

■ ■ ■ Конвергенция в региональной прессе: особенности интернет-контента якутских газет

Борисова Н.М., Борисова М.Т.

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова (СВФУ), Якутск, Российская Федерация.

Аннотация. Рукопись посвящена выявлению характеристик и возможностей конвергентной журналистики в региональных изданиях на основе анализа специфики якутских газет, их сайтов и интернет-платформ. Обращение к данной теме обосновано тем, что сегодня конвергентная редакция считается одной из развивающихся моделей массмедиа, поскольку потребность пользователей в информации с использованием различных устройств и каналов связи более актуальна в современной медиасфере. Целью статьи является выявление характерных особенностей интернет-контента «*Кыым*» – этнической газеты и «*Саха сирэ*» – официального издания Правительства Якутии. Ежедневное обновление медиатекстов на сайтах *edersaas.ru*, *sakha-sire.ru* и *куут.ru* основано на четкой тематической структуре, которая создает целостную картину мира, а интерактивные технологии интернет-платформ, таких как социальные сети и мессенджеры, трансформировали новостные тексты, позволили людям раскрыться, выразить мысли, обмениваться мнениями и комментировать события. Это помогает пользователю интернет-контента самому прийти к каким-то личным умозаключениям и увидеть информационную картину в динамике. Проведенное исследование направлено на развитие изучения национальных интернет-ресурсов и, в частности, цифровых СМИ и медиатекстов на языке саха.

Ключевые слова: национальная региональная пресса, интернет-контент, *edersaas.ru*, *sakha-sire.ru*, *куут.ru*, ВКонтакте*, Instagram*, Telegram

Для цитирования: Борисова Н.М., Борисова М.Т. Конвергенция в региональной прессе: особенности интернет-контента якутских газет // Коммуникология. 2024. Том 12. № 4. С. 55-66. DOI 10.21453/2311-3065-2024-12-4-55-66.

Сведения об авторах: Борисова Надежда Марковна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики СВФУ имени М.К. Аммосова. *ORCID:* 0000-0002-9027-8182. *E-mail:* borisovanm1963@mail.ru. Борисова Мариана Терентьевна – студент филологического факультета СВФУ имени М.К. Аммосова. *E-mail:* borisnm18@mail.ru. *Адрес:* 677013, Россия, г. Якутск, ул. Кулаковского, 42.

Статья поступила в редакцию: 21.09.2024. *Принята к печати:* 10.11.2024.

Конфликт интересов: отсутствует.

* Принадлежит Meta, организация признана в России экстремистской и запрещена.

Введение. В конце 90-х годов XX века произошло массовое распространение глобальной компьютерной сети, и массмедиа постепенно начали использовать интернет для быстрого распространения свежих и актуальных новостей. В профессиональный и научный оборот вошел термин «конвергенция», применяемый для обозначения взаимодействия информационных технологий и объединения медиаконтента.

Якутские периодические издания начали внедрять «новую систему» для создания полноценной конвергентной редакции с 2000-х годов XX века. Так новые правила подачи информации в онлайн-текстах полностью меняют представление о периодической печати, поскольку сложный многоуровневый механизм современных креолизованных, поликодовых гипертекстов существенно отличается от классических понятий, таких как формат и содержание текста. Ввиду этого характер изучения особенностей интернет-контента якутских газет обусловил необходимость изучения работ зарубежных и российских исследователей. Среди них отметим, прежде всего, таких авторитетных исследователей, как М. Кастельс [Кастельс 2000] и Г. Дженкинс [Дженкинс 2019].

