Роман Петрович Баканов

Казанский (Приволжский) федеральный университет

[rbakanov@yandex.ru](mailto:rbakanov@yandex.ru)

**Освоение редакциями локальных медиа Республики Татарстан цифрового пространства: соцсети есть, энтузиастов мало**

Рассматривается актуальное состояние практики внедрения редакциями СМИ Республики Татарстан современных мультимедийных форматов для расширения аудитории и формирования ее лояльности. Изучив контент региональных медиа, автор констатирует редкие творческие эксперименты создания новых форматов, подачу информации в традиционном виде через текст и фото.

Ключевые слова: локальное медиа, сайт, социальные сети, аудитория, Республика Татарстан.

Тренд на цифровизацию традиционных СМИ в Республике Татарстан (далее – РТ) с каждым годом становится все заметнее. Например, за пять последних лет в бумажном виде перестали издаваться более десяти газет (в том числе и некогда популярная среди казанцев и жителей региона «Вечерняя Казань») – их редакции сделали ставку на развитие, продвижение сайта и социальных сетей.

Несколько лет подряд во время заседаний коллегий Республиканского агентства по печати и массовым коммуникациям руководство региона давало редакциям газет и журналов рекомендации и установки налаживать новую цифровую жизнь, расширяя охват аудитории с помощью новых жанров и форматов и формируя ее лояльность. «Фокус должен быть на людях, а не на технологиях», – отметил на состоявшейся в начале февраля этого года коллегии ведомства руководитель Аппарата президента РТ А. Сафаров. Руководитель агентства А. Салимгараев считает, что редакции СМИ должны развивать новые каналы коммуникации, с их помощью приобретать новую аудиторию и постепенно формировать ее лояльность, но приоритетом должно быть качество распространяемых сведений. По его словам, «социальные сети, ранее выполнявшие лишь коммуникативные функции, стали для многих (почти для четверти россиян, во всяком случае) источником “надежной информации”. Люди, особенно молодежь, больше доверяют тем СМИ, которые активно представлены в социальных сетях. Несмотря на это, считает Салимгараев, главным источником достоверной информации остаются новостные сайты в интернете» [1]. Нынешний год в РТ объявлен годом цифровизации. Мы полагаем, что местная власть будет продолжать поддерживать дальнейшее развитие Интернет-коммуникации и практик повышения цифровой привлекательности государственных СМИ, а коллективам редакций частных изданий придется предугадывать новые тренды и за свой счет не отставать от них.

СМИ РТ относительно спокойно пережили пандемию. Закрылись почти все бесплатные рекламные издания, корпункты некоторых федеральных медиа, а также газеты «Вечерние Челны» и «Единство», значительно упали подписные тиражи, однако все известные медиа на рынке остались. Еще до 2000 г. они создали аккаунты в разных соцсетях (недавно и в Telegram), где, как правило, и сейчас размещают анонсы публикаций на своих сайтах, стимулируя рост их популярности. Регулярно проводимый нами содержательный анализ электронных «представительств» СМИ РТ в Сети позволяет сделать вывод о том, что их редакции далеко не в полной мере используют современные мультимедийные форматы подачи информации, предпочитая текст с визуальным материалом. При этом инфографика используется всего в трех изданиях и то от случая к случаю, потому что ее делают корреспонденты или дизайнеры-верстальщики в свободное от основной работы время. Но кое-что из того, что может привлечь и удержать внимание аудитории и увеличить ее, редакциями СМИ РТ медленно, но верно внедряется.

Речь идет об оригинальном цифровом контенте, размещаемом на сетевых видеохостингах. Свои каналы есть у редакций информационного агентства «Татар-информ», деловой электронной газеты РТ «БИЗНЕС Online», всех региональных телекомпаний. Более десяти регулярных передач познавательного характера создает редакция молодежного татароязычного журнала «Ялкын», стремясь выйти далеко за пределы региона, обращаясь к понимающей татарский язык аудитории всего мира и тем самым популяризируя его [2]. Наблюдается и появление интерактива. В феврале 2019 г. государственные газеты региона («Республика Татарстан» и «Ватаным Татарстан») начали записывать аудиоподкасты [3; 4] – как правило, в жанре интервью и реже – тематических обозрений.

Мы считаем, что уровень контента современных форматов редакций СМИ РТ и возможности его воздействия на аудиторию требуют регулярного критического анализа и научного осмысления. Из разговоров автора с представителями региональных СМИ понятно, что основной причиной редких творческих экспериментов остаются невысокие зарплаты в медийной отрасли, поэтому многие авторы уезжают в столицу или меняют сферу занятости.

Литература

1. Афанасьев С. Коллегия «Татмедиа»: отражение «атаки на Татарстан», «акцент на людях» и усиление в TikTok // Реальное время. 02.02.2022. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/239840-v-tatmedia-priznali-nehvatku-zhurnalistov-i-raskritikovali-press-sluzhby>.

2. Официальный сайт журнала «Ялкын». URL: <http://yalkyn.ru/>.

3. Раздел «Подкасты» // Республика Татарстан. 2019–2021. URL: <https://rt-online.ru/category/podkasty/>.

4. Раздел «Подкаст» // Ватаным Татарстан. 2020–2022. URL: <https://vk.com/podcasts-183169097>.