


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический  
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики  
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика  
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная  
журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

 Е.Г. Иващенко


« 26 » 02 2020г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Интернет-СМИ Республики Саха (Якутия): типологические  
особенности

Исполнитель

студент группы 590-3б

 29.06.2020  
(подпись, дата)

Д.Д. Иванова

Руководитель

доцент, канд. фил. наук

 29.06.2020  
(подпись, дата)

Е.Г. Иващенко

Нормоконтроль

 29.06.2020  
(подпись, дата)

К.О. Антонидина

Благовещенск 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический  
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

И.И. Е.Г. Иващенко  
«22» 09 2019г.

**ЗАДАНИЕ**

К выпускной квалификационной работе студента Шошиной Веры  
Олеговны

1. Тема выпускной квалификационной работы: История СМИ России  
векне независимости  
(утверждена приказом от \_\_\_\_ № \_\_\_\_)
  2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): 29 06 2020г.
  3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: \_\_\_\_\_
  4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Материальное обеспечение СМИ в СССР
  5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) Приложение А-У
  6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) \_\_\_\_\_
  7. Дата выдачи задания 23 09 2019г.
- Руководитель выпускной квалификационной работы: Иващенко Е.Г.  
кафедра русского языка  
(фамилия, имя, отчество, должность, учёная степень, учёное звание)
- Задание принял к исполнению (дата): \_\_\_\_\_

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 68 с., 16 приложений, 29 источников. Исследование состоит из 2 глав, в которые входят 4 пункта.

ТИПОЛОГИЯ СМИ, ИНТЕРНЕТ-СМИ, ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛ, ЧАСТНОЕ СМИ, ГОСУДАРСТВЕННОЕ СМИ, РЕСПУБЛИКА САХА (ЯКУТИЯ), АУДИТРИЯ, УЧРЕДИТЕЛЬ.

**Аннотация работы:** работа состоит из Введения, двух глав и Заключения. Во Введении формулируются цели и задачи исследования, а также актуальность, научная новизна, практическая и теоретическая значимость; в первой главе рассматриваются типология СМИ, интернет-СМИ, а также ее специфика. Во второй главе анализируются интернет-издания Республики Саха (Якутия): общая характеристика, география, структура, учредитель, специфика контента, взаимодействие с аудиторией. В заключении подводятся общие итоги исследования. В приложении приводятся наглядные примеры анализируемых материалов.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Типологические особенности СМИ	8
1.1 Типология СМИ. Классификация интернет-СМИ	8
1.2 Специфика интернет-СМИ	22
2 Специфика интернет-СМИ Республики Саха (Якутия)	29
2.1 Частные СМИ РС (Я)	29
2.2 Государственные СМИ РС(Я)	38
Заключение	46
Библиографический список	49
Приложение А	53
Приложение Б	54
Приложение В	55
Приложение Г	56
Приложение Д	57
Приложение Е	58
Приложение Ж	59
Приложение К	60
Приложение Л	61
Приложение М	62
Приложение Н	63
Приложение П	64
Приложение Р	65
Приложение С	66
Приложение Т	67
Приложение У	68

## ВВЕДЕНИЕ

Сегодня Интернет является одним из ключевых аспектов современного общества. Оказывая влияние на жизнь человека, путем основного средства связи с окружающим миром, Сеть выполняет не только функции общения, но и массового информирования, что ознаменовало появление интернет-СМИ.

Издания, выходящие в Интернете, относятся к новым видам средств массовой информации, однако полностью выполняют функции традиционных СМИ, формируя социальную позицию и мировоззрение членов общества. Под интернет-СМИ понимаются, прежде всего, издания, предоставляющие информирование аудитории и обмен информацией в онлайн или офлайн режиме, располагающиеся на площадке «Интернет». Количество онлайн медиа-изданий, как электронных версий уже существующих газет и журналов, так и сетевых периодических, которые не имеют аналогов на бумаге, растет и прогрессирует. Особенно эта тенденция характерна для региональных СМИ, так как локальные издания пользуются большим спросом у местной аудитории.

В свою очередь веб-журналистика самого большого по площади субъекта Российской Федерации – Республики Саха (Якутия) быстро распространилась и установилась в значимую коммуникацию. Якутия, отличаясь своим промышленным потенциалом и сложным сообщением между населенными пунктами имеет острую необходимость получения оперативных информационных запросов локального характера из надежных источников, которыми сегодня и являются интернет-СМИ.