В дальнейшем различные вопросы конвергентных медиа получили свое развитие в работах Lunga Carolyne [Lunga 2019], Spyridou Paschalia-Lia, Veglis Andreas [Spyridou 2016], Erdal Ivar John [Erdal 2011]. Из отечественных исследователей можно выделить работы Т.Г. Добросклонской [Добросклонская 2020], М.Ю. Казак [Казак 2012], Е.Л. Вартановой [Вартанова 1999], Е. А. Барановой [Баранова 2019], В.С. Хелемендик [Хелемендик 2013], Л.М. Земляновой [Землянова 1999], Л.А. Качкаевой [Качкаева 2010], Л.А. Кохановой [Коханова 2017], М.М. Лукиной [Лукина 2009], Г.А. Мирошниченко [Мирошниченко 2012], Г.Н. Трофимовой [Трофимова 2008], А.И. Шакирова [Шакиров 2014], О.М. Ятчук [Ятчук 2013] и других. Исследователи выдвигают разные концепции теории конвергенции. Например, технологический, индустриальный и профессиональный уровни слияния.

Актуальность темы исследования заключается в том, что с появлением интернет-контента в СМИ произошли изменения в соотношении традиционных и новых медиа. А именно сайты и интернет-платформы печатных СМИ Якутии еще не были объектом целенаправленного исследования. Целью статьи является выявление характерных особенностей интернет-контента «Кыым» – этнической газеты и «Саха сирэ» – официального издания Якутии, которые определяют сложность и особенность конвергентной редакции. Исходя из цели исследования определили решение следующих задач в сахаязычных изданиях: проследить изменения в традиционных и новых медиа, выявить формат и трансформацию сайтов, определить место и роль интернет-платформ.

Материал и методы исследования. В ходе исследования были проанализированы тиражи газет за 2020-2023 годы, количество посетителей сайтов, количественное соотношение подписчиков на различные платформы и наиболее

часто используемые из них. Для сопоставления полученных данных использовались описательно-аналитический метод, включающий наблюдение. Наряду с этим методом используется статистический анализ, которые позволяют сравнивать интернет-контент сахаязычных периодических изданий.

Результаты исследования. В современных условиях развития информационного пространства массмедиа любого региона России ищут способы выживания. В последние годы в Республике Саха (Якутия) наблюдается снижение читательской аудитории традиционных печатных изданий, что подтверждается социологическим мониторингом Национального агентства «Информационный центр при главе РС(Я)»¹. Например, с 2020 по 2023 год тираж обеих газет с каждым годом сокращается. Следует отметить, что тираж негосударственного издания «Кыым» в три раза превышает тираж официальной газеты «Саха сирэ» (Рисунок 1).

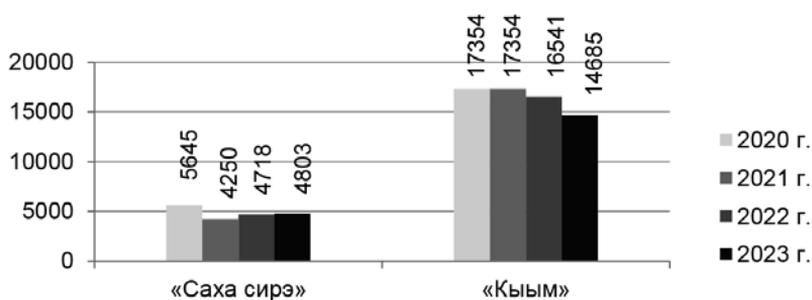


Рисунок 1. Тиражи газет «Саха сирэ» и «Кыым» за 2020–2023 гг. / Circulation of periodicals “Sakha Sire” and “Kyyym” (Yakutia) for 2020-2023

Как известно, печатные периодические издания фиксированы во времени. Если их читатели могут пассивно знакомиться с информацией, то онлайн-новостные издания постоянно обновляются, пользователи могут выражать свое мнение посредством опросов общественного мнения. Соответственно, сайты якутских массмедиа доносят важные сведения и необходимую информацию до своей аудитории более оперативно, чем традиционные печатные СМИ. В настоящая время печатные издания нацелены на быстрое развитие и приспособление к быстро сменяющимся тенденциям сегодняшнего дня. Благодаря чему мы получаем онлайн-версии якутских газет или их сайты, которые более удобны в ежедневном компактном «скроллинге», что заметно упрощает жизнь и позволяет без особого труда оставаться в курсе событий.

¹ Отчет по материалам социологического исследования «СМИ и Интернет-ресурсы как канал формирования общественного мнения» (2019). Национальное агентство «Информационный центр при Главе Республики Саха (Якутия)», Якутск.

