаврид аст, ки хонандагони рӯзномаҳои шакли онлайн имрӯз аз хонандагони шаклҳои чопии онҳо чандин маротиба зиёд мебошанд. Баъзе аз онҳо ҳам

барои аҳолӣ ва ҳам барои намояндагони сохторҳои гуногуни давлатӣ, ташкилотҳои байналхалқӣ ва расонаҳо сарчашмаи устувор ва босалоҳияти иттилоот гаштаанд.

Бо вуҷуди ин, аксарияти мутлақи захираҳои онлайн аз ҳисоби дотатсия аз ҷониби муассисони худ нигоҳдорӣ мешаванд ва расонаҳои бефоида ба шумор мераванд.

Шаклҳои интернетии расонаҳо:

Имрӯзҳо интернет ба ҳаёти инсон боз ҳам фаъолтар ворид мегардад. Баъзеҳо аллакай ҳаётро бидуни интернет наметавонанд тасаввур кунанд. Ва чун интернет сарчашмаи паҳнсозии иттилоот аст, мардум онро ҳамон навъ қабул мекунанд. Ғайр аз ин, интернет ба сарчашмаи паҳнсозӣ дар як лаҳзаи хеле зуд, зимнан бидуни эътирофи ҳеҷ гуна сарҳад табдил ёфтааст. Аз ин лиҳоз тамоми расонаҳои анъанавӣ ба таъсиси сомонаҳои худ ва ё ҳадди ақал кушодани саҳифаҳо дар шабакаҳои иҷтимоӣ пардохтанд. Вазъи пурсидашудагони мо аз ин лиҳоз чунин аст.

Чунон ки аз ин диаграмма бармеояд, қисми зиёди ташкилотҳои медиа аллакай шаклҳои онлайни расонаҳои худро таъсис додаанд. Мо 39 ё тақрибан 2/3 чунин ташкилот дорем.

Боз 17 иштироккунандаи назарсанҷӣ эътироф карданд, ки шаклҳои онлайнӣ надоранд.

4 нафар иштироккунанда хабар доданд, ки дар шабакаҳои иҷтимоӣ саҳифа доранд.

Ҳарчанд, ба таври умум теъдоди шаклҳои онлайн кам нест, ба ҳар ҳол қайд менамоем, ки ба бисёре аз онҳо аз ҷониби аудиторияи истеъмолкунандагон таваҷҷӯҳи лозим дода нашудааст. Захираҳои интернетӣ аз рӯи бисёр нишондиҳандаҳо ақиб мондаанд. Мо баъзе сомонаҳои начандон маъруфро аз назар гузаронидем ва ду сабаби асосии ҷолиб набудани шаклҳои онлайнро муайян кардем.

Якум, сабаб ин аст, ки муассисон ба захираҳои интернетии худ таваҷҷӯҳи зарурӣ зоҳир намекунанд, буҷети онҳо хеле ночиз аст ва бинобар ин барои истеъмолкунанда ҷолиб нест. Ин чӣ гуна сурат мегирад?

Воқеият ин аст, ки сомонаро одатан як нафар бо маоши хеле ночиз пеш мебарад, ки ӯ ҳамзамон муҳаррир, хабарнигор ва маъмури захираи интернетӣ аст. Ӯ штати кормандони худро надорад ва имконияташ маҳдуд аст, яъне барои инъикоси тамоми ҳодисаҳои муҳим (шахсан ҷамъоварӣ намудани иттилоот, наворгирӣ, мусоҳиба, коркарди маводҳои аксдор, видеоӣ ва аудио), пайдо намудани маблағ барои нигоҳдорӣ ва навкунии сомона фурсат воқеӣ надорад ва аз ин лиҳоз тамоми рӯзи ӯ ба мониторинги сомонаҳои расмии рӯзноманигорӣ сарф мешавад, ки ӯ аз он ҷойҳо пахшҳои матбуотиро (прес-релизҳоро) дарёфт ва коркард намуда, хабарҳои ҳамкорони худро аз расонаҳои нисбатан комёб рӯбардор мекунад.

Дуввум, ба сабаби буҷети кам сомонаҳо аз аввал бо теъдоди маҳдуди имконот ва дастгоҳҳои иловагии замонавии техникии ҷолиби диққати истеъмолкунандагон таҳия карда мешаванд. Масалан, имконоти ҷойгиркунии маводҳои видеоӣ ва бойгонии худии аксҳо мавҷуд нестанд, воситаҳои ҷустуҷӯ дар сомона кор намекунанд, қисматбандии сомонаҳо возеҳ нест ва ғ. Сомонаҳои рӯзномавӣ раванди ҷойгиркунии маводҳоро аз шаклҳои чопӣ ба шакли онлайнӣ аз ҳароси фурӯхта нашудани шакли чопии онҳо ба таъхир меандозанд.

Ҳамаи ин, ба таври умум ба ҳолате оварда мерасонад, ки расонаҳои онлайнии мо дар аксари мутлақи худ ҳам барои истеъмолкунандаи оддӣ ва ҳам барои рекламадиҳандагон (таблиғдиҳандагон) рақобатпазир ва ҷолиб нестанд.

Фарогирии расонаҳо:

Вусъати фарогирии ҳудудӣ муҳим аст – чӣ қадаре ки тамошобин (шунаванда, хонанда) зиёд бошад, ҳамон қадар дараҷаи таъсир дар ҷомеа баланд аст.

Барои пахшкунандаҳои барномаҳои садоӣ ва намоишӣ танҳо ин нукта муҳим нест. Боз ҳам муҳим он аст, ки вусъати фарогирӣ ҳамчунин ба воридшавии маблағ аз реклама таъсир мерасонад. Ин, дар навбати худ, ба некӯаҳволии расонаҳо ва кормандони он таъсир мерасонад.

Қисми зиёди пурсидашудагон – 60% - қайд намуданд, ки дараҷаи фарогирии расонаи онҳо/паҳнсозии нашрия ба тамоми ҳудуди Ҷумҳурии Тоҷикистон ё қисми зиёди он сурат мегирад.

Боз 7% пурсидашудагон ҳудуди пойтахт ва ноҳияҳои атрофи онро фаро мегиранд. Яъне, ин ҳудудест, ки дар он қисми асосии аудиторияи истеъмолкунандагон ва ҳамчунин бозори рекламаи кишвар мутамарказ шудааст.

11% аҳамияти вилоятӣ доранд, ки дар он ҷо, ҳарчанд бо дараҷаи камтар, вале ба ҳар ҳол қисми зиёди аҳолии минтақаҳо истиқомат мекунад.

Ва 22% қайд карданд, ки шаҳру ноҳияҳои маҳалли ҷойгиршавии худро фаро мегиранд.

Чӣ қадар одамон истеъмолкунандагони расонаи шумо мебошанд (фарогирии барномаҳои садоӣ ва намоишӣ/теъдоди нашр?)

Ба рекламадиҳанда донистан муҳим аст, ки чӣ теъдоди одамон истеъмолкунандаи ин ё он расона мебошанд, то ки дар оянда маҳсулоти худро самаранок муаррифӣ намоянд. Барои мо низ донистани ҷавоб ба ин савол на танҳо ҳамчун маълумоти пурсишномаи иштироккунанда, балки аз нигоҳи таъсири буҳрони иқтисодӣ ба зиёдшавии/камшавии теъдоди истеъмолкунандагон низ муҳим буд.

Теъдоди аудиторияи истеъмолкунандагон низ ба дараҷаи баланд фарқ дорад. Дарсади бештарин ба нашрияҳои чопӣ тааллуқ дорад ва 15-тои онҳо ишора карданд, ки аудитория/теъдоди нашри онҳо тақрибан 3,5-6 ҳазор нусхаро ташкил медиҳад ва 13 пурсидашуда ишора карданд, ки 1-3 ҳазор нусхаро ташкил медиҳад.

Дар ҷойи дуюм расонаҳои электронӣ қарор доранд ва 14 - нафар пурсидашуда ишора карданд, ки аудиторияи онҳо зиёда аз 100 ҳазор нафарро ташкил медиҳад, 8- нафари онҳо ишора карданд, ки аз 30 то 100 ҳазор нафар аудитория доранд.

5 пурсидашуда ишора карданд, ки аудиторияи онҳо ба 6,5- ҳазор нафар баробар аст, ва 4- нафари онҳо ишора карданд, ки аудиторияи онҳо аз 11 то 25 ҳазор нафарро ташкил медиҳад.

Забони пахши барномаҳо:

Имрӯз ҳудуди 84% аҳолӣ намояндагони миллати аксарият мебошанд, ки бо забони тоҷикӣ ҳарф мезананд. Диаспораи калонтарин дар Тоҷикистон узбекҳо мебошанд, ки ҳудуди 13% мебошанд. Ҳарчанд шахсони русзабон дар кишвар камтар боқӣ мемонанд, теъдоди истеъмолкунандагони маҳсулоти иттилоотӣ бо ин забон ҳанӯз ҳам зиёд аст. Бо баррасии диаграммаи зерин мо маҳз ҳамин ҳолатро муайян кардем.

Чунон ки аз ин слайд бармеояд, 53% пурсидашудагон қайд карданд, ки расонаи онҳо бо ду забон – забонҳои тоҷикиву русӣ – мешунавонанд/чоп мешаванд. Ин пеш аз ҳама, бо расонаҳои электронӣ ба монанди шабакаҳои радио ва телевизион алоқа дорад, ки бо ин ду забони барои истеъмолкунандагон асосӣ барномаҳо доранд.

Расонаҳои чопӣ ва онлайнӣ ишора карданд, ки дар аксарияти кулли худ бо забони миллати аксарият, яъне забони тоҷикӣ кор мекунанд.

Танҳо бо забони русӣ 9% пурсидашудагон маводҳои худро нашр мекунанд.

Бо забони узбекӣ – 3%.

Боз 3% дигар ишора карданд, ки забонҳои иловагии пахши барномаҳо ё нашрияро ба монанди забонҳои англисӣ ва қирғизӣ доранд.

Профил/формати пахши барномаҳо/нашрия:

Истеъмолкунанда шабака/сарчашмаи иттилоотии худро на танҳо аз рӯи забони ба ӯ мафҳум, балки аз рӯи он тарҷеҳ ва талаботе, ки шахсан ба ӯ муҳиманд, интихоб менамояд. Дар навбати худ, шахсоне, ки медиаи нав ифтитоҳ мекунанд, онро дар формат/профили муайяне ифтитоҳ мекунанд, то ки доираи мавзӯъҳои мавриди истеҳсоли худро барои истеъмолкунандаи худ мушаххас созанд.

