

**Способы сохранения и привлечения читательской аудитории (на примере газеты «Янарш»)**

***Рафикова Раиля Эрнестовна***

*Студент (бакалавр)*

Удмуртский государственный университет, Ижевск, Россия

*E-mail: rafikova.railya@bk.ru*

Под влиянием развития цифровых технологий трансформируется и работа печатных СМИ. В погоне за вниманием аудитории, газеты вынуждены параллельно вести свою деятельность на интернет площадках: создавать свои сайты, сообщества в социальных сетях [2]. Если федеральные медиа на сегодняшний день чувствуют себя комфортно в этой нише и уверенно функционируют, то региональные только начинают осваиваться и постигать методы продвижения [1]. Газета «Янарш» является единственным печатным изданием на татарском языке в Удмуртской Республике. Первый номер газеты вышел 4 марта 1991 года. Сегодня это еженедельное издание тиражом 3700 экземпляров. Сообщество в социальной сети «ВКонтакте» [3] появилось 18 февраля 2011 года. Первый пост был опубликован 21 декабря 2012 года. С разной периодичностью постов публичная страница газеты прошла тернистый путь до сегодняшних дней. Сейчас средняя периодичность составляет 2-3 публикации в день; среднее число лайков, репостов и комментариев 50, 3 и 7 соответственно. В группе 3,6 тысяч подписчиков (данные на 02.2023). Аудитория группы – люди примерно от 30 лет. Контент сообщества на 60% Редакция газеты часто организует фото- и видеоконкурсы, конкурсы на лучший рисунок или сочинение. Все присланные работы публикуются в сообществе, что дает повод подписаться. Итоги конкурсов объявляются на ежегодном республиканском творческом фестивале «Туган телем – иркэ гөлем» («Язык души моей»). Редакция организует также конкурс чтецов стихотворений. Например, 2 февраля 2023 года в честь 100-летия со дня рождения поэта, публициста, члена Союза писателей Татарстана Ризы Шафи в сообществе объявлен конкурс на лучшее прочтение его стихов. Мероприятие организовано с целью популяризации творческого наследия Ризы Шафи, повышения интереса к творчеству поэта, патриотического воспитания подрастающего поколения, выявления молодых талантов, создания возможностей для их самореализации. Отдельно действуют и конкурсы на подписку. Это способ увеличения тиража. Выезжая в татарские деревни Удмуртской Республики для освещения новостей, команда редакции призывает население выписывать и тем самым поддерживать газету. Благодаря тому, что многие татары в Удмуртии знают друг друга, у них выстраиваются тесные коммуникационные связи. Многие читатели приходят в редакцию, чтобы поговорить с представителями своей национальности, описать проблему на родном языке. Такая форма взаимодействия укрепляет доверие аудитории, позволяет лучше понять ее. В Удмуртской Республике довольно проблематично найти произведения современных писателей и поэтов. Газета старается решать и эту проблему: на страницах издания публикуются произведения татарских писателей и поэтов, которые тесно взаимодействуют с редакцией. Этим «Янарш» привлекает в ряды своих читателей ценителей художественной литературы. Отсутствие средств, навыков, обученных специалистов задерживает развитие и продвижение интернет-сообщества «Янарш». На данный момент, это только попытки освоения нового формата, привлечения новой аудитории – газета стремится идти в ногу со временем, ищет способы и пути решения проблемы уменьшения читателей, тиража. Газета остается востребованным изданием, поскольку преданно служит своей аудитории, культуре и народу.

### Источники и литература

- 1) Гладкова А. А., Мкртычева Ю. А. Этнические СМИ в условиях цифровой среды: итоги экспертного опроса // Медиаальманах. – 2021. – №3. – С. 41–49.
- 2) Смирнова О. В. Печатные медиа в эпоху цифровых технологий // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2013. – №6. – С. 25–37.
- 3) Публичная страница газеты «Янарыш»: <https://vk.com/yanaryshudm>.