В интернет-пространстве Якутии выделяется основное структурное деление – это деление по форме собственности. Частные и государственные СМИ имеют различие по специфике контента, что заставляет обратиться к ее изучению и определяет **актуальность исследования.**

**Эмпирической базой исследования** послужили интернет-издания Республики Саха (Якутия) – информационно-аналитический портал «SakhaNews», новостной портал «ТайгаПост», портал «Ykt.ru», «Якутское-Саха

информационное агентство», интернет-версия традиционной газеты «Якутия-Daily» и материалы, опубликованные на этих площадках в период с апреля 2020г. по июнь 2020г.

**Цель исследования** – изучить специфику интернет-СМИ Республики Саха (Якутия). В соответствии с поставленной целью сформулированы следующие **задачи**:

- изучить типологические особенности СМИ, в частности интернет-СМИ и его специфику;
- изучить специфику частных и государственных СМИ Республики Саха (Якутия) в пространстве Интернета.

**Объект исследования** – типологические особенности интернет-СМИ Республики Саха (Якутия).

**Предмет исследования** – типология СМИ.

**Новизна исследования** связана с тем, что особенности типологии интернет-изданий Республики Саха (Якутии) не становились предметом научного осмысления.

**Теоретическая значимость работы** состоит в том, что полученные выводы можно будет использовать при дальнейшем изучении специфики интернет-СМИ, в частности региональных.

**Практическая значимость** исследования состоит в том, что материалы могут быть использованы в учебном процессе в высших учебных заведениях (в рамках преподавания курсов «Проблемы региональной журналистики», «Интернет-журналистика» и др.), а также в практической деятельности журналиста.

В ходе исследования были использованы следующие **методы**: системный анализ в сочетании с описательным и компаративным методом, использованным при рассмотрении практики переноса СМИ в медиaprостранство. В исследовании применялся сравнительный метод при рассмотрении типологии СМИ, а также метод анализа, индукции при сравнении интернет-СМИ в конкретном регионе.

**Степень научной разработанности темы.** Исследованию типологии СМИ посвящено большое количество фундаментальных работ. Для написания бакалаврской работы нами использовались научные труды М.В. Шкондина, В.В. Тулупова, А.И. Аكوпова, С.Г. Корконосенко, А.Р. Сафиной. Изучением специфики интернет-СМИ, чьи работы нами также были проанализированы, занимались А.А. Калмыков, А.Б. Носик, Е.В. Лазуткина, М.М. Лукина, И.Д. Фомичева, В.А. Михайлов. СМИ Республики Саха (Якутии) изучали Н.А. Аргылов, О.И. Афанасьева, Р.А. Федорова.

Анализ научной литературы показал недостаточную степень изученности темы интернет-СМИ Республики Саха и ее специфики, что определяет необходимость проведения исследований в данной области.

# 1 ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СМИ

## 1.1 Типология СМИ. Классификация интернет-СМИ

Современную мировую журналистику характеризуют противоречивые тенденции. С одной стороны, углубляется коммерциализация печатной и электронной прессы, увеличивается концентрация медийной собственности, развивается глобальный информационный рынок. С другой стороны, в информационной сфере растет активность общества, которая связана с созданием альтернативных массмедиа (как правило на сетевой платформе), а также все большее значение приобретает деятельность гражданских организаций мониторинга СМИ, со стороны общества возникает запрос на демократизацию медийного сектора, на развитие общественных средств массовой информации.

Типология определяет роль СМИ в системе средств массовой информации, способствует развитию здоровой конкуренции, показывает место СМИ в географическом, информационном, экономическом, социально и национальном пространстве.

Типология определяет особенности организации деятельности редакции, взаимоотношений с органами власти, политическими и экономическими структурами, с потребителями информации.

Типология обеспечивает эффективную реализацию информационной политики, помогает выработать методы общения с аудиторией, организовать деятельность редакции эффективно, экономически рационально и с учетом общественных интересов.

Под системой СМИ понимается совокупность разнообразных изданий, разделенных на три группы: печатные, электронные, в которые входят телевидение и радио, и сетевые. Также система СМИ характеризуется как «совокупность изданий, определяемая, с одной стороны, политикой



государства, а с другой, – потребностями общества на каждом историческом отрезке времени»<sup>1</sup>.