Қисми зиёди пурсидашудагон – 29 нафар, ки тақрибан ними иштироккунандагонро аз теъдоди умумӣ ташкил медоданд, формати ҷамъиятию сиёсиро муаррифӣ мекарданд. Ин тасодуфӣ набуд. Аз рӯи натиҷаҳои назарсанҷӣ чунин ҳолате ба вуҷуд омад, ки қисми зиёди пурсидашудагон расонаҳои марказиро муаррифӣ мекарданд, ки муваффақ

ҳастанд ва ба хотири инъикоси ҳодисаҳои муҳими кишвар аз нигоҳи ҷомеа ба эътирофи аудитория ноил гаштаанд.

22 пурсидашуда формат/профили расонаи худро ҳамчун иттилоотӣ, маърифатӣ, фароғатӣ ё мусиқӣ муайян карданд. Омехтаҳои гуногун ба назар мерасид. Иттилоотӣ-фароғатӣ-мусиқӣ, иттилоотӣ-маърифатӣ-фароғатӣ, иттилоотӣ-мусиқӣ ва ғ.

2 пурсидашуда худро ҳамчун расонаи иттилоотиву рекламавӣ муаррифӣ карданд. Ҳамон қадар пурсидашудагон профили худро ҳамчун ахбори варзишӣ муаррифӣ карданд.

4 пурсидашуда худро ҳамчун расонаи фарҳангиву маърифатӣ муайян карданд. Ва яке аз пурсидашудагон оид ба самти тиббӣ доштани нашрияҳои худ ишора кард.

Расонаи шумо тайи чанд сол фаъолият дорад?

Чунин ҳисобида мешавад, ки шахс чӣ қадар зиёд дар ин он он соҳа кору фаъолият кунад, дар он ҳамон қадар салоҳияти бештар дорад. Бинобар ин, барои мо донистани давомдории мавҷудияти расона дар бозори медиа муҳим буд. Саволи марбута дода шуд.

Зиёда аз 1/3 пурсидашудагон (23 нафар) ишора карданд, ки расонаи онҳо зиёда аз 10 сол арзи вуҷуд мекунад, аз 10 то 20 сол. Боз 11 нафар қайд карданд, ки расонаи онҳо дар бозори медиаи кишвар аз 6 то 10 сол фаъолият дорад. 10 нафар дар расонаҳои дарозумр кор мекунанд – ташкилотҳои онҳо зиёда аз 20 сол пеш ба қайд гирифта шудаанд.

12 нафар қайд карданд, ки ташкилотҳои медиаи онҳо нисбатан ҷавонанд – аз 3 то 5 сол, ва се нафар ишора карданд, ки расонаҳои онҳо ҳамагӣ 2 сол фаъолият доранд. Як нафар ба саволи гузошташуда ҷавоб гуфта натавонист

Яъне, метавон бо боварӣ изҳор дошт, ки дар назарсанҷии мо наслҳои хеле гуногуни сохторҳои медиаи кишвар – аз 2 сол то зиёда аз 20 сол – иштирок карданд.

Дар расонаҳои шумо чанд нафар кор мекунад?

Теъдоди кормандон дар идораҳои расонаҳо аз ҷанбаҳои гуногун – гуногунӣ ва формати расона, давомдории мавҷудият дар бозор, фарогирии аудитория ва ғ.- вобастагӣ дорад. Ғайр аз ин, чун мавзӯи пажӯҳиш “Таъсири буҳрони иқтисодӣ ба расонаҳо” мебошад, ин нишондиҳанда тавонист ба ин вазъиятро равшанӣ андозад, ки имрӯз чанд нафар дар идораҳои расонаҳо боқӣ мемонанд.

Чунон ки ҷавоб ба ин савол нишон дод, қисми зиёди идораҳои расонаҳо – 57% - дорои теъдоди маҳдуди кормандон аст – аз 3 то 10 нафар. Ин дар ҳолест, ки аз рӯи диаграммаҳои дигар, чунон ки мо медонем, ҳудуди 44 иштироккунанда дар расонаҳо кор мекунанд, ки аз 6 то зиёда аз 20-сола ҳастанд ва дар бозор мавқеи худро барвақт ишғол кардаанд. Ҳамчунин ёдовар мешавам, ки 60% пурсидашудагон қайд карданд, ки онҳо бо пахши барномаҳо/паҳнсозии маҳсулоти худ фарогири тамоми кишвар мебошанд. Бо даҳ корманд ин корро анҷом додан хеле душвор аст ва албатта ихтисори кормандон ҷой доштааст. Вале ба ин савол мо андак дертар бармегардем.

20% пурсидашудагон қайд менамоянд, ки дар штати онҳо аз 11 то 15 нафар кор мекунанд.

8% ишора карданд, ки барои кор аз 16 то 26 нафарро ҷалб кардаанд, ва 10% ҳатто ишора карданд, ки дар ташкилоти онҳо зиёда аз 30 нафар кор мекунад. 5% барои ҷавоб гуфтан ба ин савол мушкилӣ кашиданд.

Чунин аст тавсифномаи намунавии ҳамсӯҳбатони мо. Дар идома шумо бо натиҷаҳое, ки бевосита ба мавзӯи пурсиш дахл доранд, шинос шуда метавонед.

VII. БОЗНИГАРИИ НАТИҶАҲОИ НАЗАРСАНҶӢ (ДАР ДИАГРАММАҲО) ВА ТАВЗЕҲОТ БА ОНҲО

Инак, ба бознигарӣ ва тавзеҳоти аналитикии диаграммаҳо мепардозем, ки аз рӯи натиҷаҳои назарсанҷии роҳбарони ташкилотҳои медиаи кишвар омода шудааст. Мо кӯшиш кардем, ки диаграммаҳо барои хонанда ба ҳадди аксар фаҳмо бошанд. Вале, ғайр аз ин, ҳар диаграммаро мо тавзеҳ ва шарҳ хоҳем дод, ки ин ё он рақам чӣ маънӣ дорад, сабабҳои пайдоиши ин ё он мушкилӣ дар чист ва ҳамчунин дар охир тавсияҳо хоҳем дод, ки аз назари мо дар вазъияти эҷодшуда нисбатан беҳтар мебошанд.

Диаграммаи №1

Вақте ки пешниҳод дар бораи гузаронидани пажӯҳиши мазкур баррасӣ мешуд, мо аллакай медонистем, ки буҳрон ба ҳамаи соҳаҳои иқтисодиёти кишвар, аз ҷумла расонаҳо, таъсир расонд. Натиҷаи диаграммаи мазкур танҳо тахминҳои моро таъйид кард. 95% пурсидашудагон бо боварӣ "БАЛЕ" ҷавоб доданд, буҳрон ба расонаҳо онҳо таъсир кард.

3,3% қайд карданд, ки расонаҳои онҳо (пурра ё қисман) аз ҳисоби грант кор мекунад ва таъсири буҳрони иқтисодӣ барои онҳо махсусан эҳсосонашаванда аст.

1,7% таъсири буҳронро ба ҳаёт ва фаъолияти худ инкор карданд. Ин намояндагоне буданд, ки тавонистаанд дар бозор ҳамчун сохторҳои бизнес мавқеи мустаҳкам касб кардаанд ва роҳҳои баромадан аз вазъиятҳои душворро пайдо кардаанд. Вале ин гуна созмонҳо, чунон ки аз рӯи маводи аёнии мазкур мебинем, аққалияти кулл ҳастанд.

Яъне мо метавонем қайд намоем, ки ба ҳар ҳол дар кишвар расонаҳои муваффақ дорем, вале ба таври умум вазъият дар бозор риққатовар аст.

Диаграммаи №2

Намудҳои даромади расонаҳо метавонанд гуногун бошанд. Ҳама чиз аз донистани кор ва қобилияти ба даст овардани маблағ бо истифода аз имконоти фароҳамшуда вобастагӣ дорад. Вале, чунон ки аз диаграммаи №2 ба мо маълум аст, қисми зиёди ташкилотҳо (47,7%) аз ҳисоби равишҳои анъанавии даромад – “аз реклама”, маводҳои фармоишӣ, сарпарастӣ, эълонҳо ва табрикот” – маблағ ба даст меоранд. Метавон зикр намуд, ки дар ин ҷо на ҳама маблағ ба даст оварданро аз рӯи намудҳои ишорашудаи даромад ёд гирифтаанд. Даромадҳо “аз реклама”) ва маводҳои фармоишӣ”-ро тақрибан ҳамаи онҳо доранд.

Даромадҳо аз “сарпарастӣ, эълонҳо ва табрикот” аксаран ночиз ҳастанд ва баъзеҳо ин намуди даромадро умуман надоранд. Танҳо 28,4% пурсидашудагон аз фурӯши теъдоди нашр даромад мегиранд. Дар маълумоти пурсишнома мо ишора кардем, ки дар назарсанҷӣ 32 намояндаи расонаҳо (яъне зиёда аз нисфи пурсидашудагон) иштирок карданд. Дар ин ҷо низ мебинем, ки тақрибан 1/3 аз ҳисоби миқдори нашр маблағ ба даст меоранд. Яъне вазъият то андозае интиқодӣ аст, ки аллакай на ҳамаи медиаҳои чопӣ метавонанд аз ҳисоби фурӯши нашрияҳо маблағ ба даст оранд. Ба ин гурӯҳ, пеш аз ҳама, маҷаллаҳо дохил мешаванд, зеро даромади асосӣ ин рекламаи зиёд ва маводҳои фармоишӣ аст, на фурӯши миқдори нашр.

Ҳамчунин дарсади камеро даромадҳо аз “фаъолияти тиҷоратии дигари вобаста” (ташкили чорабиниҳо, сабтҳо, наворгирии аксӣ/видеоӣ ва ғ.)” ташкил мекунанд, ки 8% мебошанд. Ин хуб аст ё бад? Ба назарам бад аст.

Тақрибан якуним сол пеш ман ибрози ақида карда будам, ки вақтҳои охир оҷонсиҳои зиёди рекламавӣ пайдо шудаанд, ки бо ёрии расонаҳо музд ба даст меоранд. Қисми зиёди даромадҳоро BTL (below-the-line) - рекламаи ғайримустақим тавассути презентатсияҳо, аксияҳо, фурӯшҳои креативӣ, намоишгоҳҳо, конференсияҳо ва ғ. - ташкил медиҳад. Яъне чизе, ки дар асоси он мо метавонем пул кор кунем, вале наметавонем ё омӯзиши дар ин асос пул кор карданро намехоҳем.

Чанд сол аст, ки ширкатҳои рекламавӣ низ дар миёни рекламадиҳандагон ақидаеро паҳн месозанд, ки рекламаи аз ҳама самараноктарин аз тариқи воситаҳои берунии реклама – баннерҳо, таблоҳои электронӣ, экранҳо ва ғ. ё BTL сурат мегирад. Сухан дар бораи расонаҳои анъанавӣ тақрибан намеравад, вале бо вуҷуди ин, ин ҳамон соҳаест, ки дар он расонаҳо метавонанд мавқеи пешбарро ишғол намоянд.

