

## Литература

1. Как молния в ночи... К. Герд. Жизнь. Творчество. Эпоха / сост. и лит. обработка З.А. Богомоловой. Ижевск: Изд-во Удмуртского ун-та, 1998. 752 с.
2. Джалиль М. Мой жизненный путь // Вопросы литературы. 1961. № 7. С. 150-154.
3. Бикмухаметов Р. Муса Джалиль: Личность. Творчество. Жизнь. М.: Худож. лит., 1989. 286 с.
4. Старкова Г.И. Становление и развитие молодёжной периодической печати Удмуртии (1905-1929 гг.): дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2009. 331 с.
5. Низамов Р.А., Мустафин Ф.И. Муса Джалиль и детские журналы // Советская педагогика. 1972. № 4. С. 114-118.

## ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЕЧАТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

**С.Н. Таишева,**

кандидат социологических наук

АО «Татмедиа», заместитель генерального директора (Россия)

E-mail: tatmedia@bk.ru

**Аннотация.** Статья посвящена реформированию газет и журналов на татарском языке, входящих в АО «Татмедиа». В рамках маркетинговой работы осуществлен ребрендинг изданий, обновлены все сайты газет и журналов, запущены их электронные версии, организована электронная подписка через Госпортал услуг, создан отдельный сайт на подписку электронных и печатных версий изданий.

**Ключевые слова:** газеты, журналы, периодическая печать, национальная журналистика, реформирование.

**Summary.** The article is devoted to the reform of the newspapers and magazines in Tatar language. In the context of the marketing work rebranding of publications was performed, all the sites of newspapers and magazines were updated, their electronic versions were launched, and the digital subscription was organized through Gosportal services, separate website was created for the subscription to electronic and printed versions of publications.

**Keywords:** Newspapers, magazines, periodicals, national journalism, reform.

Преобразования в обществе, связанные с интенсивным внедрением информационных технологий, использованием гаджетов среди пользователей медиа продукции, изменение экономических реалий, а также ряд других важных причин обусловили необходимость реформирования национальных печатных

СМИ. Так, эти преобразования были отражены в одном из основных документах – Стратегии развития АО «Татмедиа», который был разработан два года назад. В начале 2016 года было принято решение финансово обосновать эти преобразования в долгосрочном аспекте до 2020 года с учетом того, что на республиканском уровне была одобрена «Стратегия 2030», охватывающая все основные отрасли, активно развивающиеся в Татарстане.

Один из разделов перспективного плана работы АО «Татмедиа» с 2014 по 2017 годы был посвящен перспективам развития печатных СМИ с акцентом на предстоящие изменения в журнальной группе. Этому предшествовали изменения, связанные с переходом изданий с газетного формата на журнальный. Так, на базе газеты «Сабантуй» в январе 2014 года возник одноименный журнал. Издание «Мәгърифәт» в середине 2013 года пришло к своим подписчикам в виде журнала «Гаилә һәм мәктәп». Сегодня на фоне происходящего повышения тарифов на почтовые услуги можно говорить, что эти преобразования оправдали себя. Двухлетний журнал для учителей и родителей «Гаилә һәм мәктәп» на март 2016 года собрал аудиторию в 5300 подписчиков.

Начиная с 2014 года, большинство из журналов в структуре АО «Татмедиа» претерпели значительные изменения. На тот момент в медиа активы входили следующие журналы: «Татарстан», «Сөембикә», «Салават күпере», «Сабантуй», «Ялкын», «Карл Фукс», «Идель», «Майдан», «Казан утлары», «Сәхнә», «Казань», «Казанский медицинский журнал», «Мәгариф», «Гаилә һәм мәктәп», «Чаян». За счет дополнительных доходов осуществлялось финансирование 4 ежегодных номеров литературного журнала «Аргмак», издаваемого в Набережных Челнах. Однако вследствие неясной концепции, отсутствия реальных рекламных поступлений журнал «Карл Фукс», родившийся в нише закрывшейся газеты «Молодежь Татарстана», не смог укрепить свои позиции среди молодежной аудитории и закрылся спустя 10 месяцев в декабре 2014 года. Подписаться на это издание изъявили желание только 2 человека.

В настоящее время все журналы, входящие в состав АО «Татмедиа», распространяются по подписке. Сегодня 2 журнала издаются на русском языке – «Казань», «Казанский медицинский журнал», 11 – на татарском, а 3 журнала «Чаян», «Идел / Идель», «Татарстан» издаются на двух государственных языках. Совокупный печатный тираж журналов АО «Татмедиа» на I полугодие 2014 года составил 83 тысячи 443 экземпляра. В соответствии с данными на начало января 2016 года медиахолдинг выпускает журналы совокупным тиражом 57 994 экземпляра, из которых около 10 тысяч приобретают по линии Министерства культуры Республики Татарстан для поставки в муниципальные библиотеки. К сожалению, эти цифры показывают, что каждое полугодие снижение тиражей вследствие повышения цены на подписку происходит на 10-15%. С другой стороны, экономические изменения в стране вследствие роста доллара и евро приводят к повышению цен на бумагу и типографские услуги. Издание литературных, исторических, детско-юношеских журналов, которым тяжело привлечь рекламодателя, становится нерентабельным.