Так, в 2016 году впервые появился сахаязычный сайт *edersaas.ru* газеты «Саха сирэ», которую сегодня в среднем ежемесячно посещают более 100 тыс. пользователей. «В начале 2017 года сайт вошел в топ-15 рейтинга в региональном сегменте и занял в пятое место после информационных сайтов на русском языке: *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» [Гаврильев 2022: 129-130]. 6 сентября 2022 года редакция газеты «Саха сирэ» создала второй сайт *sakha-sire.ru*. Работа нового сайта начала набирать больше просмотров – в общей сложности около 174 тыс. просмотров в месяц.

Народная газета «Кыым» была создана в 1991 году группой представителей якутской интеллигенции, учредителем которой является медиагруппа «Ситим». Важно отметить, что феномен тиража газеты (в 2013 году достиг до 33000 экземпляров!) неоднократно отмечался на Всероссийских фестивалях прессы. Несмотря на это, тираж еженедельника с каждым годом падает, на данный момент он составляет около 14000 экземпляров, а ее сайт *kyym.ru* набирает в среднем около 26,5 тыс. просмотров в месяц.

Объективности ради посмотрим результаты количества посетителей сайтов вышеуказанных якутских газет (см. Таблицу 1). Для проверки и анализа статистики посещаемости был выбран наиболее популярный счетчик *www.liveinternet.ru*¹. Данная система является полноценной поисковой машиной, которая осуществляет поиск по всем сайтам российской и мировой сети. В рейтинг региона России занесены всего 87817 сайтов, которые в основном имеют российскую аудиторию 30% и более.

Таблица 1. Количество посетителей сайтов за день, неделю и месяц, включая процентную долю посетителей из региона / Number of site visitors per day, week and month, including percentage of visitors from region

Сайты газет	<i>edersaas.ru</i>	<i>sakha-sire.ru</i>	<i>kyym.ru</i>
Общее количество посетителей сайтов: – за один день	около 8743 (96%)	около 12235 (97%)	около 912 (96%)
– за 7 дней	35841 (96%)	58083 (96%)	9084 (96%)
– за 31 день	101407 (95%)	174023 (95%)	26693 (95%)

Итак, Таблица 1 показывает значительно большее количество просмотров на сайтах официальной газеты «Саха сирэ», чем на сайте народной газеты «Кыым». На наш взгляд, это связана с тем, что читателями газеты «Кыым» по большей части являются жители улусов (районов) среднего и преклонного возраста, которые предпочитают читать бумажную версию печатного издания.

¹ Сайт счетчик LiveInternet.ru: рейтинг сайтов [эл. ресурс]: <https://www.liveinternet.ru/rating/ru/> (дата обращения: 08.11.2024).

«В отличие от традиционных СМИ, потребление информации в Интернет-пространстве имеет ряд особенностей. Главный из них – интерактивность, то есть не просто чтение и анализ полученной информации, а возможность поставить “лайк” или “плюс”, сделать “репост”, “ретвит” и т.д.» [Малышева 2015: 129]. Однако, «активность аудитории отличается на сайтах разных сетевых СМИ и в разных регионах, причем отсутствие комментариев от пользователей характерно даже для сайтов со значительной посещаемостью» [Меркушина 2018: 2]. С этим утверждением можно согласиться, поскольку на самих якутских сайтах комментариев нет, да это и невозможно.

Стоит отметить отличительную черту медиатекстов всех новостных жанров сайтов, в которых гипертекстуальность играет особую роль. Гипертекст позволяет читать новостной медиатекст с использованием ссылок, которые повышают качество и достоверность информации, а читатель, погружаясь «вглубь», сможет самостоятельно делать выводы и интерпретировать факты. Следовательно, корреспонденты Интернет-сервисов, в отличие от своих коллег-газетчиков, имеют преимущество – материалы на их сайте представлены более детально за счет наличия ссылок в смысловом и визуальном плане.