Вале ҳолатеро, ки 9,1% пурсидашудагон банди "Ҳамаи намудҳои дар боло зикршуда"-ро ишора кардаанд, бо боварӣ ҳамчун муваффақият қайд намуд. Яъне онҳо роҳҳои ба даст овардани маблағро ба воситаи ҳамаи вариантҳои имконпазир пайдо кардаанд. Албатта, на ҳамаи онҳо баробар муваффақ ҳастанд, вале ба ҳар ҳол ин натиҷа низ бад нест.

6,8% бошад ҳамчун вариант варианти "Расона аз ҳисоби грантҳо ё дотатсияи муассис фаъолият мекунад"-ро ишора кардаанд.

Диаграммаи №3

Дараҷаи таъсири буҳрон ба расонаҳо метавонад гуногун бошад. Мо кӯшиш кардем, ки тамоми вариантҳои душвориҳои эҳтимолиро интихоб намоем, ки роҳбарони расонаҳо метавонанд рӯ ба рӯ гарданд ва ба фаъолияти онҳо таъсири ҷиддӣ расонанд.

Ба саволи мазкур, ба мисли ҷавоб ба саволи қаблӣ, чанд варианти ҷавобро интихоб кардан мумкин буд. Дар ин ҷо ҷудо кардани тамоми ҷанбаҳои таъсири буҳрон ба расонаҳо муҳим буд. Ана тахминан ҷавобҳо чӣ гуна буданд:

27% қайд карданд, ки барои медиаи онҳо суст гардидани воридшавии реклама ва маводҳои фармоишӣ-PR эҳсос мешуд.

Вариантҳои ҷавоби "ихтисор/норасоии маош" – 15,2% ва "сарбории марбут ба андоз" – 15,7% тақрибан таъсири якхела дошт.

14% ба он ишора карданд, ки ба буҳрони соҳаи расонаҳо ҳамчунин варианти “таварруми пули миллӣ, ки ба сабаби он арзиши аслии маҳсулот боло рафт” таъсир гузошт.

12,9% пурсидашудагон варианти “камшавии миқдори нашр”-ро қайд карданд ва 2,8% тамоман ночор буданд ва “чопи нашрияро боздоштанд”.

Боз 11,2% ба “ночор ихтисор кардани штати” идораи нашрияҳо даст заданд. Ва танҳо 1,1% ишора карданд, ки дар ҳоли ҳозир “ҳеҷ гуна душворӣ” эҳсос намекунанд.

Диаграммаи №4

Диаграммаи мазкур боз ҳам миқёси зарари ба расонаҳо расидаро қайд кард. Бо ҷамъ кардани натиҷаҳои талафоти калонтарин мо муайян кардем, ки аз се ду ҳиссаи (2/3) иштироккунандагони назарсанҷӣ қайд карданд, ки талафоти онҳо аз ҳама зиёд аст.

31,1% қайд карданд, ки даромади онҳо 30-45% коҳиш ёфтааст, ва боз 36,1% ишора карданд, ки даромади онҳо ба зиёда аз 50% коҳиш ёфтааст.

Боз 13,1% қайд мекунанд, ки даромади онҳо 20-25% коҳиш ёфтааст, ки ин ҳам дарсади зиёд аст. Ва барои 9,8% ин ҳолат ҳатто боиси муваққатан ё доимӣ қатъ гардидани фаъолияти ташкилот гардидааст.

1,6% пурсидашудагон ишора карданд, ки дарсади камтарини талафот аз 10% то 15% даромадҳо мебошад. Ва боз 8,2% ба саволи гузошташуда ҷавоб надоданд.

Диаграммаи №5

Минбаъд саволҳо тавре тартиб дода шудаанд, ки вазъияти даромадҳо дар ҳар ҳолат ҷудогона нишон дода шавад. Саволи якум «То чӣ андоза даромадҳои шумо аз реклама,

эълонҳо/табрикот коҳиш ёфт?”. Дар ин ҷо низ тақрибан 2/3 пурсидашудагон ба натиҷаҳои манфӣ ишора карданд.

Дақиқан чунин аст: 39% пурсидашудагон бандеро ишора карданд, ки дар он даромад «зиёда аз 50%» коҳиш ёфтааст, ва 27,1% ба 30-45% коҳишёбӣ ишора карданд.

Боз 15,3% ишора карданд, ки даромадҳо аз реклама, эълонҳо/табрикот 20-25% коҳиш ёфтаанд. Дарсади аз ҳама камтарини пурсидашудагон – 3,4% - ишора карданд, ки даромадии таблиғотию тиҷоратӣ 10-15% коҳиш ёфтааст.

5,1% ишора карданд, ки ин яке аз сабабҳои қатъ гардидани фаъолияти онҳо гардидааст. 8,5% қайд намуданд, ки ҳаргиз чунин моддаи даромадҳоро надоштанд.

Боқимонда 1,7% барои ҷавоб додан ба савол мушкилӣ кашиданд.

Диаграммаи №6

Нашриёҳои чопиро бахши аз ҳама ҷабрдидатарин аз бухрони иқтисодӣ ҳисобидан мумкин буд, зеро ин ба мухтавои аҳёнан бадшудаи рӯзномаҳо низ таъсир гузошт, ки ба миқдори нашр наметавонист таъсир кунад. Бинобар ин, ба онҳо чунин савол дода шуд: «То чӣ андоза даромадҳои шумо аз ҳисоби камшавии миқдори нашр коҳиш ёфт?». Ҷавобҳо тахминҳои моро тасдиқ намуд.

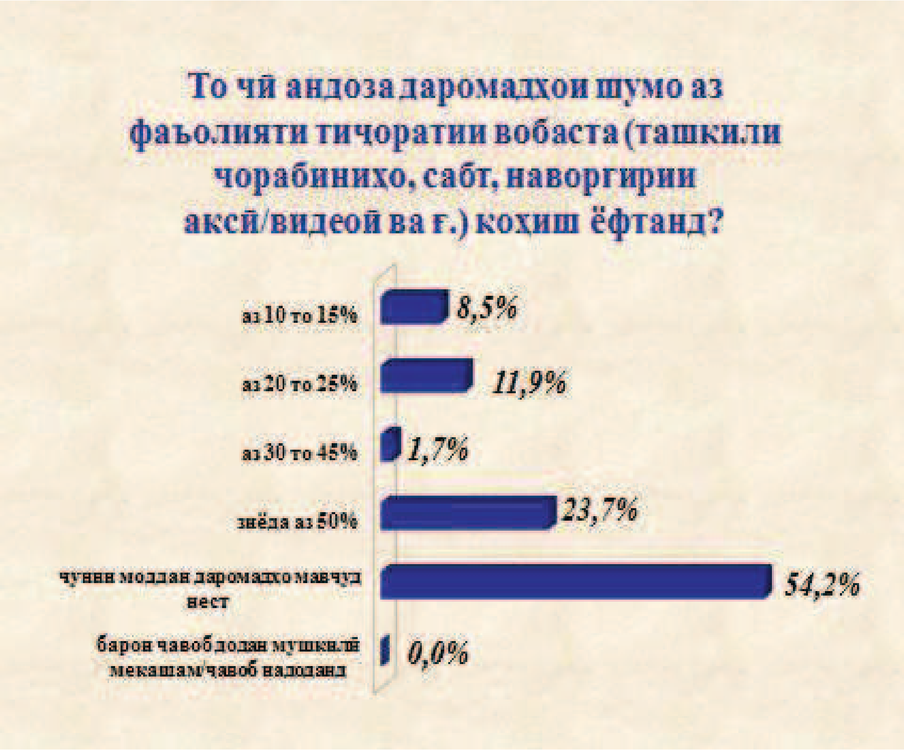
Зиёда аз 40% роҳбарон, ки миёни онҳо намояндагони телевизион, радио ва расонаҳои онлайнӣ буданд, якбора қайд карданд, ки “чунин моддаи даромадҳоро надоранд”.

32% пурсидашудагон ишора карданд, ки миқдори нашри онҳо зиёда аз 40% кам шудааст. 11,3% қайд карданд, миқдори нашри онҳо 25-35% кам шудааст. Ва боз 8,1% пурсидашудагон бовар доранд, ки ин рақам ба 15-20% баробар аст.

Онҳое, ки камшавии миқдори нашрашон яке аз сабабҳои “ночор қатъ гардидани фаъолият” гаштааст, 6,5%-ро ташкил мекарданд.

Диаграммаи мазкур нишон дод, ки мушкилии камшавии миқдори нашр тақрибан ба ҳамаи расонаҳои чопӣ – рӯзнома ва маҷаллаҳо – таъсир расонд. Ҳеҷ нафар аз ҷавобдодагон ишора накард, ки камшавии миқдори нашр умуман ҷой надоштааст. Баръакс, баъзеҳо қайд намуданд, ки тамоюли камшавӣ идома дорад ва дурнамои тағйирёбии вазъият ба самти беҳбудӣ норавшан аст.

Диаграммаи №7



Бо ишора ба диаграммаи №2, бахши “То чӣ андоза даромадҳои шумо аз фаъолияти тиҷоратии вобаста (ташкили чорабиниҳо, сабт, наворгирии аксӣ/видеоӣ ва ғ.) коҳиш ёфтанд?” ёдовар мешавам, ки дар боло мо аллакай қайд карда будем, ки ин гуна ҳолат зиёд нест. Дар навбати худ инро даромади устувор номида намешавад. Агар ин бахшро ҳамчун саволи ҷудогона баррасӣ кунем, натиҷа чӣ гуна хоҳад буд?

Қисми зиёди пурсидашудагон – 54% “чунин моддаи даромадҳоро” надорад. Боқимонда чунин вазъият доранд:

- Тақрибан се ҳиссаи пурсидашудагон (23,7%) ишора карданд, ки ин қисми даромади онҳо 50% коҳиш ёфтааст.
- 11,9% расонаҳо 20-30% ихтисор доранд.
- Даромадҳои иловагии 8,5% пурсидашудагон 10-15% коҳиш ёфтанд.

Яъне ҳатто онҳое, ки дорои равишҳои нави ҷалби маблағҳоро доштанд, наметавонанд бигӯянд, ки аз нигоҳи ин масъала ҳамаи корҳояшон мураттаб аст. Баръакс, натиҷаҳо ба дараҷаи кофӣ барои “киса”-и идораҳои расонаҳо таъсирбахш аст.