Как пишет М.В.Шкондин, «процессы общественной трансформации в России изменили количество и состав участников массового информационного процесса» [2, с. 179]. Такие процессы характерны и для информационного пространства Татарстана. Появление федеральных глянцевого журналов и республиканских частных газет привело к перераспределению медиарынка. Так, в последние годы на журнальном рынке появились конкуренты в сфере глянца, которые ведут активную борьбу за читателей и рекламодателей – «Элита Татарстана», «Собака.ру», «Кураж», «Я покупаю», «First Key». Конкурентные издания на татарском языке в большей степени представлены среди газет: газета «Акчарлак» (34 тыс. экз.), «Ирек майданы» (33 тыс. экз.), «Себерке» (16 тыс. экз.) и другие. В совокупности частные печатные издания – это почти ежемесячный объем в 130 тысяч экземпляров. И это не дает оснований говорить нам, что спрос на татароязычную периодику упал. Дополнительно спрос на татароязычные районные газеты, входящие в состав АО «Татмедиа», составляет 85 тыс. экз. Среди них самыми тиражными являются «Маяк» (Азнакаевский район) (7600), «Хезмэт даны» (Кукморский район) (5214 экз.), «Актаныш таңнары» (Актанышский район) (4820 экз.) и «Арча хәбәрләре (Арский район) (4649 экз.).

В связи с высокой себестоимостью, на татарском языке в частном сегменте представлены немногочисленные журналы «Тылсымлы куллар» (1,5 тыс. экз.), «Гаилә учагы» (6,8 тыс. экз.). В структуре АО «Татмедиа» появился новый проект – журнал для учителей татарского языка, который издает дирекция журнала «Магариф» – это «Магариф. Татар теле». Изначально вышедший в электронном формате, он после многочисленных обращений педагогов, стал издаваться и в печатном варианте.

Повышение стоимости на бумагу и почтовые услуги привело к увеличению стоимости подписки на наши издания и в конечном итоге отразилось на изменении тиражей газет и журналов. В связи с этим одной из основных задач сегодня в рамках реформирования – это стабилизация тиражей и их увеличение. Этому способствуют структурные преобразования, обновление кадрового состава, улучшение качества печати и контента изданий. В последние годы, по отзывам читателей, изменился контент журналов, став интереснее и полезнее. Во многих журналах публикуются ранее неизданные архивные материалы и нигде не опубликованные произведения ученых, писателей.

Подводя итог, можно подчеркнуть, что в части реформирования со стороны АО «Татмедиа» за последние два года проведена большая работа. В рамках маркетинговой работы осуществлен ребрендинг изданий (Ребрендинг – нахождение новой позиции для бренда и модификация идентичности бренда, т.е. обновление бренда, изменение одной или нескольких его составляющих [1, с. 551], обновлены все сайты журналов, запущены их электронные версии, организована электронная подписка через Госпортал услуг, создан отдельный сайт на подписку электронных и печатных версий журналов [www.tatpodpiska.ru](http://www.tatpodpiska.ru) Реформирование национальной прессы и все преобразования, которые осу-

ществляются параллельно с внешней и внутренней обстановкой, способствуют достижению корпоративных целей АО «Татмедиа».

### Литература

1. Словарь новейших иностранных слов (конец XX–XXI вв.). М.: АСТ: Астрель, 2009. С.551.

2. Средства массовой информации России: Учеб. пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева, Л.Д.Болотова, Е.Л. Вартанова и др. Под ред. Я.Н.Засурского. М.: Аспект Пресс, 2008.

## ОСОБЕННОСТИ ЖУРНАЛИСТИКИ ХАКАСИИ ВОЕННЫХ ЛЕТ (НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИКАЦИЙ В.БАБИЧ)

**В.С. Титова,**

студентка

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: ya.viktoriya1020@yandex.ru

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент **Ю.Б.Костякова**

**Аннотация.** Автор выделила основные причины трансформации прессы и особенности развития журналистики Хакасии в период Великой Отечественной войны. Анализ публикаций В.Бабич позволил выявить особенности освещения мирной тематики в газете «Советская Хакасия».

**Ключевые слова:** особенности журналистики, газета «Советская Хакасия», публикации В.Бабич.

**Summary.**The author points out the main reasons for media transformation and development peculiarities of journalism in Khakassia during the Second World War. Analysis of V. Babich's publications allows identifying some features of the coverage of peaceful theme in the newspaper «Soviet Khakassia».

**Keywords:** particularly journalism, the newspaper «Soviet Khakassia», the publication of V. Babich's.

Во время Великой Отечественной войны печатные СМИ были одним из основных источников информации для местного населения. Периодические издания не только сообщали о происходящем на фронте и в тылу, но и являлись специфическим оружием, нацеленным на формирование патриотизма. В военных условиях прессе приходилось работать в особом режиме. Это влекло за собой значительные изменения, которые, прежде всего, касались внешнего вида изданий и содержания поставляемой ими информации. Прессу Хакасии эти преобразования затронули уже в августе 1941 г. Так, с введением режима эко-