

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПЕЧАТНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО СМИ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ) НА ЯКУТСКОМ ЯЗЫКЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

DOI: 10.26907/2079-5912.2022.1.4-9

Аннотация. В статье автором исследована трансформация государственного печатного СМИ в Республике Саха (Якутия), а также процесс изменения медиапотребления аудитории в условиях цифровизации в отдельно взятом регионе Российской Федерации. Приводится опыт печатного издания на якутском языке по сохранению традиционной аудитории и работе в качестве Интернет СМИ, а также по приобретению новой аудитории в социальных сетях. Рассматриваются тенденции соотношения новых и традиционных медиа и даются рекомендации для органов государственной власти Республики Саха (Якутия) по сохранению и развитию СМИ на якутском языке. На основе данных социологического исследования о предпочтениях аудитории и сокращающихся тиражах печатных СМИ автором выдвигается предположение, что тенденция сокращения аудитории печатных СМИ, в том числе на якутском языке, будет продолжаться. Данное сокращение, несмотря на молодежную аудиторию в социальной сети, неминуемо повлечет за собой проблемы в вопросах сохранения самобытной культуры народа саха, развития литературы на якутском языке, социализации подрастающего поколения.

Ключевые слова: трансформация СМИ, цифровизация, новые медиа, медиапотребление, Республика Саха, Якутия, региональная информационная политика, государственные СМИ, этнические СМИ, национальная пресса.

Трансформации медиа и массовых коммуникаций в информационном обществе уделяется достаточное внимание со стороны ученых и журналистов. Вместе с тем недостаточно изучены вопросы трансформации этнических СМИ и прессы на национальных языках в цифровом медиaprостранстве. С одной стороны, трансформация этнических СМИ имеет схожие тенденции с глобальной цифровизацией медиаотрасли [1, с. 99-104], с другой стороны имеются, как нам кажется, свои особенности, связанные с цифровым неравенством, ограниченностью потребления информации в цифровом пространстве на языке этноса и двуязычием целевой аудитории медиа.

Язык саха (якутский язык) является государственным языком в Республике Саха (Якутия). Согласно статье 52 Конституции Республики Саха (Якутия) «обеспечивать сохранение и развитие его родного языка». В Якутии действует закон «О языках в Республике Саха (Якутия)».

Печатные издания на якутском языке в Республике Саха (Якутия) представлены республиканскими газетами

«Кыым», «Саха сирэ», «Туймаада», двуязычной газетой для ветеранов «Забота-Арчы», районными печатными изданиями, журналом «Далбар Хотун» для женщин, городской газетой «Киин куорат», газетой «Кэскил» для школьников, журналом «Чуораанчык» для детей дошкольного и школьного возраста.

В последние годы наблюдается сокращение аудитории печатных изданий. Снижение читательского спроса прессы подтверждается социологическим исследованием «СМИ и Интернет-ресурсы как канал формирования общественного мнения» и мониторингом, которое проводилось Национальным агентством «Информационный центр при Главе Республики Саха (Якутия)». Последнее исследование было проведено в марте-апреле 2019 года в форме массового анкетного опроса. В опросе приняли участие 10 650 человек. Полученные данные по основным статусным характеристикам, заложенным в выборку, распределились следующим образом (данные приведены в %-ном соотношении к данным по всему массиву): пол: мужчин – 47%, женщин –

53%; возраст: 18 - 30 лет – 30%; 30–45 лет – 31%; 46 – 60 лет – 28%; 61 и старше – 11%; по национальной принадлежности: русские – 42%; саха – 49%; малочисленные народы Севера – 4%; другие – 5%.

Согласно мониторингу, при сравнении с ранними исследованиями, проведенными по схожей выборке в период с 2010 года по 2019 год, наблюдается нисходящая динамика читателей периодической печати. По данным исследования, в 2019 году не читают прессу свыше половины опрошенных якутян, тогда как в 2010 году это число составляло 11%. Таким образом, за прошедшие десять лет читательская аудитория традиционных газет в Якутии сократилась на 40% [2]:

С появлением доступного интернета в районах (в городе Якутске широкополосный доступ появился в 2012 году) ежедневный выход газет с новостями утратил свою актуальность. Учитывая рост популярности интернет СМИ, которые намного оперативнее выдавали информацию, республиканские газеты «Якутия» и «Саха Сирэ» с пятиразового выхода в неделю в 2013 году перешли на еженедельный

выпуск. Переход ежедневных газет на одноразовый выход в неделю, а также снижение тиражей печатных изданий наблюдается также и в других регионах Российской Федерации, в частности в Республике Карелия [3] и в Республике Мордовия [4].