Для решения поставленных задач мы обратимся к мнениям теоретиков и практиков в этом вопросе.

По мнению М.В. Шкондина, типология – это характеристика множеств изданий, входящих в одно структурное целое. Каждая группа отличается наличием важного признака, который является типобразующим. По этому же признаку группа отличается от других множеств. «Тип издания – это образ, модель однотипных изданий, входящих в отдельно взятое типологическое множество, которое может быть родом, видом, подвидом или другим квалификационным множеством. Причем основой типформирующего признака этого множества является интегральный результат, который возникает в процессе функционирования каждого отдельного издания, в него входящего»<sup>2</sup>.

М.В. Шкондин сравнивает типы изданий одной группы (это может быть род, вид или подвид), на основе интегрального результата. Признаки интеграции связаны с характером целевой аудитории, особенностями информации, назначением СМИ, в том числе с реализацией коммуникативных функций. «Это и коммуникативный результат – кто с кем взаимодействует, – отражающий характер информируемых и информирующих. Например, научно-практическое или научно-техническое издание. Это и результат той или иной функционально целевой направленности: научно–исследовательское, художественно-публицистическое, развлекательное, рекламное. Это и характер тематической и иной содержательной дифференциации: общественно-политическое, экономическое, медицинское и др. издания. По общепринятому мнению исследователей, тип – не просто мысленный аналог исследуемого множества, а идеализированная модель данного множества»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Ковалева М.М. Отечественная журналистика: вопросы теории и практик. Екатеринбург: Наука, 2000. С. 17.

<sup>2</sup> Типология периодической печати: учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина [и др.] ; под ред. Л. Л. Реснянской, М. В. Шкондина. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 6.

<sup>3</sup> Типология периодической печати: учеб. М. Е. Аникина [и др.] ; под ред. Л. Л. Реснянской, М. В. Шкондина. М. С. 6.

С точки зрения А. Акопова, тип – это «исторически сложившаяся совокупность изданий, объединенная единым по характеру издателем, целевым назначением и аудиторной группой»<sup>4</sup>. Это определение автор, предлагает понимать в узком смысле: «тип издания представляет собой строгую определенность, детерминированную издательской, функциональной и аудиторной спецификой»<sup>5</sup>.

А. Акопов выделяет следующие важные типообразующие признаки:

- 1) издатель,
- 2) целевое назначение,
- 3) читательская аудитория.

Если хотя бы один из этих признаков отличается, то похожие СМИ относятся к разным типам. В качестве примера использованы спортивные газеты «Советский спорт» и «Спорт-экспресс». Следуя манию А. Акопова, при схожести по многим позициям эти издания принадлежат к разным типам, т.к. у них разные издатели. Другой пример: А. Акопов не признает научным определение «молодежная газета как тип издания», потому что «здесь учтен общий характер лишь одного из трех типоформирующих факторов – аудитории, по двум другим – издателю и целевому назначению – молодежные газеты не едины»<sup>6</sup>.

Для изучения типологии в журналистики можно рассмотреть мнение В. Тулупова. Он определил тип издания как «некий обобщенный образ («отпечаток» – в переводе с греческого), повторяющийся в той или иной степени в группе реально существующих органов массовой коммуникации»<sup>7</sup>.

Теоретики журналистики называют разные критерии, которые позволяют отнести СМИ к определенному типу. А. Акопов предложил схему, в которой главные типоформирующие признаки отделены от вторичных и формальных.

---

<sup>4</sup> Березина В. Г. Типология периодических изданий и цензура // Типология периодических изданий. Ростов н/Д., 1984. С. 16.

<sup>5</sup> Там же.

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> Тулупов В. В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 2000. С. 47-48.

К главным типоформирующим признакам относятся цели, задачи, издатель и читательская аудитория. При этом «каждый из них может выступать первичным при формировании типа»<sup>8</sup>.

Вторичными типологическими признаками А. Акопов назвал авторский состав, внутреннюю структуру, оформление и жанровое разнообразие. «Формальные» признаки, по мнению ученого, - это периодичность, объем и тираж. «Обозначение нами признаков терминами «вторичные» и «формальные» не снижает значение этих признаков, которые в конкретных условиях могут играть существенную роль»<sup>9</sup>. Это не полный список признаков, но достаточный для понимания типа издания.