Так, на сайтах важным параметром является систематизация публикуемого контента. Обычно это происходит, как и в периодической печати, посредством распределения тематических рубрик, в которых публикуются актуальные новости. В частности, медиатексты на сайтах *edersaas.ru*, *sakha-sire.ru* и *kyym.ru* имеют темы, представляющие общественный интерес: политические, экономические, социальные, культурные и другие значимые аспекты. Прежде всего, здесь мы можем узнать о природных явлениях как весенние паводки и наводнении в некоторых районах Якутии, традиционном национальном празднике Ысыах, спортивных результатах наших спортсменов, успехах якутских фильмов, ставших популярными не только в России, но и за рубежом, и о многих других национальных событиях.

На сайтах также публикуются факты из специальной военной операции. Например, специально для таких новостей на сайте *sakha-sire.ru* есть рубрика *Байыаннай эпэрээссийэ* (Военная операция). На сайте *kyym.ru* отличительной посчитали рубрику *Дьай*, которая переводится двояко, то есть данное слово имеет два значения: глагол ‘влиять’ и абстрактное существительное ‘нечисть’. Здесь публикуются материалы, которые вызывают серьезные проблемы, неподвижные события или чрезвычайные ситуации, приведшие к гибели людей, нанесению ущерба здоровью людей или окружающей среде. На сайте *edersaas.ru* жанру интервью специально посвящена рубрика *Интервью*, в которой основное внимание чаще всего уделяется одному персонажу. Героем интервью обычно становится человек, который каким-то образом проявил себя или, можно сказать, отличился в общественной жизни и т.д.

Помимо сайтов, интернет-контент якутских печатных СМИ использует небольшие фрагменты текста на изображении или видео на таких платформах, как

Instagram^{*}, *ВКонтакте*, *Telegram*, *WhatsApp* и *YouTube* для облегчения восприятия информации и обмена мнениями. Рассмотрим количество подписчиков на вышеуказанные платформы (Таблица 2) и наиболее часто используемые из них (Рисунок 2).

Таблица 2. Количественное соотношение подписчиков на различные платформы / The quantitative ratio of subscribers

	газеты	Саха сирэ		Кыым
	сайты	<i>edersaas.ru</i>	<i>sakha-sire.ru</i>	<i>kyum.ru</i>
<i>Telegram</i>		4816 ¹		4718 ²
<i>WhatsApp</i>		1024 ³		–
<i>ВКонтакте</i>		4088 ⁴		26438 ⁵
<i>Instagram</i> [*]		–		45900 ⁶
<i>YouTube</i>		–		1500 ⁷
<i>Одноклассники</i>		424 ⁸		–

Как видно из *Таблицы 2*, сайты обеих редакций имеют достаточное количество подписчиков в российских платформах *ВКонтакте* и *Telegram*. В дополнение к этим платформам, для сайта *kyum.ru* эффективным инструментом распространения информации оказалась социальная сеть *Instagram*^{*}. Однако, после внесения социальной сети в реестр запрещенных сайтов, редакция официальной газеты «Саха сирэ» отказалась от этой платформы; ни одна из редакций не использует *Facebook*^{*}.

На рисунке 2 отображены первые три наиболее используемые интернет-платформы. *Instagram*^{*}, демонстрирующая высокую активность за счет подпис-

¹ Telegram-канал официального издания Правительства Якутии «Саха сирэ» [эл. ресурс]: <https://t.me/sakhasire20> (дата обращения: 09.11.2024).

² Telegram-канал народной газеты «Кыым» [эл. ресурс]: <https://t.me/s/kyumsakha> (дата обращения: 09.11.2024).

³ WhatsApp: мессенджер официального издания Правительства Якутии «Саха сирэ» [эл. ресурс]: <https://chat.whatsapp.com/GaPFD1d6z0FLEje2MrP9W7> (дата обращения: 09.11.2024).

⁴ ВКонтакте (VK): социальная сеть официального издания Правительства Якутии «Саха сирэ» [эл. ресурс]: https://vk.com/sakhaa_sire (дата обращения: 09.11.2024).