Тенденция снижения аудитории печатных СМИ в Якутии прослеживается также в сокращении тиражей республиканских изданий (количество общего тиража газет, разделенный на количество выпусков).

Тиражи газеты этнической газеты «Кыым» также упали в течение трех лет. С января 2013 года по январь 2016 года тиражи газеты сократились с 33325 до 23257 (на 30,2 %).

Учитывая сокращение читательской аудитории, для сохранения влияния государственных печатных СМИ на общественное мнение, учредителем изданий – Правительством Якутии - в конце 2012 года была инициирована трансформация республиканских печатных СМИ. Редакции самостоятельных газет «Якутия» (на русском языке), «Саха сирэ» (на якутском), а также Якутское-Саха Информационное агентство объединились в единый холдинг АО «Сахаме-

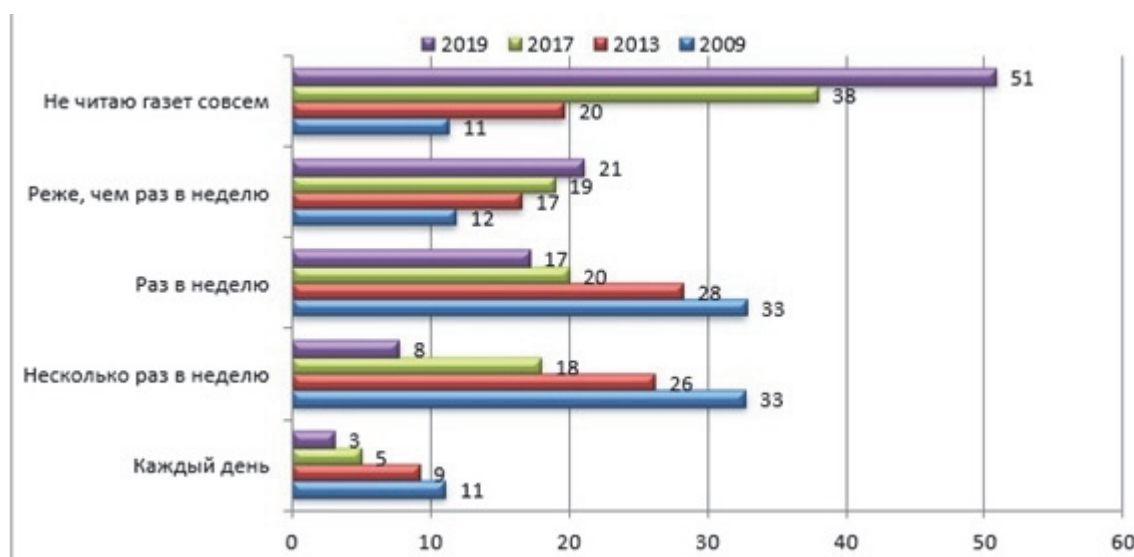


Рисунок 1. Активность читательской аудитории печатных СМИ, в %.
 Ответ на вопрос: «Как часто Вы читаете газеты?»

Таблица 1

Среднеарифметические тиражи государственных периодических изданий

Издания	2011	2012	2013	2014	2015*	2016
Газета «Якутия»	6515	7868	8009	7945	10174	9745
Изменение тиражей		20,70%	0,018	-0,70%	28%	-4%
Саха Сирэ	9831	9254	9780	9220	11024	10982
Изменение тиражей		-5,80%	5,70%	-5,70%	20%	
Динамика изменений тиражей других государственных СМИ, в т.ч улусных (городских)		1%	-0,075	-6,90%	-6,40%	

Рост обусловлен с учетом пятничного тиража, который направлялся в улусы (районы) совместно с районными газетами.