Диаграммаи №8

Талафот аз рӯи тамоми моддаҳои даромад наметавонад саволи табиии зеринро ба вуҷуд наорад: оё чунин камшавии миқёсан калони даромадҳо ба теъдоди кормандони идораҳои расонаҳо таъсир намерасонад, оё он ба ихтисори кормандон оварда намерасонад?

Ҷавоб яктост – албатта меорад! Инро ба таври аёнӣ диаграммаи навбатии мо №8 собит месозад, ки дар он тақрибан ними пурсидашудагон – 47,5% - дар банди “аллакай ихтисор кардем” ишора гузоштанд. Боз 26,2% низ ният доранд ин корро анҷом диҳанд.

Қисми зиёди пурсидашудагон – 23% - ҷавоб доданд, ки ҳайати кормандони худро ихтисор намекунанд. Қисми зиёди онҳо ҷавоби худро бо калимаҳои “аллакай шахси ихтисоршаванда боқӣ намондааст” пурра гардонданд.

Ва танҳо 3,3% хушбинона қайд намуданд, ки “нияти афзоиш додани” штати кормандони расонаҳои худро доранд.

Чунон ки мебинем, дар ин ҷо ҳам вазъият беҳтар нест ва аллакай ба ихтисорҳои оммавии доираи рӯзноманигорон оварда расонидааст. Аз эҳтимол дур нест, ки қисме аз онҳо дар хориҷи кишвар ба муҳоҷирони меҳнатӣ ҳамроҳ шаванд, қисме аз онҳо кӯшиши дар расонаҳои давлатӣ ё байналмилалӣ ҷойгир шуданро мекунанд ва боқимонда маҷбур мешаванд, ки дар соҳаҳои дигари ғайриихтисосӣ кор пайдо кунанд.

Диаграммаи №9

Бо пешниҳоди диаграммаи №9 ба шумо - мехоҳам таъкид намоям, ки саводи молиявии бисёре аз роҳбарони мо хеле заиф аст. Масалан, барои гирифтани ҷавоб ба саволи “Оё ба назари шумо сабукиҳо дар пардохти андоз ба паси сар кардани буҳрони иқтисодӣ мусоидат мекунанд?” ман маҷбур будам таъсири сарбории марбут ба андозро ба идораи расонаи (редаксияи) худам сатҳӣ ҳисоб кунам ва тавзеҳ диҳам. Вале пас аз шарҳ додани ман пурсидашудагон чӣ тавр ҷавоб доданро ба осонӣ метавонистанд муайян кунанд. Шояд бинобар ҳамин 90% роҳбарон қайд карданд, ки сабукиҳо дар пардохти андоз ба ин ё он дараҷа метавонистанд боиси коҳишёбии таъсири буҳрон ба ташкилот гарданд. Чуноне ки дар диаграммаи №9 мебинем, 64% пурсидашудагон “БАЛЕ” ҷавоб доданд ва 26% онҳо ҷавоби “ҚИСМАН”-ро интихоб карданд. Ин ду нишондиҳанда ҷамъ карда шавад, 90% бармеояд.

Боз 7% гуфтанд, ки таъсир чандон зиёд нест, ва 3% ба саволи гузошташуда ҷавоб гуфта натавонистанд.

Диаграммаи №10

Саволи навбатӣ “Маҳз кадом намуди андозҳо бояд ихтисор мешуданд?” худ аз худ вирди забон меояд. Дар ин ҷо бори дигар қайд менамоям, ки теъдоди кофии пурсидашудагон дониши сатҳии муҳосиботиро нишон доданд. Аз диаграммаи №10 маълум аст, ки 12,8% барои ҷавоб додани ба ин савол мушкилӣ кашиданд.

Аз натиҷаҳои боқимонда ҳолате ҷудо шуда меистад, ки 34,9% бекор кардани ҳамаи намуди андозҳоро барои расонаҳо ба муддати 3 сол (то даме ки буҳрони молиявӣ гузарад ва сатҳи даромад боз ҳам муътадил гардад) пешниҳод кардаанд. Далел – расонаҳо барои рушди ҷомеа муфиданд ва фаъолияти онҳоро наметавон ба ширкатҳои оддии тиҷоратӣ нисбат дод, ки бо савдо ё истеҳоли маҳсулоти ниёзи аввалия – маҳсулот ё сӯзишворӣ – машғуланд.

Барои пурсидашудагони дигар бекор кардани баъзе аз моддаҳои андоз кофӣ мебуд. Инак, масалан, 17,4% андоз аз даромадро хеле зиёд меҳисобанд, ки ба 25% аз даромади умумӣ баробар аст. Боз 15,1% чунин меҳисобанд, ки ҳатто андози содакардашуда беандоза баланд аст. 12,8% андози 18-дарсадиро ба арзиши иловашуда баланд меҳисобанд, ки, масалан, дар давлатҳои ҳамсоя (Қазоқистон ва Қирғизистон) он ба 10% баробар аст.

Ва боз 7% пурсидашудагон бо андози 25-дарсадӣ ба фонди ҳифзи иҷтимоии аҳолӣ розӣ нестанд ва кам кардани онро пешниҳод карданд.

Диаграммаи №11

Дар вазъияти бавуҷудомада маълум аст, ки раҳоӣ ёфтани расонаҳо аз буҳрон душвор аст ва ба гумон аст, ки баъзеҳо тамоман аз ин ҳолат берун оянд. Бинобар ин саволи зерин пешниҳод шуда буд: “Оё шумо ба кӯмаки молиявӣ ё моддӣ аз давлат ниёз доред?”.

Аз ним зиёди пурсидашудагон – 54% - бо боварӣ “БАЛЕ” ҷавоб доданд. Аз се як ҳиссаи пурсидашудагон - 33,3% - низ бо шарт “БАЛЕ” ҷавоб доданд: “сохторҳои давлатӣ кӯмак намекунанд, зеро барои онҳо хуб аст, ки расонаҳои мустақил баста шаванд”.

Боқимонда 7,6% чунин ҷавоб доданд: “Не, мо худкофӣ ҳастем”, ва боз 4,5% дигар чунин ҷавоб доданд: “Барои ҷавоб гуфтан мушкилӣ мекашам/ҷавоб надоданд”.

Яъне, кӯмак аз давлат хеле лозим буд, вале на ҳама бовар доранд, ки он аз ҷониби давлат расонида мешавад.

Диаграммаи №12

Бо вуҷуди ин, мо ба ҳар ҳол пешниҳод кардем, ки муайян созанд: “Кӯмаки давлат маҳз дар чӣ бояд зоҳир гардад?”

Ба ин савол 22% пурсидашудагон ҷавоб доданд, ки бекор ё ихтисор кардани пардохтҳои иҷора ва коммуналӣ дар биноҳои давлатиро мехостанд. Боз 25% роҳи наҷотро дар пешниҳоди грантҳо мебинанд.

19% дар назар доранд, ки барои онҳо “пешниҳоди дастгирии техникӣ (коғаз, навор, пластинаҳо, камераҳо, микшерҳо, мошини хидматӣ ва ғ.) низ муҳим аст. 17% пурсидашудагон билохира мехостанд “кӯмак дар ташкили обуна ва паҳнсозии рӯзномаҳо (дӯкони рӯзномафурӯшӣ ва нуқтаҳои савдо)” дарёфт намоянд.

15% ба он рӯ овარданд, ки “Бекор/ихтисор кардани андозҳо” актуалӣ аст.

Дар назарсанҷиҳои пешин мо аллакай ба чунин натиҷаҳо омада будем, вале ҳамеша чунин хоҳишҳои намояндагони расонаҳо танҳо ҳамчун хоҳиш боқӣ монда буданд, ки ё инкор карда шуда буданд ё то ба адресатҳои лозимӣ нарасида буданд.

Диаграммаи №13

Пас аз донистани дараҷаи ниёзи медиа-ҷомеа ба дастгирии сохторҳои давлатӣ мо ҳамин саволро оид ба зарурати расонидани кӯмаки молиявӣ ва моддӣ додем, ки ин бор кӯмак на аз давлат, балки аз ташкилотҳои байналхалқӣ дар назар дошта шудааст. Дар ин ҷо барои мо муайян кардани ягон нуктаи иловагӣ маънӣ надошт, бинобар ин вариантҳо ба ҳадди аксар сода буданд: «БАЛЕ», «НЕ», «Барои ҷавоб додан мушкилӣ мекашам/ҷавоб надоданд». Чунон ки аз диаграммаи №13 маълум аст, аксарияти кулл – 93,3% - ҷавоби “БАЛЕ” доданд.

Дар тӯли солҳои истиқлолият ташкилотҳои байналхалқӣ ва сафоратҳои дипломатӣ чандин маротиба ба матбуоти тоҷик кӯмак кардаанд. Ин дар шакли ҳам грантҳо, ҳам таъмини воситаҳои техникӣ, сафарҳои шиносоӣ ва ғ. будааст. Масалан, дар гузаштаи начандон дур Дафтари Созмони амният ва ҳамкории Аврупо дар Тоҷикистон бори

сеюм дар шакли коғази рӯзномавӣ ба нашрияҳои ҷамъиятию сиёсии кишвар кӯмаки техникӣ расонид.

Танҳо қисми ками роҳбарони расонаҳо – 1,7% - омодаанд аз кӯмакҳои ташкилотҳои байналхалқӣ даст кашанд ва ба ин савол ҷавоби “Не, мо худкофием” доданд. Боз 5% барои ҷавоб додан ба ин савол душворӣ кашиданд.

Диаграммаи №14

Кӯмаки молиявию моддӣ аз ташкилотҳои байналхалқӣ дар чӣ бояд зоҳир гардад? Аксарияти пурсидашудагон ҳамон кӯмакеро интизоранд, ки аз сохторҳои давлатӣ мехостанд, яъне “дар пешниҳоди грантҳо” (41%). Дар ҷойи дуюм пурсидашудагон ҷавоб доданд, ки кӯмаки интизорӣ бояд дар шакли “пешниҳоди кӯмаки техникӣ (коғаз, навор, пластинаҳо, камераҳо, микшерҳо, мошини хидматӣ ва ғ.” бошад.

Чоряки роҳбарони расонаҳо (24%) низ заруратеро “дар ташкил ва гузаронидани курсҳои омӯзишӣ” мебинанд. 3% чизи дигареро мехостанд ва 2% боз ҳам барои ҷавоб гуфтан мушкилӣ кашиданд.

Диаграммаи №15

Вазъияти бавуҷудомадаро дар дохили худи идораи расона низ наметавон бидуни таваҷҷӯҳ гузошт. Бинобар ин, ба пурсидашудагон пешниҳод карда шуд, ки вазъиятро таҳлил намоянд ва вариантҳои лозимаи раҳоӣ ёфтан аз вазъиятро интихоб намоянд. Аз ин лиҳоз, саволи навбатӣ чунин садо медод: “Барои муносиб гардонидани кори расонаи шумо чӣ лозим аст?”