Исходя из гипотезы ученого, можно выстроить закономерность непосредственного влияния типоформирующих признаков на вторичные, а также закономерность зависимости формальных признаков от типоформирующих и вторичных. «ни один из перечисленных признаков, взятый изолированно от других, не может претендовать на роль «достаточного» признака, то есть полностью описывающего тип периодического издания. Но совокупность десяти признаков дает полное представление о типе журнала, структуре этого типа, всех компонентах, характеризующих тип издания»<sup>10</sup>.

В. Тулупов делит типоформирующие признаки на:

- объективные,
- объективно-субъективные
- субъективные.

К первой он относит общественно-экономическую формацию; тип общества; социально-экономическое положение, политическую ситуацию; законодательную базу; конъюнктуру информационного рынка; своеобразие потенциальной читательской аудитории; технологический и международный факторы. Признаки, отмечающиеся как объективно-субъективные, считают

---

<sup>8</sup> Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). Иркутск: Иркутский университет, 1985. С. 37.

<sup>9</sup> Там же. С. 42.

<sup>10</sup> Там же. С. 44.

природу журналистики как особый род деятельности, напрямую зависящий от его владельца, учредителя, издателя и редактора. По В. Тулупову, в этой группе базируются: цель и тип журналистики, профессиональные и этические стандарты, характер информирования, маркетинго-менеджмент, целевая читательская аудитория, авторский состав, организационная структура редакции, внутренняя структура, жанры и формы подачи материалов, язык и стиль, география материалов, реклама, дизайн, объем, тираж, периодичность, ареал и характер распространения. К субъективным факторам исследователь относит квалификацию работников редакции и читателя (подготовленность читателя, характер чтения, сотворчество, читательская активность)<sup>11</sup>.

М. Шкондин считает типологическими признаками:

- технологические (способ коммуникации, формат, тираж, периодичность, время выхода);
- экономические (форма собственности, характер преобладающих в редакционном бюджете инвестиций, доходность или убыточность);
- аудиторные (по характеру осуществляемых функций);
- редакционные;
- тип информации;
- целевое назначение СМИ (по характеру осуществляемых функций);
- организационные (учредитель – государство, частные организации; форма организации – ОАО, ЗАО и др.)<sup>12</sup>.

Говоря о целевой аудитории, М.В. Шкондин выделил общенациональные, внутрироссийские и международные издания. В первую группу входят СМИ массовые, качественные (в т.ч. деловые), бульварные, специализированные (в т.ч. для представителей различных профессий и корпоративные), для верующих, для возрастных групп, мужские/женские, для малых групп (например, землячество), для членов и актива различных партий, движений и

---

<sup>11</sup> Тулупов В. В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2007. № 3/4. С. 42-43.

<sup>12</sup> Типология периодической печати: учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина [и др.] ; под ред. Л. Л. Реснянской, М. В. Шкондина. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 37.

общественных организаций<sup>13</sup>. Во вторую группу ученый включил издания для населения федеральных округов, этнических общностей, транснациональные, издания краевых, областных, городских, районных общностей<sup>14</sup>.

Таким образом, изучив мнение теоретиков журналистики, можно сделать вывод, что тип – это модель группы изданий, в которую входят СМИ, имеющие общие свойства и характеристики.

По мнению С.Г. Корконосенко, «В различных источниках можно встретить не совпадающие друг с другом типологические системы, причем нередко среди специалистов разгораются жаркие споры о том, в каком порядке располагать факторы и признаки типологизации, какие из них важнее – то ли содержание, то ли цели, то ли ориентация на определенную аудиторию и т.п. Наша задача – сделать пестрый мир прессы понятным и познаваемым, структурировать его, а попутно через призму классификации проследить тенденции, которые определяют его динамику в современных условиях»<sup>15</sup>. С.Г. Корконосенко предлагает 5 типобразующих признаков изданий.

География распространения. Классификация в соответствии с административно-территориальным устройством - по вертикальному принципу, с учетом обслуживаемой территории. Сюда входят федеральные издания, региональные и местные.

Учредитель. Деление СМИ на государственные и частные, т.к. учредителями могут быть любой гражданин РФ, объединение граждан, учреждение, организация, предприятие либо государственный орган.