⁵ ВКонтакте (VK): социальная сеть народной газеты «Кыым» [эл. ресурс]: <https://vk.com/kyumru> (дата обращения: 09.11.2024).

⁶ Instagram: социальная сеть народной газеты «Кыым» [эл. ресурс]: <https://www.instagram.com/reel/DB27BZ7tMWA/?igsh=cGhheml0ZW1hWYx> (дата обращения: 09.11.2024).

⁷ YouTube-канал народной газеты «Кыым» [эл. ресурс]: https://www.youtube.com/channel/UCvJjevZMQQyIcBTStcr_j4Q (дата обращения: 09.11.2024).

⁸ Одноклассники: социальная сеть [эл. ресурс]: [Ok.ru/sakhasiree](https://ok.ru/sakhasiree) (дата обращения: 09.11.2024).

* Принадлежит Meta, организация признана в России экстремистской и запрещена.

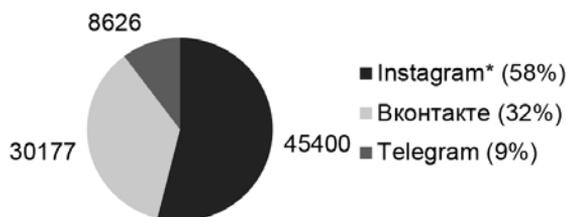


Рисунок 2. Рейтинг популярности платформ / Platform popularity ranking

чиков сайта *kyum.ru*, опережает по популярности другие интернет-сервисы, поскольку делает упор на визуальный контент. Здесь можно разместить заранее подготовленные смайлики или стикеры-реакции и прокомментировать это, взаимодействуя напрямую с автором. Благодаря концепту «сторис» распространения публикации срочной и недолговременной информации значительно ускоряется. К тому же, при необходимости можно повторно поделиться в «сторис» публикациями, которые автоматически архивируются. По данным за 2023 год, среднестатистический якутянин посещал *Instagram**¹ издания «Кыым» практически каждый день.

ВКонтакте – крупная российская социальная сеть с более 500 млн. активных пользователей по всему миру, вышла на второе место по активности. Можно отметить, что количество подписчиков на данной платформе у редакции «Кыым» намного превышает количество подписчиков «Саха сирэ». Сеть обладает возможностью создавать рекламные кампании, что предоставляет дополнительные возможности продвижения информации и продуктов среди целевой аудитории. Однако, не смотря на всю популярность, все же важно помнить о безопасности информации и возможной негативной онлайн-активности, которая может быстро распространиться в медиапространстве. Итак, социальные сети *Instagram** и *ВКонтакте* очередной раз доказывают свою значимость на сайте *kyum.ru*.

Третье почетное место по активности занял российский мессенджер *Telegram*. Отрадно, что *Telegram*-канал сегодня становится одним из самых востребованных инструментов общения и распространения информации, который характеризуется быстрой доставкой сообщений, гибким форматом и широкими возможностями для взаимодействия с читателями. На сайтах каждой редакции якутских газет зарегистрировано более 4 тысяч подписчиков в *Telegram*-канале. Этот кроссплатформенный мессенджер, в отличие от других платформ, наделен преимуществом конфиденциальности, т.е. имеет механизмы шифрования и самоуничтожения сообщений. В частности, из-за зашифрованного трафика без специального ключа третья сторона не сможет прочитать сообщения, а использования тайминга автоматически удалить их у всех участников чата по истечении установленного времени «существования».

* Принадлежит Meta, организация признана в России экстремистской и запрещена.

В Якутии мессенджер *WhatsApp* становится идеальной платформой для общения и передачи информации с любого устройства и на любой скорости Интернета, поскольку далеко не все населенные пункты региона могут похвастаться высокой скоростью передачи данных. Следует отметить, что редакция сайта «Саха сирэ» имеет около 1000 подписчиков в *WhatsApp*.

Далее, мощная инфраструктура хранения, стриминг видео и простота использования онлайн-платформы *YouTube* привлекают редакцию газеты «Кыым». Весьма удобный, эффективный инструмент распространения информации, привлечения аудитории различных масштабов и интересов собрал 1,5 тысячи пользователей сайта *kyym.ru*.