диа» в соответствии с Указом Президента Республики Саха (Якутия) «О мерах по развитию государственных средств массовой информации Республики Саха (Якутия)». Официальная пресса проигрывала конкурентную борьбу за аудиторию частным СМИ, постепенно снижался уровень доверия к государственным изданиям.

Интересно рассмотреть изменение рейтинга доверия к периодическим изданиям на якутском языке. Так, по уровню доверия в 2019 году первое место занимает газета «Кыым». Доверие к изданию «Саха Сирэ» и районным изданиям сократилось по сравнению с 2017 годом на 38 % [2] (табл. 2).

Показатели уровня доверия к газете «Кыым» несколько сократились и опустились до значений 2013 года. Необходимо подчеркнуть, что отслеживается повышение рейтинга газеты «Саха сирэ» в 2013 и в 2017 году. Считаем, что повышение рейтинга государственной газеты «Саха сирэ» связана с этапами концепции реформы государственных СМИ.

В связи с негативной тенденцией снижения подписки на республиканские газеты в августе 2016 года Главой Республики Саха (Якутия) был утвержден второй этап реформы государственных СМИ. Для изданий холдинга АО РИИХ

«Сахамедиа» был обозначен переход на бесплатное распространение государственных печатных СМИ – республиканских газет «Якутия» и «Саха сирэ». Со второй половины 2016 года до начала 2019 года республиканские государственные газеты распространялись бесплатно большим тиражом. Данный эксперимент был постепенно свернут из-за финансового состояния холдинга.

Возможный положительный эффект от реформ, проведенных в государственных печатных СМИ в 2013-2016 гг., показывает двойной рост популярности газеты «Саха сирэ» на якутском языке с 14 пунктов в 2011 году до 30 в 2017 году [2] (табл. 3).

В 2019 году среди газет на якутском языке первое место по популярности занимает газета «Кыым», далее идут районные газеты. Газета «Саха сирэ» занимает третью позицию.

Можно предположить, что увеличение бесплатных тиражей до 40 тыс. повлияло на рост популярности газеты «Саха сирэ» в 2017 году. В 2013 году возможной причиной роста популярности «Саха сирэ» стали - отказ от ежедневных выпусков и переход на еженедельный (более объемный) 40 страничный выпуск, а также перереформатирование контента.

Таблица 2

Рейтинг доверия периодическим изданиям среди читающих прессу на якутском языке, в %
Ответ на вопрос: «Информации каких газет Вы доверяете?»

Издания	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2013	2017	2019
Кыым	-	-	-	10	15	19	21	23	26	23
Саха Сирэ	33	31	25	31	21	22	18	20	27	17
Районные газеты	19	29	35	29	28	29	23	28	26	16
Туймаада	*	*	*	*	*	*	*	5	6	3
Киин куорат	*	*	*	*	*	*	*	*	3	2
Забота – Арчы	8	13	12	13	5	7	3	6	3	2
Ил Түмэн	4	5	4	5	4	4	3	3	3	2
Затрудняюсь ответить	*	*	*	*	*	*	*	*		31

* - на прошлом этапе мониторинга в списках не значились

Таблица 3

Рейтинг популярности газет среди читающих прессу, в %
Ответ на вопрос: «Какие газеты Вы чаще всего читаете?»

Издания	2009	2011	2013	2017	2019
Кыым	27	25	31	34	32
Районные газеты	39	34	43	38	27
Саха Сирэ	22	14	23	30	20
Туймаада	*	1	9	10	5
Забота-Арчы	5	6	7	5	4
Киин куорат	*	*	*	5	4
Ил Түмэн	3	2	4	3	2

* - на прошлых этапах мониторинга данное издание не отслеживалось

Государственные печатные СМИ в Республике Саха (Якутия) также начали открывать свои сайты в сети Интернет. В конце 2016 года редакция газеты «Саха сирэ» запустила свой сайт Edersaas.ru – первое интернет издание на якутском языке. Edersaas.ru не является копией печатного издания, а интернет изданием со своими основными признаками согласно Градюшко [5, с. 97–102]. Как было отмечено в концепции издания, целевая аудитория – городская и сельская интеллигенция, государственные и муниципальные служащие, менеджеры среднего звена, специалисты, руководители компаний, рабочие, домохозяйки, а также молодежь, студенты, старшеклассники. Сайт является информационным общественно-политическим изданием, рассчитанным на широкую читательскую аудиторию.

