

Kebanjiran majalah asing wajar disekat

Penerbit hanya mahu rebut peluang iklan tanpa ambil kira sensitiviti budaya

B.H. 11/06/07 M/S 9

Laporan Khas

INFO

10 majalah paling banyak memperoleh hasil jualan ruang iklan di negara ini hingga Mac 2007

Tajuk	Hasil pendapatan (RM)	Negara asal penerbit
Time Malaysia	2.9 juta	Hong Kong
Feminine	2.5 juta	Malaysia
Malaysian Tatler	2.3 juta	United Kingdom
Female	2.1 juta	Singapura
Nuyou	1.8 juta	Singapura
Newsweek Malaysia	1.7 juta	Hong Kong
Sister Pictorial	1.6 juta	Hong Kong
Cleo	1.6 juta	Australia
New Tide	1.1 juta	Malaysia
Harper's Bazaar Malaysia	994 ribu	Amerika Syarikat

Sumber: Nielsen Media Research Sdn Bhd

Majalah sebegini hanya menggunakan 20 peratus bahan dari Malaysia dan kemasukannya lebih bertujuan untuk merebut peluang mendapatkan iklan tanpa mengambil kira sensitiviti budaya kita. Apa yang penting bagi mereka ialah mengaut keuntungan hasil iklan.

Kajian oleh Nielsen Media Research Sdn Bhd mendapati keuntungan daripada belian ruang iklan di majalah dikuasai majalah berjenama antarabangsa. Contohnya, majalah *Times* Malaysia yang dikeluarkan oleh syarikat dari Hong Kong mendahului carta 25 majalah paling banyak memperoleh hasil menerusi iklan di negara ini.

Menurut sumber industri penerbitan tempatan, majalah asing yang diedarkan di ne-

Malah, 561.64 juta naskhah majalah dari luar negara sudah dilepaskan untuk pendedaran di negara ini sejak Januari hingga April tahun ini.

Ini menimbulkan kebimbangan di kalangan penerbit tempatan kerana terpaksa bersaing dengan majalah luar negara yang nyata mudah memasuki pasaran sedangkan mereka terpaksa bergelut dengan penyediaan isi kandungan supaya tidak terbabas daripada akta yang digariskan.

Setiausaha Persatuan Penerbit Majalah, James Selva, berkata senario itu menyebabkan majalah terbitan syarikat tempatan terpaksa bermati-matian untuk kekal dalam pasaran. Tahun ini saja hampir 30 tajuk majalah dari luar negara dilepaskan untuk pendedaran.

"Sudah pasti masyarakat akan lebih berselera memiliki majalah luar negara yang menampilkan model lebih seksi dan menampilkan bentuk badan yang mengiurkan.

"Ini belum diambil kira majalah berjenama antarabangsa yang hanya membuka cawangan di negara ini semata-mata untuk mendapatkan hak penerbitan, tetapi menggunakan lebih 80 peratus bahan luar negara," katanya.

Pengaruh Urusan Kumpulan Karangkrif Sdn Bhd, Husamuddin Yaacob, berkata syarikat penerbitan tempatan yang berjaya bersaing dan kekal dalam pasaran boleh dianggap luar biasa kerana mereka terpaksa bersaing dalam suasana yang tidak sihat.

Katanya, industri pengiklanan di negara ini hanya memilih jenama antarabangsa dan ini jelas menipu pengguna kerana hakikatnya jualan majalah sebegini hanya sekitar 10,000 naskhah sebulan berbanding majalah seperti *Mingguan Wanita* yang in-

gara ini oleh syarikat dari luar amat merugikan negara kerana keuntungan diperoleh mereka disalurkan terus kepada syarikat yang berpangkalan di luar negara itu.

Bagaimanapun, syarikat yang ingin menerbitkan atau mengedar majalah di Malaysia perlu berdaftar dan mempunyai pegangan saham daripada kalangan rakyat tempatan bagi memudahkan pengawalan.

Setiausaha Bahagian Kawalan Penerbitan dan Teks al-Quran KKDN, Che Din Yusoh mengaku bahawa bahan bercetak dari negara luar tidak perlu memohon permit dan hanya perlu melepasi pemeriksaan di pintu masuk negara sebelum dibenarkan pendedarannya di pasaran tempatan.

KEBANJIRAN majalah asing di negara ini bukan satu isu baru, namun persoalannya adakah semua majalah yang dijual di pasaran menepati kehendak undang-undang serta peraturan Kementerian Keselamatan Dalam Negeri (KKDN). Apakah ia benar-benar sesuai dengan budaya masyarakat di Malaysia.

Setiap kali menyentuh isu ini, pelbagai perkara berkaitan dibangkitkan seperti masalah penguatkuasaan, kelonggaran sistem undang-undang, dasar dan aspek keadilan kepada penerbitan dalam negara berbanding luar negara.

Senario ini diburukkan lagi dengan dakwaan ada lebih 30 tajuk majalah dari China yang masuk ke negara ini menggunakan cara haram serta dijual berleluasa, malah terbuka di pasaran.

Selain boleh meracuni pemikiran anak-anak dengan gambar serta iklan yang menampilkan model separuh bogel, kemasukan secara bebas majalah asing juga boleh membunuh industri penerbitan tempatan termasuk sektor pengiklanan.

Selain majalah dari China, penerbitan menggunakan jenama antarabangsa tetapi 80 peratus bahannya adalah dari luar seperti *Cleo*, *Malaysian Women Weekly*, *Cosmopolitan*, *Harper's Bazaar*, *Marie Claire*, *Seventeen*, *Men's Health* dan *Sister Pictorial*, turut mengancam industri penerbitan tempatan.



PASARAN MELUAS: Antara majalah asing yang dijual secara langsung di pasaran tempatan.

majalah seperti *Mingguan Wanita* yang jualanannya mencecah 160,000 naskhah setiap keluaran.

Pengurus Besar Measat Publication Sdn Bhd, Louis Foo menyifatkan senario ini sebagai ketidakadilan dalam melaksanakan undang-undang, kerana KKDN selalunya cukup bertegas dengan penerbitan tempatan tetapi boleh bersikap sambil lewa dengan penerbitan luar negara.

Tidak cukup dengan itu, wujud pertikaian mengenai dasar yang digunakan oleh kerajaan dalam membenarkan majalah asing memasuki pasaran tempatan kerana didapati terlalu mudah tanpa perlu melalui proses permohonan permit seperti dihadapi penerbitan tempatan.

Soalnya kini, wajarkah kemasukan majalah asing dibiarkan berleluasa dan menjejaskan industri penerbitan majalah tempatan sehingga kadangkala boleh disifatkan sebagai 'kera di hutan disusukan, anak di rumah mati kelaparan'.

Namun, adakah wajar pula pengedaran majalah luar negara disekat sedangkan kerajaan berusaha keras memastikan masyarakat di negara ini mempunyai budaya suka membaca. Malah, tidak boleh dinafikan, ada bahan bacaan dari luar sangat ilmiah dan susah diperoleh daripada penerbitan tempatan.