Таким образом, вышеупомянутые интернет-платформы в последнее время демонстрируют активность на сайтах якутских печатных СМИ. Можно отметить, что «содержание новостей в них часто отходит на второй план, а в центре внимания оказываются комментарии, обмен мнениями и другой всевозможный контент. Мы считаем, что это банально связано с тем, что люди гораздо охотнее раскрываются и искренне высказывают свое мнение в виртуальном пространстве. В результате значимость сообщения определяется не столько содержанием информации, сколько активностью, которую пользователи проявляют в процессе потребления информационного сообщения» [Борисова 2021: 43]. В частности, имея доверяющую аудиторию и имя, пользователи могут выступать в роли СМИ, публикуя различную информацию и делая публичные заявления, которые при определенной репутации могут повлиять на мнение других пользователей.

Обсуждение. С развитием интернета люди открыли для себя возможность получать всю необходимую информацию на своем мобильном устройстве, прикладывая минимальные усилия. Появилось желание читать новости онлайн-режиме, самостоятельно выбирать источники медиаконтента и иметь доступ к широкому спектру различных информационных ресурсов, что вынудило традиционные якутские печатные СМИ разрабатывать интернет-платформы для своих изданий. Однако результатом такой интеграции часто считается «смерть» оригинальных печатных версий изданий, поскольку на фоне востребованности быстрого распространения информации все большее значение приобретают новые масс-медиа.

В этой связи можно сказать, что последние два десятилетия XX века ознаменовались продолжением конвергентных процессов. Так, в своих ключевых работах известные мыслители Мануэль Кастельс и Генри Дженкинс уделяют особое внимание конвергенции медиа, и их взгляды весьма противоречивы. Дженкинс в основном переосмысливает сосуществование старых медиа с новыми и настаивает на конвергентной культуре, в то время Кастельс отмечает существование сложного взаимодействия технологий, общества, экономики, культуры и политики, которое преобразует наш мир.

Тем не менее, основная идея «новой системы» по производству информационного продукта заключается в создании полноценной конвергентной редакции. Структуры и формы подачи новостных медиатекстов, адаптируясь под запросы аудитории, постоянно меняются, и воспринимаются нами как реальная официальная информационная площадка. Поэтому изучения интернет-контента региональной прессы является актуальной, и возникает необходимость найти оптимальное сочетание печатных и онлайн-овых Интернет изданий.

Выводы. Итак, под влиянием новой медиакультуры прессе Республики Саха (Якутия) пришлось приспособиться и интегрироваться с сетевыми ресурсами, а их интерактивные сайты получили возможность обновляться в режиме реального времени. Создание контента в основном осуществляется посредством отслеживания ленты новостей, как правило, через RSS-каналы. Ежедневное обновление медиаматериалов на сайтах *edersaas.ru*, *sakha-sire.ru* и *kyum.ru* основано на четкой тематической структуре, которая, не ограничиваясь однообразием, создает целостную картину мира. Все это способствует пользователям интернет-контента прийти к каким-то личным умозаключениям и увидеть информационную картину как в динамике, так и в структурно-тематическом порядке. Кроме того, доступность и популярность социальных сетей *Instagram*^{*}, *ВКонтакте* и мессенджера *Telegram* привлекают значительную их часть.

Сегодня конвергентная редакция считается одной из развивающихся моделей массмедиа, поскольку нужда пользователей в потреблении информации с использованием различных устройств и каналов связи становится все более актуальной в современном медиапространстве. Нам представляется, что особенности конвергентной редакции якутских печатных СМИ помогут улучшить взаимодействие между редакционным и техническим отделами, создать инновационные и многоплатформенные информационные продукты, отвечающие потребностям современной аудитории. Все это обеспечить более эффективное производство и распространение контента, а также позволит быстро реагировать на изменения аудитории и требования рынка.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что медийные и индивидуальные роли сильно смешались. Более того, персональная страница пользователя теперь может использоваться как средство распространения информации и формирования общественного мнения. Так, интернет-контент региональной прессы и, в частности, интерактивные технологии интернет-платформ, таких как социальные сети и мессенджеры, трансформировали новостные тексты, позволили людям раскрыться, выражать мысли и комментировать текущие события. Впрочем, проведенное исследование послужит дальнейшему изучению сахаязычных интернет-ресурсов и их медиатекстов.