Қисми зиёд – 27,1% - варианти ҷавоби “менеҷерон бо тафаккури нав”-ро интихоб карданд. Боз 26% боварӣ доранд, ки ба ҳар ҳол бидуни кӯмаки давлат ё ташкилотҳои байналхалқӣ онҳо аз уҳдаи кор намебароянд.

17,7% ҳамчунин назар доранд, ки аз ҷониби ҳимоятгарони молӣ (метсенатҳо) “маблағҳои сарпарастон” лозиманд. 5,2% бошад чунин меҳисобанд, ки “аз нав дида баромадани/дигаргун кардани кори идораи расона” ва ҷустани камбудҳо дар ҳамин самт муҳим аст.

Тақрибан панҷяки пурсидашудагон – 21,9% - ба он ақидаанд, ки кӯмак бояд ҳаматарафа бошад ва тамоми вариантҳои дар боло зикргардидаро интихоб мекарданд. Шахсоне, ки ба назари онҳо чизи дигаре лозим аст ё барои ҷавоб гуфтан мушкилӣ кашиданд, 1-дарсадро ташкил карданд.

Дар ҳар сурат вариантҳои ҷавобҳо нишон медиҳанд, ки аксарияти расонаҳо бидуни кӯмаки ҷиддии берунӣ имкони фаъолият ва рушд карданро надоранд.

Диаграммаи №16

Мо даҳҳо маротиба гуфтаем, ки беҳбудии расонаҳои имрӯза қобилияти пул кор карда тавонистан ё натавонистани онҳо вобастагӣ дорад. Вақтҳои фазои холии иттилоотӣ, кам будани рӯзномаҳо, шабакаҳои радио ва телевизион барвақт сипарӣ шудаанд. Рақобат дар ҳазорсолаи нав якбора афзоиш ёфт ва умед бастан ба даромадҳо аз миқдори нашр, эълонҳо ва табрикот танҳо беақлӣ хоҳад буд. Бо дарки ин ҳолат бисёр идораҳои расонаҳо шуъбаҳое боз мекунанд, ки оҳиста-оҳиста воридшавии рекламаро роҳандозӣ мекунанд. Вале оё инро ҳама дарк мекунанд?

Саволи навбатии мо маҳз ба ҳамин масъала дахл дошт: “Оё зарурати доштани шуъбаи тиҷоратӣ дар сохтори идораи расона вуҷуд дорад?”

Аз рӯи додаҳои аз натиҷаҳои назарсанҷӣ бадастомада танҳо 88,3% бар ин ақидаанд, ки шуъбаи тиҷоратӣ барои идораи расона ҳаётан муҳим аст. Теъдоди шахсони дарккунандаи ин ҳолат зиёд аст, вале бо вуҷуди ин, мебинем, ки шахсоне низ мавҷуданд, ки ба ақидаи онҳо расонаҳои онҳо бидуни хадамоти маркетинг ва фурӯш фаъолият карда метавонанд. Онҳо 6,7%-ро ташкил медиҳанд. Боқимонда 5% барои ҷавоб додан ба саволи гузошташуда душворӣ накашиданд.

Диаграммаи №17

Фаҳмидан як чиз аст, ки шуъбаи тиҷоратӣ лозим аст, вале таъсис додани он дар сохтори идораи расона чизи дигар аст, ки худ ба худ хоҳиш ва тавоноиро пешбинӣ мекунад.

Маълум шуд, ки аксарият – 45% - ин корро анҷом додаанд ва дар ҳайати идораҳои расонаи худ аллакай чунин шуъба ё хадамоти фурӯш доранд. Ин аз теъдоди он шахсоне, ки зарурати хадамоти фурӯшро дарк мекунанд, ду баробар кам аст. Яъне аз ҷониби роҳбарон фаҳмиш аст, вале дар амал танҳо ними онҳо инро иҷро кардаанд.

Боз 28% пурсидашудагон ҷавоб доданд, ки шахси машғул бо масъалаҳои тиҷоратиро доранд. То чӣ андоза самарабахш будани кори ин шахсро мулоҳиза кардан душвор нест. Дар аксари мавридҳо ҳангоми ба кор қабул кардани чунин шахсон на хислатҳои касбӣ, балки садоқати ӯ ба роҳбар баҳо дода мешавад. Одатан ин хеши наздике мебошад, ки соҳаи расонаҳоро хуб сарфаҳм намеравад, дар бораи менеҷмент, маркетинг ва умуман медиа-бизнес дониши сатҳӣ дорад.

Боқимонда 27% пурсидашудагон ҷавоб доданд, ки онҳо дар сохтори идораи расона шуъбаи тиҷоратӣ надоранд. Яъне дар вазъияти буҳронии бавуҷудомада ин расонаҳо аз ҳама бештар осебпазиртар мегарданд.

Диаграммаи №18

Мушкилоти марбут ба санҷишҳои сершумори ғайринавбатӣ боз як мушкили иловагӣ метавонад бошад. Мансабдорони ташкилотҳои гуногун – аз мақомоти андоз, агентии зиддиинҳисорӣ, маркази санитарию эпидемиологӣ, хадамоти коммуналӣ, оташнишонӣ ва ғ. – зуд-зуд ба кори расонаҳо бо гузаронидани санҷишҳои ғайринавбатӣ ва албатта, бо талаб кардани ришва монеа эҷод мекарданд. Бинобар ин, мо тасмим гирифтем, ки оид ба вазъи кунунӣ аз ин лиҳоз пурсон шавем: “Оё шумо мавриди санҷишҳои ғайринавбатӣ қарор гирифтаед ва то чӣ андоза онҳо ба кори расонаҳо таъсир мерасонанд?”

Ба саволи якум зиёда аз 2/3 пурсидашудагон ишора карданд, ки чунин санҷишҳо ҷой доранд. Албатта, агар 22% танҳо “БАЛЕ” гуфта бошанд, 32% дигар дақиқ карданд, ки чунин санҷишҳо “БАЪЗАН” сурат мегиранд ва боз 18% “ХЕЛЕ КАМ” ҷавоб доданд.

Боқимонда ё бо ҷавоб гуфтан мушкилӣ доштанд (10%) ё бо боварӣ “НЕ” ҷавоб доданд, яъне чунин санҷиш сурат намегирад.

Мо омори ҷавобҳоро ба чунин саволҳои солҳои гузашта надорем. Вале аз рӯи ҷавобҳои худи пурсидашудагон маълум мешавад, ки санҷишҳо аз гузашта камтар шудаанд.

Диаграммаи №19

Аз рӯи гуфтаҳои пурсидашудагон таъсири манфӣ аз санҷишҳои дар боло зикргардида низ ба фаъолияти расонаҳо коҳиш ёфтааст. Масалан, танҳо 28,3% қайд карданд, ки санҷишҳо ба кори онҳо таъсири ҷиддӣ мерасонанд. Ҳамон қадар шахсон (28,3%) ҷавоби “БАЛЕ, вале начандон ҷиддӣ”-ро додаанд.

31,7% бошад гуфтанд, ки санҷишҳо ба кори ташкилоти онҳо умуман таъсир намерасонанд.

Яъне, аз як тараф, тамоюли камшавии таъсири манфии санҷишҳо ба расонаҳо ҷой дорад ва аз тарафи дигар, ба ҳар ҳол аз нисф зиёди роҳбарони ташкилотҳои медиа ба ин ё он дараҷа аз чунин санҷишҳо эҳсоси нороҳатӣ мекунанд.

Диаграммаи №20

Пешгӯӣ кардани вазъият умуман душвор аст ва анҷом додани ин кор дар кишваре ба монанди кишвари мо боз ҳам душвортар аст, ки пас аз ҷанги шаҳрвандӣ комилан барқарор нашудааст ва наметавонад иқтисодиётро муътадил гардонад ва бо Афғонистони ноором ҳамсоя аст ва ба тағйироти ҷиддии (катаклизмҳои) гуногуни иқтисодӣ ҳассос аст.

Шояд барои ҳамин 28,3% пурсидашудагон барои ҷавоб гуфтан мушкилӣ доштанд ё ба савол ҷавоб нагуфтанд. Дигарон назароти гуногун доштанд.

Аксарияти роҳбарони ташкилотҳои медиа (46,7%) пешгӯии тақдири расонаи худро бо дарназардошти он ки вазъият дар расонаи онҳо метавонад бадтар гардад, манфӣ муайян карданд. Боқимонда 25% хушбинона умед доранд, ки вазъият беҳтар мешавад.

Диаграммаи №21

Дар маърузаҳои бисёр ҳамкорони мо садо дод, ки маълумот маҳсулоти ниёзи аввала намебошад ва бинобар ин таҳдиди баста шудани ин ё он расона танҳо бо сабаби молиявӣ ҳамеша вуҷуд дошт. Дар вақти буҳрон ин таҳдид чандин маротиба афзоиш меёбад. Пас он ҳоло чӣ гуна аст?