Аудитория. Деление на СМИ универсальные и специализированные (узкой направленности).

Легитимность. А.Н. Алексеев классифицирует СМИ, исходя из наличия разрешения на издательскую деятельность. В Российской Федерации это было актуально до введения регистрационного порядка учреждения СМИ.

---

<sup>13</sup> Типология периодической печати: учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина [и др.] ; под ред. Л. Л. Реснянской, М. В. Шкондина. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 37.

<sup>14</sup> Там же. С. 42.

<sup>15</sup> Корконосенко С. Г. Основы журналистики: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. С. 75.

Большинство изданий прошли регистрацию и стали легитимны. Но в информационном пространстве продолжают свою деятельность СМИ, которые не запрещены и не разрешены, а также нелегитимные – не имеющие прав на существование.

Качественная и массовая пресса. В отечественной типообразующей системе данное деление не совсем фундаментально. Деление на прессу мнений (качественную) и прессу новостей (массовую) возможно только с учетом типообразующих характеристик, таких как проблематика, аудитория, тираж, оформление издания и т.д.

Издательские характеристики - сведения об издании (периодичность выхода, тираж, объём и формат).

Изучая обобщенную типологию СМИ, где имеется много мнений и типологических особенностей конкретно для каждой системной единицы одного целого, мы подробно рассмотрим типообразующие характеристики интернет-СМИ, как нового явления в журналистике.

Развитие Интернета дало кардинальное изменение облика современных СМИ, поменяло медийный бизнес и создало глобальную информационную среду, отличающуюся от существующих привычных стандартных форм. За короткий срок в Интернете появилось большое количество новых СМИ, которые стали общедоступными, составляя тем самым конкуренцию традиционным изданиям и каналам. Рассматривая типологию сетевых СМИ, можно увидеть, что она во многом условна, поскольку создана недавно. Сегодня интернет-издания можно разделить на две категории – собственно сетевые издания и онлайн-версии печатных средств массовой информации. «Многие печатные издания, телеканалы и радио создают свои онлайн-версии, где потребитель имеет возможность не только прочесть свежий номер, возможно, еще до того, как он поступит в продажу в печатном виде, но и ознакомиться с архивом издания, воспользоваться поиском и найти материалы на определенную тему или статьи конкретного журналиста. Онлайн-версии значительно увеличивают аудиторию традиционных СМИ и облегчают

обратную связь с читателями. На сайте удобнее проводить опросы, изучать аудиторию (пол, возраст, интересы, профессии и т.д.) и даже вступать с читателями в диалог. Онлайн-версия повышает оперативность информирования читателя, тогда как печатное издание, даже выходящее каждый день, проигрывает в оперативности электронной прессе»<sup>16</sup>.

В 2003 году факультет журналистики МГУ, Российский общественный центр интернет-технологий (РОЦИТ) и Rambler Group провели исследование «Создание методики описания интернет-СМИ», в результате была разработана методика их описания с учетом признаков, характерных как для всех СМИ, так и для нового канала в медиа. «Мониторингу подверглись все ресурсы категорий «СМИ», «Телевидение» и «Радиовещание», входящих в каталог «Рамблер. Мониторинг». Всего был описан 141 сайт. В результате исследования к числу признаков, существенных для идентификации ресурса как СМИ, был отнесен профессиональный характер производства информации и специализация производителей на данном виде деятельности. При этом учитывалось стремление самих информационных ресурсов позиционировать себя как СМИ, что можно сделать с помощью профессиональных журналистских слов в названии ресурса, логотипа или слогана – «газета», «радио», «журнал», «редакция», а также в самих текстах – «программа», «интервью», «сюжет», «корреспондент», «редактор». Кроме того, многие онлайн-информационные ресурсы указывают на свою принадлежность к СМИ, публикуя на сайте так называемые «выходные данные» редакции (рубрики «about», «о проекте», «о сайте»). Они, как и в традиционных СМИ, включают информацию об учредителе / создателе, руководстве редакции и его авторском коллективе, полные реквизиты редакции с адресом и контактными телефонами. Среди информационных ресурсов, позиционирующих себя как СМИ, следует выделить те, которые существуют только в Интернете и не имеют печатных аналогов, онлайн-версии печатных изданий и смешанные ресурсы, которые

---

<sup>16</sup> Куликова О. Д. Современные зарубежные СМИ: учебно-методическое пособие. Ярославль: ЯрГУ, 2016. С. 24.