В начале 2017 года сайт вошел в топ-15 рейтинга в региональном сегменте и занял в пятое место после информационных на русском языке сайтов: Yktnews, ЯСИА, Сахалайф, Сахапресс. Несмотря на то, что название сайта переводится на русский язык как «молодость», согласно Яндекс.Метрике основным пользователем сайта являются читатели старше 55 лет. В среднем в день на сайт заходят 4200 пользователей. Можно предположить у сайта Edersaas.ru сложилась стабильная аудитория (рис. 2).

В социологическом исследовании отмечается, что можно говорить о доминировании интернет ресурсов над традиционными СМИ. В пользу выбора интернет источников выступают такие факторы как оперативность, возможность выбора из информационного контента определенной темы. Также отмечается, что ежедневная аудитория республиканских новостных сайтов с 2013 г. остается на одном уровне (13%).

При этом наблюдается рост пользователей социальной сети Инстаграмм. В 2019 году 60% участников опроса ответили, что пользуются данным приложением. Ранее

в 2017 году эту социальную сеть в качестве наиболее используемой социальной сети считали 38% опрошенных [2].

На страницу Edersaas.ru в Инстаграмме подписаны 54.4 тыс пользователей. Данные об этой аудитории свидетельствуют о росте интереса к контенту на якутском языке среди молодежи. Так, 65% подписчиков страницы молодое поколение в возрасте до 44 лет: 25–34 года – 35%, 34–44 лет – 30%.

Таким образом, принимая во внимание динамику сокращения тиражей печатных изданий, а также учитывая результаты вышеназванного социологического исследования, тенденцию роста пользователей в социальной сети Инстаграм, можно прийти к следующим выводам:

Во-первых, в Республике Саха (Якутия) сохраняется традиционное медиапотребление связанное с цифровым неравенством аудитории. В Арктической части Якутии, а также в отдаленных населенных пунктах имеется только спутниковый интернет с низкой скоростью и высокими расценками за предоставляемые услуги. Данная аудитория не может широко использовать современные информационные технологии и обмениваться данными в социальных сетях.

Во-вторых, аудитория печатных СМИ в Республике Саха (Якутия) сокращается, как и в других субъектах РФ. При этом этнический фактор особо не играет роли в части традиционного медиапотребления.

В-третьих, отмечается относительная стабильность аудитории республиканских интернет СМИ. Аудитория печатных СМИ все больше переходит в интернет и социальные сети. Так, основным пользователями сайта Edersaas.ru являются люди старше 55 лет, которые ранее читали печатные издания. Контент на якутском языке в интернете читают в основном представители старшей возрастной группы.

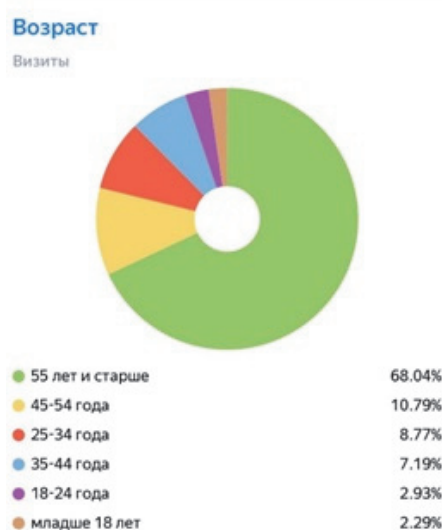


Рисунок 2. Аудитория сайта Edersaas.ru по данным Яндекс. Метрика на ноябрь 2021 года

В-четвертых, несмотря на относительную стабильность аудитории в интернете, а также сокращение читателей печатных газет, количество подписчиков страницы в Instagram Edersaas.ru достигло 54,4 тыс., что свидетельствует о том, что адаптированный под социальные сети контент на якутском языке может стать востребованным среди молодого поколения. Необходимо изучить потребность более молодой аудитории на информацию на якутском языке в сети Интернет, в частности в социальных сетях.