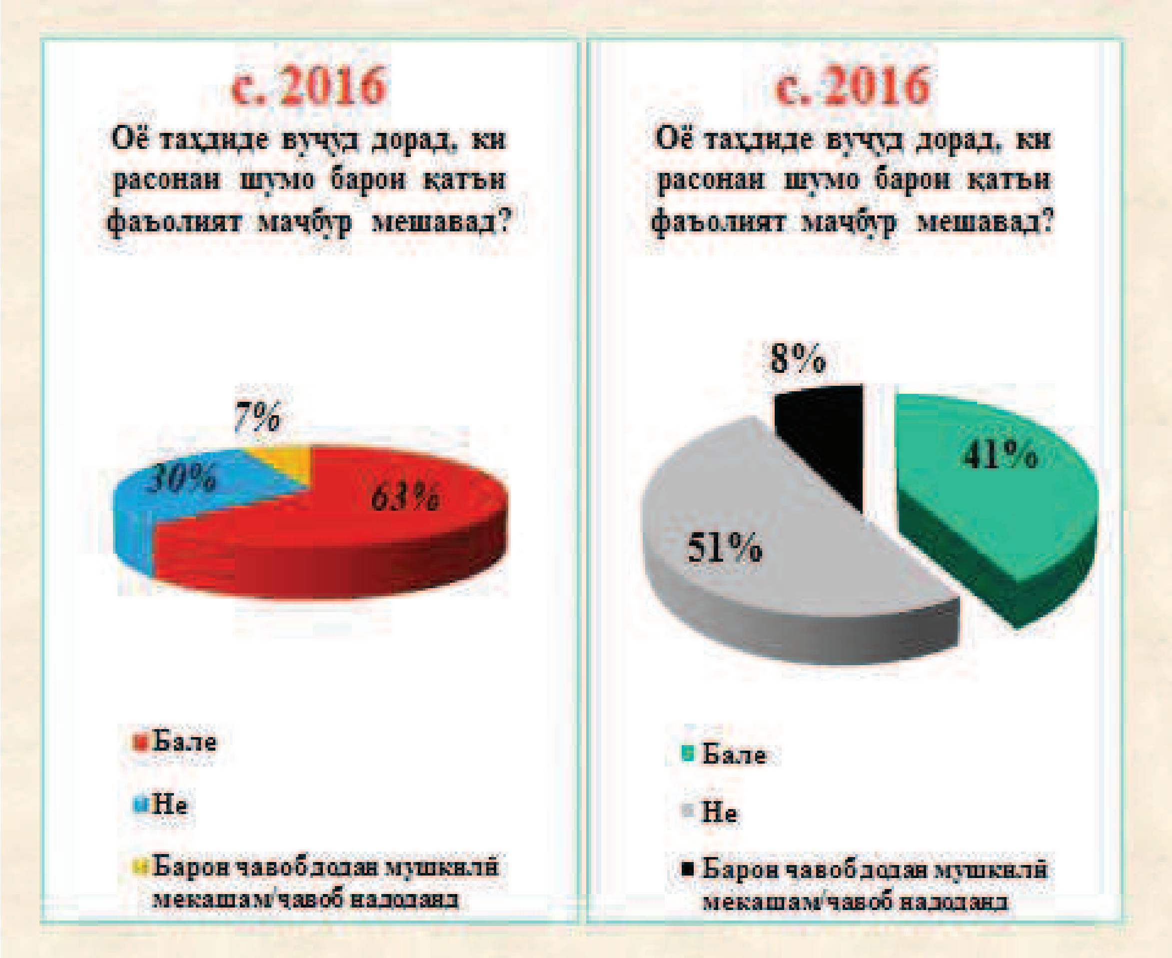
Чунон ки аз таҳлили натиҷаҳои саволи мазкур маълум аст, 63% пурсидашудагон чунин таҳдидро барои расонаҳои худ истисно намекунанд. Ин рақами калон аст ва аҳамияти он танҳо ба хотири он афзоиш меёбад, ки, чунон ки дар маълумоти пурсишнома ишора шуда буд, 67% ҷавобдодагон расонаҳоеро намояндагӣ мекунанд, ки ба тамоми ҷумҳурӣ ва пойтахт – шаҳри Душанбе – паҳн карда мешаванд.

Танҳо 30% иштироккунандагони назарсанҷӣ боварӣ доранд, ки таҳдиди баста шудани расона ба онҳо дахл надорад. Ва боз 7% барои ҷавоб додан мушкилӣ кашиданд.

Мо дар соли 2009 оид ба мавзӯи буҳрони иқтисодӣ пажӯҳиш гузаронида будем. Он вақт, дар солҳои 2008-2009, дар ҷаҳон буҳрони ҷаҳонии молиявӣ ҳукмфармо буд. Дар

он назарсанҷӣ низ саволе гузошта шуда буд, ки дар диаграммаи №21 дода шудааст. Барои мо то чӣ андоза тағйир ёфтани вазъият ҷолиб буд.

Фарқият зиёд будааст ва бинобар ин мо тасмим гирифтем, ки ин ду диаграммаро якҷоя биёрем, то ки худи шумо бубинед ва хулосаҳои худро бароред.



Чунон ки мегӯянд, он чӣ ки аён аст, ҳоҷат ба баён нест ва танҳо метавон қайд кард, ки вазъият яқинан бад шудааст.

Диаграммаи №22

Ба ҳар ҳол, ҳар роҳбар кӯшиш менамояд, ки амалҳои худро барои чанд қадами пеш ба нақша гирад, яъне ӯ кӯшиш мекунад, ки чизеро пешгӯӣ намояд. Ва ин пешгӯӣ на танҳо ба корҳои дохилии идораи расона (редаксия), балки ба омилҳои берунӣ низ дахл дорад, ки ба ҳар наҳве метавонад ба навъи фаъолияти ӯ таъсир расонад.

Бинобар ин мо тасмим гирифтем чунин саволгузорӣ кунем: “Ба назари шумо буҳрони иқтисодӣ чӣ қадар идома меёбад?”

Қисми зиёди пурсидашудагон (38,3%) бар ин ақидаанд, ки на зиёда аз 1-2 сол.

Вале 30% пурсидашудагон чандон хушбин нестанд. Пешгӯии онҳо 3-4 сол аст.

Боз 23,3% боварӣ доранд, ки ин буҳрони иқтисодӣ тӯлонӣ хоҳад буд ва охири онро “ба наздикӣ” интизор шудан нашояд.

Умуман, аз рӯи ҷавобҳо метавон хулоса кард, ки ин буҳрони иқтисодӣ шояд аз ҳама шадидтарин аз имтиҳонҳои пешин барои матбуоти тоҷик бошад. Буҳрон соли 2014 оғоз гардид, вале бо сипарӣ шудани 2 сол аз ҳама пешгӯии хушбинтарин 1-2 сол ҳисобида мешавад. Агар пешгӯиҳо амалӣ гарданд, тибқи натиҷаҳои қаблӣ, теъдоди начандон зиёди расонаҳо метавонанд дар бозор худро нигоҳ дошта тавонанд ва баста шудани эҳтимолии онҳо ногузир аст.

Диаграммаи №23

Саволи охирини пажӯҳиши мазкур чунин аст: “Оё буҳрони молиявӣ ба истиқлоли сиёсати идоравӣ (редаксионӣ) таъсир мерасонад?”. Яъне оё нашриёте, ки сиёсати қавии идоравӣ, мавқеи қатъӣ ё тарҷеҳҳои махсусеро дар инъикоси ин ё он мавзӯъ пеш

гирифтааст, метавонад дар вазъияти душвориҳои молиявии ҷиддӣ аз баҳри онҳо гузарад? Оё аз ҳисоби фармоишҳои тиҷоратии ташкилот ё шахсоне, ки қаблан инкор кардааст, худро нигоҳ дошта метавонад, ва ё, баръакс, худ ба онҳое, ки аудиторияи мувофиқи ҳадафаш нестанд ва ё ба он ташкилотҳое, ки аз рӯи камбудҳояшон боғайрат танқид мекарданд, хадамоти худро пешниҳод кунад?

Ҷавобҳо чандон тааҷҷубовар набуданд, вале хурсандкунанда ҳам набуданд. Мусаллам аст, ки вақте ки сухан дар бораи таъмини оила ва нигоҳдории ташкилот меравад, одамон маҷбур мешаванд аз баҳри баъзе манфиатҳо бароянд ё онҳоро таҷдиди назар кунанд. Вале маълум мешаванд, ки теъдоди онҳое, ки омодаанд ин корро анҷом диҳанд, хеле зиёд аст - 78% иштироккунандагони назарсанҷӣ! Бинобар ин, агар бадшавии вазъият идома ёбад, бисёр расонаҳо метавонанд зери назорати ин ё он сохторҳои давлатӣ ё тиҷоратӣ қарор гиранд.

Боз 7% пурсидашудагон ҷавоби “БАЪЗАН”-ро интихоб карданд.

Шахсоне, ки ба назари онҳо бухрони иқтисодӣ наметавонад ба сиёсати нашриётӣ таъсир расонад, хеле кам будааст, ва танҳо 15% роҳбарони расонаҳо ҷавоби “НЕ”-ро интихоб карданд.

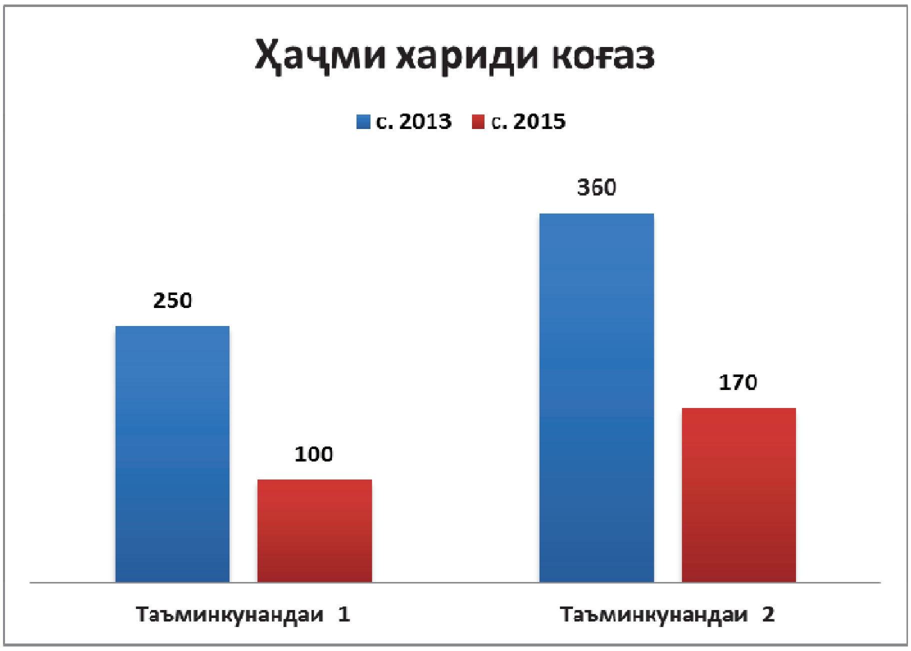
VIII. ХУЛОСАҲО

Хулосаҳо мухталифанд ва барои ҳамаи намудҳои расонаҳо бо як равиш қобили истифода нестанд. Ба таври мухтасар хулосаҳои тахминӣ инҳоянд:

- ✓ Дар матбуоти чопӣ, ки 13-14 соли охир рушди устувор ва комёбӣ нишон додааст, вазъият хуб нест. Бо дарназардошти ҳолатҳои эҷодшуда вуҷуди он дар шакли то ба ҳол амалкардаи он хеле душвор ва ё ҳатто «ба дараҷаи марговар» хатарнок аст.
- ✓ Расонаҳои электронӣ буҳронро назар ба расонаҳои дигар нисбатан сабук паси сар мекунанд. Вазъияти онҳо чандон интиқодӣ нест ва баъзе аз онҳо ҳатто муваффақ ҳастанд;
- ✓ Сомонаҳои интернетӣ. Кори аксарият дар ҳоли ҳозир бад аст, буҳрон таъсири манфӣ расонидааст, вале аксарияти онҳо интизоранд, ки вақтҳои наздик имконот ва уфуқҳои нав боз мешаванд;

Аз мавриди матбуоти чопӣ оғоз мекунам. Қисми зиёди нашрияҳо умуман фаъолиятро қатъ мекунанд. Мушкилот имрӯз пайдо нашудаанд, равиши ҳамаҷонибаи ҳалли масъала пеш гирифта нашудааст ва вазъияти эҷодшуда ҳар сол боз ҳам дучанд мешавад. Аллакай дар ҳоли ҳозир, назар ба ду-се соли гузашта теъдоди даҳҳо номгӯи рӯзномаҳо ихтисор шудааст. Аллакай ҳоло ихтисоршавии теъдоди нашр то ба 15-40% ба мушоҳида мерасад.