производят собственные оригинальные материалы и перепечатывают информацию, ранее опубликованную в бумажной версии «материнского» журнала или газеты»<sup>17</sup>.

Предложена классификация интернет-СМИ, схожая с их традиционными аналогами:

- интернет-газеты – часто обновляемые издания, специализирующиеся в основном на информационных жанрах;
- интернет-журналы – издания аналитического и/или развлекательного характера как тематические;
- интернет-радио – онлайн-радиостанции;
- интернет-телевидение – развивающееся интерактивное телевидение;
- информационные агентства – ресурсы, поставляющие информацию с телетайпных лент.

Авторские проекты и блоги, авторами которых являются профессиональные журналисты, - популярная в России альтернатива сетевых информационных ресурсов. А. Колмыкова считает, что «Авторский проект – это популярный, хорошо посещаемый ресурс, который создается и поддерживается усилиями одного человека и в котором появляются продукты его творчества. Авторские проекты стали первым опытом онлайн-журналистики, однако их значение пока слабо изучено. По мнению некоторых экспертов, причины малоизученности авторских проектов состоят в том, что научный инструментарий, используемый для исследования журналистского творчества, для интернет-журналистики применим весьма ограниченно, поэтому достаточно сложно доказать, что такие проекты являются СМИ»<sup>18</sup>.

Стоит обратить внимание на то, что не все сайты в Интернете относятся к СМИ. По традиции мы безусловно считаем СМИ те ресурсы, которые прошли

---

<sup>17</sup> Сафина А. Р. Типология современных Российских интернет-СМИ [Электронный ресурс]. URL : file:///C:/Users/Leon14RUS/Downloads/tipologiya-sovremenn-h-rossiyskih-internet-smi.pdf (дата обращения: 20.04.2020).

<sup>18</sup> Калмыков А. А. Интернет-журналистика. – М.: Юнити-Дана, 2005. С. 10-11.



регистрацию. Веб-страницы условно делятся на авторские проекты, домашние странички, развлекательные, справочные и сервисные сайты.

Справочные порталы, обновляемые по несколько раз в сутки и посещаемые относительно большой аудиторией, которые делают журналисты, можно отнести к интернет-СМИ.

До сих пор общепринятой типологии интернет-ресурсов не существует, поэтому мы рассмотрим лишь варианты типологизации интернет-СМИ, предложенные некоторыми исследователями.

А.И. Акопов предлагает классифицировать интернет-СМИ по профилю, региональной принадлежности и уникальности контента.

А. Носик предложил деление интернет-СМИ на три группы: «клоны», «гибриды» и «оригинальные интернет-СМИ»<sup>19</sup>. Он также предложил разделять сетевые проекты на:

- СМИ общего профиля (электронные газеты, инфорпорталы, электронные журналы, интерактивные СМИ),
- электронные версии традиционных СМИ,
- специализированные СМИ (агентства экономической информации, тематические ресурсы - спорт, культура, Интернет и пр.).

И. Давыдов в статье «Масс-медиа российского интернета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации» описывает развернутую типологию интернет-СМИ.

По способу выхода:

- выходящие только в Интернете;
- сетевые версии традиционных СМИ.

По типу содержания:

- новостные, комментарийные, смешанные;
- авторские, редакционные, смешанные.

По географии охвата аудитории:

- общероссийские,

---

<sup>19</sup> Носик А. Б. Интернет для журналиста. М.: Галерея, 2011. С. 98.

- региональные.

Из сказанного выше следует, наиболее обоснованным как у теоретиков СМИ, так и у представителей изданий является подход, в котором интернет-СМИ рассматриваются относительно их оффлайн-«родителям».

Многообразие типов веб-изданий свидетельствует о том, что интернет-журналистика признана в информационном пространстве как самостоятельный компонент наравне с традиционными СМИ и вместе с тем существует проблема отделения веб-издания от несетевого издания и от интернет-ресурса нежурналистского характера.