* Принадлежит Meta, организация признана в России экстремистской и запрещена.

Источники

- Баранова Е.А. (2019). Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации института СМИ. Автореф. дис. ... д. филол. наук. М.
- Борисова М.Т. (2021). Конвергенция региональных печатных СМИ // Гуманитарные науки в пространстве современной коммуникации. Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании.
- Вартанова Е.Л. (1999). К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. № 5. С. 11-14.
- Гаврильев Ч.Н. (2022). Трансформация государственных печатных СМИ Республики Саха (Якутия) на якутском языке // Пресса на национальных языках в глобальном медиапространстве. Якутск.
- Дженкинс Г. (2019). Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. М.: Рипол Классик.
- Добросклонская Т.Г. (2020). Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследований современной английской медиаречи. М.: КРАСАНД.
- Землянова Л.М. (1999). Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества // Толковый словарь терминов и концепций. М.: Издательство МГУ.
- Казак М.Ю. (2012). Специфика современного медиатекста // Современный дискурс-анализ. Т. 6. № 1. С. 30-41.
- Кастельс М. (2000). Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Издательство ГУ ВШЭ.
- Качкаева А.Г. (2010). Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М.: Аспект Пресс.
- Коханова Л.А. (2017). Современный журналистский текст в условиях конвергенции СМИ: теоретический аспект // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. Т. 14. № 2. С. 5-11.
- Лукина М.М. (2009). Трансформации журналистского текста в условиях интернет-среды // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. № 3. С. 54-73.
- Малышева Е.В., Бынев А.А. (2015). Интернет-коммуникация как инструмент формирования общественного мнения // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. № 42. С. 129-133.
- Меркушина Е.А. (2017). Аудитория региональных сетевых СМИ: глобализация или локализация? // Державинский форум. Т. 1. № 1. С. 96-102.
- Мирошниченко Г.А. (2012). Контент-анализ рекламных текстов // Системы, методы, техника и технологии обработки медиаконтента. М.
- Хелемендик В.С. (2013). Конвергенция как новая форма взаимодействия СМИ // Проблемы современного образования. № 3. С. 106-123.
- Erdal I.J. (2011). Coming to Terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 2. No. 17. P. 213-223.
- Lunga C.M. (2019). Journalism and Convergence. *Communication, Society and Media*. Vol. 2. No. 1. P. 56-60.
- Spyridou L.P., Veglis A. (2016). Convergence and the changing labor of journalism: towards the 'super journalist' paradigm. In: *Media convergence handbook-Vol. 1: Journalism, broadcasting, and social media aspects of convergence*. Berlin: Springer Berlin Heidelberg.

■ ■ ■ Convergence in the Regional Media: features of the Internet content of Yakut newspapers

Borisova N.M., Borisova M.T.

North-Eastern Federal University (NEFU), Yakutsk, Russia.

Abstract. The manuscript is devoted to identifying the characteristics and possibilities of convergent journalism in the regional media based on the analysis of the specifics of Yakut newspapers, their websites and Internet platforms. The appeal to this topic is justified by the fact that today the convergent editorial office is considered one of the developing models of mass media, since the need of users for information using various devices and communication channels is more relevant in the modern media sphere. The purpose of the article is to identify the characteristic features of the Internet content of “Kyym” – national Yakut newspaper, and “Sakha sire” – the official newspaper and website of the Government of Yakutia. Daily updating of media texts on the websites edersaas.ru, sakha-sire.ru and kyym.ru is based on a clear thematic structure that creates a holistic picture of the local living, whereas Internet platforms, such as social networks and instant messengers, have transformed the content, allowing people to open up, express thoughts, exchange opinions and comment. This helps the user to come to some personal conclusions and see the information picture in dynamics. The conducted research is aimed at developing the study of national Internet resources and, in particular, digital media and media texts in Sakha language.