Таким образом, подтверждается тезис выдвинутый Якимовым О.Д. в 2012 году, о том, что существующая структура СМИ не останется неизменной. «Производство контента не ограничится традиционной печатной продукцией, а потребует новых носителей информации. Следовательно, перед журналистским сообществом и теми, кто формирует в регионе информационную политику в качестве важнейшей задачи, возникает необходимость поиска оптимального сочетания печатных, онлайн-овых и Интернет изданий, то есть традиционных и новых средств массовой информации» [1, с. 103]. Аргыловым Н.А. был сделан вывод, что в условиях стагнации печатного рынка, для государственно-го, так и для частного секторов медиарынка Якутии принимаются скорее меры по «выживанию» медиа, нежели по инвестированию в их развитие [6]. Трансформация печатного государственного СМИ на якутском языке подтверждает выводы А. Гладковой и Ю. Мкртычевой по итогам экспертного опроса о том, что «этнические СМИ активно осваивают новые онлайн-платформы, стремятся расширить свою аудиторию в Интернете, в том числе за счет более активного присутствия в социальных сетях». [7, с. 47].

Как показывают социологическое исследование и сокращающиеся тиражи, тенденция сокращения аудитории печатных СМИ, в том числе на якутском языке, будет продолжаться. Медиапотребление в интернете останется стабильным. При этом считаем, что возможен некоторый рост читательской аудитории в социальной сети за счет молодой аудитории при создании качественного и востребованного контента в данной сфере коммуникации.

Государству как основному актору общественных отношений и учредителю государственных СМИ необходимо постараться вернуть уровень доверия к официальным СМИ.

Учитывая положительный опыт роста доверия при больших тиражах возможно предложить комбинированный вариант распространения печатных изданий, когда часть распространяется бесплатно, а часть – в виде подписки.

Необходимо пересмотреть параметры государственного заказа и субсидирования социально-значимых печатных СМИ. В настоящее время большая часть субсидирования направляется на покрытие части затрат на создание печатного экземпляра продукции. Представляется возможным создать новый механизм субсидирования размещения официальной информации на сайте и (или) в социальных сетях.

С учетом имеющейся аудитории предлагается перенастроить контент сайта Edersaas.ru на более возрастное поколение. Далее предлагается развивать страницу Instagram на базе Edersaas.ru, который должен создавать совершенно иной востребованный контент для более молодой аудитории.

Постепенное сокращение получаемой информации на якутском языке из различных медиа, старение аудитории традиционных печатных СМИ, несомненно, повлечет за собой проблемы в вопросах сохранения самобытной культуры народа саха, развития литературы на якутском языке, социализации подрастающего поколения. В связи с этим представляется, что для сохранения и развития государственного языка в Республике Саха (Якутия) власти должны оказывать всемерную поддержку всем СМИ на якутском языке, т.к. конкуренция, как нам кажется, возникает не только среди сахаязычной прессы, например, между сахаязычными редакциями «Саха сирэ» и «Кыым», но и с другими источниками информации как телевидение, Интернет СМИ и социальные сети. Конкуренция углубляется также двуязычным информационным медиапотреблением, когда аудитория этнических СМИ, сможет удовлетворить свои потребности из других русскоязычных интернет медиа, постепенно отказываясь от сахаязычного контента. При этом необходимо подчеркнуть, что проблема двуязычного медиапотребления в цифровом пространстве, его влияния на выбор аудитории СМИ недостаточно изучены.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Якимов О.Д. Трансформация медиасистемы Республики Саха (Якутия) в условиях глобализации // Вестник Северо-Восточного федерального университета имени М. К. Аммосова. 2012. – № 2. – Т. 9. – С. 99–104.
2. Отчет по материалам социологического исследования «СМИ и Интернет-ресурсы как канал формирования общественного мнения», Национальное агентство «Информационный центр при Главе Республики Саха (Якутия), Якутск, 2019.
3. Pietilaynen J., The regional newspaper in Post-Soviet Russia. Society, Press and Journalism in the Republic of Karelia 1985-2001: Media Studies: October 5 th, 2002.- University of Tampere, 2002. – 532, p. 123–126.
4. Дементьева К. В. Особенности медиарынка Республики Мордовия: исторический ракурс (2000–2010 гг.) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. – № 4 (38). – С. 184–185.