Масалан, миқдори хариди коғази рӯзномавӣ аз ҷониби таъминкунандагони калон дар солҳои 2013-2015. Аз диаграммаи мазкур равшан аст, ки таъмини коғаз барои рӯзномаҳо зиёда аз 2 маротиба коҳиш ёфтааст.



Додаҳоро ба мо худи таъминкунандагон дар охири соли 2015 пешниҳод карданд*

Сабабҳои коҳиши сатҳи даромади матбуоти чопӣ инҳоанд:

a) Қисми зиёди идораҳои расонаҳо корро ҳамчун бизнес-сохтори дуруст ташкил карда натавонистанд.

b) Дар бисёре аз ин идораҳо менеҷерон ва рӯзноманигорони касбӣ кам ё умуман мавҷуд нестанд.

c) Муҳтавои (контенти) пешниҳодшаванда талаботи аудиторияро қонеъ намегардонад.

d) Набудани низоми самарабахши пахш. Оид ба ҷалби аудиторияи нави хонанда кор бурда намешавад.

e) Набудани шуъбаи тиҷоратии самаранок ва заиф будани корҳо оид ба ҷалби реклама.

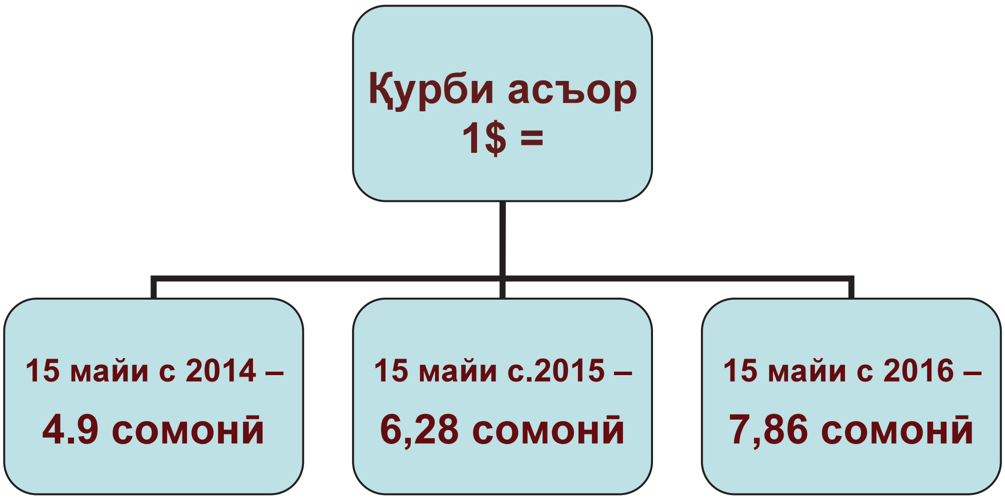
f) Набудани хоҳиши таҳсил омӯхтан ва ворид намудани механизмҳои нави пешбурди расонаи худ.

g) Шартҳои нобаробари рақобати расонаҳои мустақил ва давлатӣ.

Ман камбудиҳои кори матбуоти чопиро номбар кардам, вале баъзе аз он бандҳоро метавон ба расонаҳои дигар – онлайн ва электронӣ – низ нисбат дод.

Вазъияти расонаҳои электронӣ куллан назар ба расонаҳои чопӣ хеле беҳтар аст. Қисми зиёди онҳо шуъбаҳои тиҷоратӣ доранд ва самаранок фурӯхтани вақти пахш дар мавҷ (эфирӣ) ва пул кор карданро аз фаъолияти тиҷоратии вобаста омӯхтаанд. Таҳдидҳои асосӣ ва возеҳ барои онҳо, пеш аз ҳама, омилҳое мебошанд, ки аз худи онҳо вобастагӣ надоранд – буҳрони иқтисодӣ, ки тамоми иқтисодиётро дар бар гирифтааст, коҳишёбии воридшавии реклама бинобар сабаби ихтисоршавии буҷетҳои рекламадиҳандагон ва беқурбшавии асъори миллӣ.

Модоме ки сухан дар бораи беқурбшавии пул меравад, маълумоти зеринро аз сомонаи расмии Бонки миллии Тоҷикистон ба диққати шумо мерасонам:



Ба назарам, дар ин ҷо ба шарҳу эзоҳ зарурат нест

Ҳамон камбудиҳое ҷой доранд, ки дар матбуоти чопӣ ба мушоҳида расиданд. Вале таъсири манфии онҳо ба кори расонаҳои электронӣ, тибқи гуфтаҳои пурсидашудагон, хеле кам аст.

Расонаҳои онлайнӣ (бархатӣ) – ин зуҳуроти нисбатан нав дар бозори расонаҳои Тоҷикистон мебошад. Вале аллакай аз рӯи теъдоди истеъмолкунандагон баъзе аз сомонаҳои мо аз аудиторияи нусхаҳои чопии онҳо назар ба пештара чандин маротиба зиёд аст.

Дар соли **2010**, аз рӯи маълумоти Ассосатсияи дастраскунандагони Интернет дар Тоҷикистон, аудиторияи интернет андаке зиёдтар аз 200 ҳазор нафар буд.

Вале тибқи ҳамон маълумоти Ассоситатсия ба ҳолати моҳи бекабри соли 2015 ин аудитория то **3,8 миллион** истифодабаранда афзоиш ёфтааст, яъне 19 маротиба зиёд!

Ба назар мерасад, ки имконоти нав ва нашрияҳои интернетӣ бояд танҳо “қаймоқи онро бояд гиранд”. Вале бо соҳибшавӣ ба ин гуна аудиторияи қавӣ роҳбарони расонаҳо ҳанӯз тавассути хадамоти иттилоотӣ пул кор карданро наомӯхтаанд. Танҳо теъдоди начандон зиёд аз имконоти нав истифода мекунанд ва ба ивази он фоида ба даст меоранд.

Як хулосаи муҳими дигар, ки дар рафти ин пажӯҳиш нисбат ба расонаҳои онлайнӣ (бархатӣ) ва чопӣ доштем, ин инкор кардани проблемаҳои ҷойдошта буд. Маҳз нофаҳмӣ ва беэътиноӣ дар масъалаи ҳалли саривақтии проблемаҳо ба таназзули умумии соҳа оварда расонид. Бидуни таҳлили тамоми ин нуктаҳо, масъалаи фоидаовар будан ё дар умум мавҷудияти оҷонсиҳои иттилоотӣ ё нашрияҳои чопиро дар оянда метавон зери савол гузошт.

Масъалаи тарзи корбарӣ дар дохили идораҳои расонаҳо пажӯҳиш сурат нагирифтааст, он дар навбати худ, бо беэътиноӣ ва нодуруст ба роҳ монда шудааст. Дар аксарияти ҳолатҳо иштибоҳҳо сатҳӣ мебошанд ва истисноан аз ҷониби роҳбарон содир шудаанд. Масалан, набудани сохтори возеҳ, таҷрибаи менеҷерӣ, арзёбӣ ва истифода аз захираҳои моддӣ ва кадрии мавҷуда, маҳдудияти имконоти идораҳои расонаҳо, дастрасии маҳдуд ба истеъмолкунанда, ба воридшавии устувори маблағҳо ва маҳсулоти аз назари шаклу мазмун куҳнашуда – моҳиятан модели ташкили бомуваффақияти медиа-бизнес буда наметавонанд.

IX. ТАВСИЯҲО

Бо дарназардошти гуфтаҳои боло, мушкилоти зерин дар кори расонаҳо ошкор ва тавсияҳо таҳия шудаанд, ки мумкин аст дар назар гирифта шаванд ё дар созмонҳои расонавӣ (медиа) мавриди татбиқ қарор гиранд:

➢ **Кадрҳои касбӣ.** Дар солҳои охир дуршавии шадиди рӯзноманигорони касбӣ аз расонаҳои мустақили ватанӣ мушоҳида мешавад. Аммо норасоӣ на танҳо дар байни рӯзноманигорон мушоҳида мешавад. Мутахассисони босавод кам ҳастанд, ки метавонанд расонаҳоро ба шароитҳои муосири ҷамъоварӣ, интишори иттилоот ва эҷоди сохторҳои муассири медиа мутобиқ намоянд. Мутаассифона, дар бештари расонаҳо ба масъалаи мазкур ҳаргиз таваҷҷуҳи лозимӣ зоҳир карда нашудааст.

Лозим аст, ки тадбирҳо оид ба боз гардонидан ё ҳадди ақал ҷиҳати иҷоза надодан ба дуршавии баъдии кормандон рӯйи даст гирифта шаванд. Бояд бо онҳо ва бо кормандони нав эҳтиёткорона ва бо диққат муносибат шавад. Лозим аст, ки кор оид ба тарбияи насли нав ба роҳ монда шавад, ки онҳо маъмулан аз мактабҳои олӣ бо хоҳиши кор кардан, аммо бидуни омодагии зарурӣ меоянд.

➢ **Муҳтаво.** Муҳтаво фикр карда нашудааст, ҷолиб нест ё дар бештари мавридҳо якранг аст, ки боиси норизоиятии истеъмолкунандагон мешавад. Ин, пеш аз ҳама, марбут ба расонаҳои чопӣ мебошад. Ҳангоми таҳия ва интиқоли маҳсули иттилоотӣ буҳрони идеяҳо мушоҳида мешавад.

Дар расонаҳои электронӣ, бо вуҷуди рақобати сахт, ҳоло наметавонанд истеҳсол ва пешниҳоди муҳтавои босифати худиро ба роҳ монанд. Ин ҷо сабаб бештар хусусияти иқтисодӣ дорад, ки аз ташкили дурусти даста ва таъмини ҷараёни босуботи маблағ ба идораи расона (редаксия) вобаста аст.

Ҳамчунин, иҷро нашудани Нақшаи чорабиниҳои Барнома оид ба мутобиқсозии иқтисоди Ҷумҳурии Тоҷикистон дар робита бо узвият ба Созмони ҷаҳонии тиҷорат (бо Қарори Ҳукумат таҳти №691 аз 31.10.2014 қабул шудааст) бояд дарҷ карда шавад, ки лағви (бекор кардани) талабот оид ба гирифтани иҷозатнома барои истеҳсоли маҳсулоти аудиовизуалиро пешбинӣ менамояд. Сарфи назар аз он ки аллакай аз санаи қабули санади мазкур тақрибан 2 сол сипарӣ мешавад, мақомоти миллӣ ва парламент онро ҳанӯз мавриди иҷро қарор надодаанд.