Keywords: national regional press, Internet content, edersaas.ru, sakha-sire.ru, kyym.ru, VKontakte, Instagram*, Telegram

For citation: Borisova N.M., Borisova M.T. (2024). Convergence in the regional media: features of the Internet content of Yakut newspapers. *Communicology (Russia)*. Vol. 12. No. 4. P. 55-66. DOI 10.21453/2311-3065-2024-12-4-55-66.

Inf. about the authors: Borisova Nadezhda Markovna – CandSc (Philol.), associate professor at the Department of Journalism of NEFU. ORCID: 0000-0002-9027-8182. E-mail: borisovanm1963@mail.ru. Borisova Mariana Terentyevna – student at the Philological Faculty of NEFU. E-mail: borisnm18@mail.ru. Address: 677013, Russia, Yakutsk, Kulakovskogo st., 42.

Received: 21.09.2024. *Accepted:* 10.11.2024.

References

Baranova E.A. (2019). Media convergence as a system-forming factor in the transformation of the media institution: author’s thesis. Moscow (in Rus.).

Borisova M.T. (2021). Convergence of regional print media. In: Humanities in the space of modern communication. Kirov: Interregional Center for Innovative Technologies in Education (in Rus.).

Castells M. (2000). The Information Age: Economy, Society and Culture. Moscow: HSE Publishing House (in Rus.).

* The social network is recognized as extremist and banned.

Dobrosklonskaya T.G. (2020). Issues of studying media texts: Experience of research of modern English media speech. Moscow: KRASAND (in Rus.).

Erdal I.J. (2011). Coming to Terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 2. No. 17. P. 213-223.

Gavrilyev C.N. (2022). Transformation of state printed media of the Republic of Sakha (Yakutia) in the Yakut language. In: Press in national languages in the global media space. Yakutsk (in Rus.).

Jenkins G. (2019). Convergent culture: The clash of old and new media. Moscow: Ripol Classic (in Rus.).

Kachkaeva A.G. (2010). Journalism and convergence: why and how traditional media are becoming multimedia. Moscow: Aspect Press (in Rus.).

Kazak M.Yu. (2012). Specificity of modern media text. *Sovremennyyj diskurs-analiz*. Vol. 6. No. 1. P. 30-41 (in Rus.).

Khelemendik V.S. (2013). Convergence as a new form of media interaction. *Problems of Modern Education*. No. 3. P. 106-123 (in Rus.).

Kokhanova L.A. (2017). Modern journalistic text in the context of media convergence: theoretical aspect. *Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics*. Vol. 14. No. 2. P. 5-11 (in Rus.).

Lukina M.M. (2009). Transformations of journalistic text in the conditions of the Internet environment. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. No. 3. P. 54-73 (in Rus.).

Lunga C.M. (2019). Journalism and Convergence. *Communication, Society and Media*. Vol. 2. No. 1. P. 56-60.

Malysheva E.V., Bynev A.A. (2015). Internet communication as a tool for shaping public opinion. *World of Linguistics and Communication: Electronic Scientific Journal*. No. 42. P. 129-133 (in Rus.).

Merkushina E.A. (2017). Audience of regional online media: globalization or localization? *Derzhavin Forum*. Vol. 1. No. 1. P. 96-102 (in Rus.).

Miroshnichenko G.A. (2012). Content analysis of advertising texts. In: Systems, methods, techniques and technologies for processing media content. Moscow (in Rus.).

Spyridou L.P., Veglis A. (2016). Convergence and the changing labor of journalism: towards the 'super journalist' paradigm. In: Media convergence handbook-Vol. 1: Journalism, broadcasting, and social media aspects of convergence. Berlin: Springer Berlin Heidelberg.

Vartanova E.L. (1999). What does media convergence lead to? *Information Society*. No. 5. P. 11-14 (in Rus.).

Zemlyanova L.M. (1999). Foreign communication studies on the threshold of the information society. In: Explanatory dictionary of terms and concepts. Moscow: Moscow State University Publishing House (in Rus.).