5. Градюшко А.А. Трансформация традиционных СМИ на платформе новейших технологий // Вестник Вицебскаша Дзяржаўнага Універсітэта. 2007 г. С.97-102. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23860254> (дата обращения: 27.11.2021).
6. Аргылов Н.А. Медиа-система Республики Саха (Якутия) в условиях глокализации // Медиа-скоп. 2016. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2149> (дата обращения: 27.11.2021).
7. Гладкова А., Мкртычева Ю. Этнические СМИ в условиях цифровой среды: итоги экспертного опроса // Медиа альманах. 2021. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnicheskie-smi-v-usloviyah-tsifrovoy-sredy-itogi-ekspertnogo-oprosa/viewer> (дата обращения: 27.11.2021).

Информация об авторе

Гаврильев Чокуур Николаевич, старший преподаватель кафедры журналистики, аспирант кафедры социологии финансово-экономического института, Северо-восточный федеральный университет имени М.К.Аммосова.
E-mail: chokuur@mail.ru

Gavriliev Ch.N.

TRANSFORMATION OF THE STATE PRESS OF THE REPUBLIC OF SAKHA (YAKUTIA) IN THE YAKUT LANGUAGE IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Abstract. In the article, the author studied the transformation of the state press in the Republic of Sakha (Yakutia), as well as the process of changing media consumption of the audience in the context of digitalization in a particular region of the Russian Federation. In the article observed the experience of a print media in the Yakut language to preserve the traditional audience and its work as an Internet media, as well as to acquire a new audience in the social media. The trends in the ratio of new and traditional media are considered and recommendations are given for public authorities.

Based on the data of a sociological study about the preferences of the audience and according to the declining circulation of print media, the author suggests that the trend of reducing the audience of print media, including in the Yakut language, will continue. This reduction, despite the growth of the readership in the social media due to the youth audience, will inevitably lead to problems in preserving the original culture of the Sakha people, developing literature in the Yakut language, and socializing the younger generation.

Keywords: Media transformation, digitalization, new media, media consumption, the Republic of Sakha, Yakutia, regional information policy, state media, ethnic media, national press.

Literature

1. Yakimov O.D. Transformation of the media system of the Republic of Sakha (Yakutia) in the context of globalization // Bulletin of the North-Eastern Federal University named after M. K. Ammosov. 2012. – No. 2. V. 9. – S. 99–104.
2. Report based on the materials of the sociological study "Mass Media and Internet Resources as a Channel for Forming Public Opinion", National Agency "Information Center under the Head of the Republic of Sakha (Yakutia), Yakutsk, 2019.
3. Pietilaynen J., The regional newspaper in Post-Soviet Russia. Society, Press and Journalism in the Republic of Karelia 1985-2001: Media Studies: October 5 th, 2002.- University of Tampere, 2002. – 532, p. 123–126.
4. Dementieva K. V. Features of the media market of the Republic of Mordovia: historical perspective (2000–2010) // Sign: problematic field of media education. 2020. – No. 4 (38). – pp. 184–185.
5. Gradyushko A.A., Transformation of traditional media on the platform of the latest technologies // Bulletin of Vicebska Dzyarzhauuna University. 2007, p.97-102. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23860254> (date of access: 11/27/2021).
6. Argylov N.A. Media system of the Republic of Sakha (Yakutia) in the context of glocalization // Mediascope. 2016. Issue. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2149> (date of access: 11/27/2021).
7. Gladkova A., Mkrtycheva Yu. Ethnic media in a digital environment: results of an expert survey // Media Almanac. 2021. No. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnicheskie-smi-v-usloviyah-tifrovoy-sredy-itogi-ekspertnogo-oprosa/viewer> (date of access: 11/27/2021).

Author

Gavriliev Chokuur Nikolaevich, Senior Lecturer, Department of Journalism, Postgraduate Student, Department of Sociology, Financial and Economic Institute, North-Eastern Federal University.
E-mail: chokuur@mail.ru