Ғайр аз ин, беҳтар хоҳад буд агар расонаҳо назарсанҷии маҷмӯъиро баргузор намуда, хоҳиши шунавандагонро муайян намоянд. Натиҷаҳои назарсанҷӣ ба беҳбуди маъно ва мутобиқати ҳадди аксар ба интизориҳои истеъмолкунандагон кӯмак мерасонад.

Бо рӯйкарди эҷодкорона ва бо истифода аз имкониятҳои муосири чандрасонаӣ (мултимедиявӣ) бояд муносибат ба муҳтаво тағйир дода шавад, кӯшиш ба харҷ дод, ки он гуногунранг ва то андозае беназир бошад.

Дар акси ҳол, агар раванд ба ҳоли худ гузошта шавад, пас мо ба зудӣ бидуни медиаи худӣ мемонем. Он қадар ки рӯзноманигорӣ камсифат ва камхаридор мешавад, он ҳамон қадар кам ба мардум лозим аст. Варианти мазкур барои худи расонаҳо ҳалокатбор аст.

➢ **Сатҳи баланди хароҷот.** Сатҳи хароҷот барои таъмини расона бисёр баланд аст. Тоҷикистон тақрибан ҳеҷ чиз истеҳсол намекунад ва маҷбур аст ҳама чизро аз хориҷи кишвар ворид намояд. Воридоти онҳо бо асъори хориҷӣ анҷом мешавад ва ин ба он

маънӣ аст, ки медиа-истеҳсолкунандагон барои ҳамеша баланд бардоштани арзиши маҳсулоташон маҷбур ҳастанд.

Масъалаи мазкур коркарди ҷиддиро тақозо мекунад ва эҳтимолан бо иштироки медиа-ташкилотҳои ғайридавлатӣ ва давлат. Ба таври мисол, ташкилотҳои давлатӣ ё тиҷоратӣ метавонанд таъмини маҷмӯъии маводҳои хароҷотиро барои нашриёҳои чопӣ бо арзиши нисбатан пасттар, баррасии имконияти озод намудани расонаҳо ва матбуотро аз пардохти иҷора ташкил диҳанд, ки онҳо биноҳоро дар иморатҳои давлатӣ иҷора мегиранд ва ҳамчунин кам кардани арзиши пардохтҳои коммуналӣ.

➢ **Гаронии андоз.** Тавре дар боло зикр карда шуд, барои бештари медиа-созмонҳо бори андоз бисёр вазнин аст. Барои ҳалли мушкили мазкур, кӯмаки ҳам созмонҳои байналмилалӣ ва ҳам медиа-ташкилотҳои ғайридавлатӣ лозим аст, ки онҳо ба таври муштарак метавонанд аз масъалаи имтиёзҳои андоз ҳимоят кунанд ё бекоркунии муваққатии онҳоро барои 2-3 сол ба даст оранд.

Расонаҳо дар давраи буҳронии мазкур ба гумон аст, ки ба хазинаи давлат даромад ворид намоянд, аммо иштироки онҳо дар ҳаёти ҷомеъа бисёр зиёд аст. Монанди ҳар ниҳоди ҷомеъаи шаҳрвандӣ, расонаҳо ба рушд ва беҳбуди ҷомеъа мусоидат менамоянд. Тарҳ бисёр сода аст ва ба таври зерин ба назар мерасад: расонаҳо – ин манбаъи иттилоот, иттилоот – ин ғизо барои фикр кардан, фикр кардан – ин маълумот, маълумот – ин ҳаракат, ҳаракат – ин пешрафт.

Бинобар ин, имтиёзҳои андоз яке аз унсурҳои муҳими рушд ва пешрафти ҷомеъа ва кишвар хоҳанд буд.

➢ **Шуъбаи тиҷоратӣ.** Агар муассисони расонаҳо ба судовар будани ташкилоти худ таваҷҷуҳ дошта бошанд, пас ташкил намудани шуъбаи тиҷоратӣ дар таркиби идора (редаксия) бисёр зиёд лозим аст. Ғайр аз ин, кормандони шуъбаи мазкур бояд бар асоси озмун, бо низоми (системаи) ҳавасмандии муайян ва сармоягузорӣ дар омӯзиши ҳамаи кормандони шуъба ба кор қабул намоянд.

Ҳамчунин, ҷорӣ намудани пойгоҳи маълумот оид ба фурӯши вақти пахш дар мавҷ (эфир) ва майдони реклама лозим аст. Аммо ин ҳам дар баъзе аз расонаҳо вуҷуд надорад. Ҷорӣ намудан ва таҳлили шохисҳо (нишондиҳандаҳо) гарон нест, аммо барои банақшагрӣ ва ҷорӣ намудан фаъолияти тиҷоратии идора (редаксия) бисёр муассир аст.

Ҷустуҷӯи роҳҳои нави ба даст даст овардани даромад аз фаъолияти тиҷоратӣ низ муҳим аст – сабтҳо, акс/сабти видеоӣ, BTL (below-the-line – рекламаи ғайримустақим тавассути презентатсияҳо, саҳмияҳо, консертҳо, фурӯшҳои эҷодӣ, намоишҳо, конфронсҳо ва ғайра).

Ҳамаи инро мумкин аст ҳамзамон бо фаъолияти асосии рӯзноманигорӣ бо тавзеҳи ҳодисаҳо дар ҳомилҳои худӣ ва бо ин роҳ ҷалб намудани маблағ анҷом дод, ки метавон барои рушди баъдӣ шароит фароҳам намуд.

- **Низоми (системаи) паҳнсозӣ.** Вақт барои ҷустуҷӯи роҳҳои нав ҷиҳати беҳбуди кори системаи паҳнсозӣ мебошад. Мутаассифона, чизҳои зиёде қаблан аз даст дода шудаанд ва барои ин чизҳои муфид бисёр кам анҷом шудаанд. Бо вуҷуди ин, бояд барои ташкил намудани системаи паҳнсозии худӣ ё муштарак бо дигар идораҳо (редаксияҳо) кор кард, ки он таҳти назорати баробари ҳамаи иштироккунандагон бошад. Омӯзиш ва татбиқи таҷрибаи мавҷудаи дигар расонаҳои чопии кишварҳои ҳамсоя зарур аст.

Боз ҳам бо миёнаравии медиа-ассотсиатсияҳо ва созмонҳои байналмилалӣ бояд бекор кардани таҷрибаи ба таври маҷбурӣ обуна шудан ба нашрияҳои давлатӣ ба даст оварда шавад, ки ба рақобати одилона дар бозори расонаҳо мухолифат мекунад.

- **Тарбия ва густариш додани аудиторияи хонандагон.** Ҳамкории ҳамаи навъҳои расонаҳо новобаста аз шакли моликият ва кори фаъол миёни аҳолӣ оид ба тарғиби хондан дар маҷмӯъ лозим аст. Далел: хондан – ин маълумот ва роҳи дуруст барои роҳ надодан ба тақдири муҳоҷири корӣ мебошад. Барои таъсири бештар ҳамчунин мумкин аст сохторҳои дахлдор аз мақомоти ҳокимияти давлатӣ ва намояндагони ҷомеъаи шаҳрвандӣ ҷиҳати эҷоди фарҳанги хондан байни насли наврас тавассути баргузор намудани нишастҳо, саҳмияҳо, мусобиқаҳо миёни талабагон ва донишҷӯён ҷалб карда шаванд. Натиҷа зуд ба даст намеояд, аммо дар дурнамо дараҷаи интихобпазирӣ метавонад ба афзоиши адади нашри рӯзномаву маҷаллаҳо ва ҳамчунин ба рӯйкарди босифат ҳангоми интихоби интернет-сайтҳо оварда расонад.

- **Кӯмак аз намояндагиҳои дипломатӣ ва ташкилотҳои донорӣ.** Маълум аст, ки дар солҳои охир ташкилотҳои донорӣ буҷетҳои грантдиҳии худро бисёр коҳиш додаанд. Ин дуруст аст ё на – комилан рӯшан нест. Аммо тавассути миёнаравии медиа-ташкилотҳои ғайридавлатӣ бояд ба ин созмонҳо бо пешниҳоди зиёд намудани таъсири донорӣ ва кӯмак ба расонаҳо ҷиҳати суботи молиявӣ муроҷиат карда шавад.

Ғайр аз ин, таваҷҷӯҳи созмонҳои зикршуда ҷалб карда шавад, ки фармоишҳои бештар оид ба фаро гирифтани фаъолияти онҳо ҳамчунин мумкин аст аз ҷониби медиа-ташкилотҳо анҷом шавад ва дар баробари ин, метавон ба таври мустақим гуфтушунид кард, на тавассути миёнаравҳо дар шахсияти муассисаҳои рекламавӣ ё PR-муассисаҳо.

- **Пешниҳод намудан кӯмаки машваратӣ.** Кӯмаки машваратӣ ба расонаҳо бисёр лозим аст. Кӯмак бояд на як маротиба дар як сол дар шакли семинарҳои ду ё серӯза, аммо дар шакли бештар пурҳаҷм ва фаврӣ пешниҳод карда шавад. Кор дар идораҳо (редаксияҳо) ба таври суннатӣ анҷом мешавад, зеро дониши менеҷерон ва кормандон бисёр маҳдуд аст ва бештар кӯҳна шудаанд. Замоне фаро расидааст, ки методҳои нави идоракунӣ ва шаклҳои муосири рӯзноманигорӣ мавриди татбиқ қарор гиранд.

Бояд тазаккур дод, ки дар марҳилаи мазкур ба даст овардани кӯмаки машваратӣ ба ҷуз аз миёнаравии созмонҳои байналмилалӣ ва сафоратҳои хориҷӣ имконнопазир аст. Редаксияи расонаҳои мустақил ҳоло барои ба таври мустақил ҳал намудани масъалаи мазкур қодир нестанд.

IX. ИХТИСОРАҲО

- Расонаҳо – воситаҳои ахбори омма
- PR (Public Relations) — фановарии (технологияи) эҷод ва ривоҷ додани рақобати тасвири (образи) объект (идеяҳо, молҳо, хидматрасониҳо, кормандон, созмон - ширкатҳо, бренд). Ба маънои васеъ - идоракунии афкори умумӣ мебошад.
- BTL (below-the-line) – рекламаи ғайримустақим аз тариқи презентатсияҳо, аксияҳо, консертҳо, фурӯшҳои креативӣ, намоишгоҳҳо, конфронсҳо ва ғайра.