Изучая различные источники, мы обратили внимание на статью Е. Лазуткина «Проблема типологии новостных ресурсов в рамках онлайн-журналистики», она предлагает свою типологию для СМИ, выходящих в Интернете. Опираясь на теорию А.А. Калмыкова, В.П. Сухова, М.М. Лукиной, И.Д. Фомичевой, автор предложила типологию онлайн-новостных ресурсов, основанную на следующих признаках:

- место размещения информации – сеть Интернет;
- целевое назначение – предоставление оперативных сведений об изменениях окружающего мира;
- содержание – социально значимая новостная информация;
- регулярность обновления информации;
- массовость аудитории.

Таким образом, можно предположить следующую типологию новостных ресурсов, располагающихся в Интернете:

а) информационные агентства, предоставляющие новостную информацию, включающую текст новости, фотографии, видеоматериалы, диаграммы, таблицы и др. («РИА Новости», «ИТАР-ТАСС», «Интерфакс», «РБК», «REGNUM», «АК&М», «Ростбалт», «Вся Россия», «Инфонет», «Хакасия», «Стадион», «Тюменская линия», «РИА Дагестан», «Север – Пресс», «НИА-Кузбас», «БашинИнформ», «Associated Press», «Синьхуа» и др.). Информация предоставляется пользователям как платно («ИТАР-ТАСС»,

«Интерфакс» - в свободном доступе только заголовки текстов), так и бесплатно («РИА Новости», «Финмаркет»). Главной задачей информационных агентств является осуществление, сбор и оперативное распространение информации, отличающейся наибольшей достоверностью для пользователей. Отметим, что ценность контента информационных агентств состоит в минимальном количестве аналитики, что позволяет аудитории узнать о событии, а не его субъективной трактовки. Однако, необходимо учитывать и возможности подборки предоставляемых фактов с учетом манипулятивных целей издания. По способу производства информационного продукта агентства можно разделить на три основных подтипа:

1) агентство, которое производит уникальный контент с помощью собственных корреспондентов. Например, «РИА Новости», «Reuters» и др.

2) агентство, публикующие как собственные новостные материалы, так и заимствованные у других информагентств. Например, «Bloomberg» и др.

3) агентство, занимающееся исключительно сбором новостей других агентств. Например, канадская компания «Thomson» и ее подразделения «Dialog» и «NewsEdge» и др.

б) основная группа новостных сайтов. В этой классификации находятся новостные сайты и порталы: представительства традиционных СМИ в сети Интернет («Комсомольская правда», «Эхо Москвы», «Коммерсантъ», «Ведомости», «Российская газета», «Вести», «Труд», «МК.Ру», «CNN.com», «Спорт-экспресс», «НТВ», «BBC.com», «MSNBC.com» и др.) и оригинальные интернет-издания, не имеющие офлайновых выходов («Лента.Ру», «Грани.Ру», «Газета.Ру», «Дни.Ру», «NEWS.ru», «CNews», «ИноСМИ» и др.). Интересно, что методы работы с информацией, формой ее подачи, а также жанровая специфика таких ресурсов все же берут начало в традиционных СМИ.

в) индексирующие и классифицирующие сайты. К данной категории относятся ресурсы, создающие тематические каталоги. В них можно ознакомиться с подборкой сайтов по разным интересующим тематикам, прочитать аннотации к сайтам, обсудить ресурс с другими пользователями.

Такие порталы не имеют оригинального контента, а выступают классификатором имеющихся материалов с других сайтов. В эту группу отнесем каталоги новостной информации, созданные при поисковых системах, например, «Google», «Rambler», «Yandex», «Yahoo!».

г) метамедийные сайты. На таких сайтах публикуются материалы экспертного характера, качающиеся исключительно СМИ и журналистики («European Journalism Center», «Mediachannel», «Freedomforum»). Метамедийные площадки не производят собственный контент, предназначенный для широкой общественности. Эти сайты отличаются обсуждением проблем СМИ, опубликованных в других местах материалов и т.д. Деятельность этих сайтов описывает слоган «Mediachannel» – «Пока СМИ следят за миром, мы следим за СМИ».

д) новостные ленты информационных корпоративных сайтов и порталов: МГУ, РАО «Газпром», «Мегафон», ОАО «АВТОВАЗ» и др. Такие издания предоставляют новости о деятельности организации, ее руководителях и основных партнерах. Особая ценность данной информации основывается на том, что она исходит из первоисточника. К недостаткам такой информации можно отнести ее официальность и недостаточно частое обновление.

е) новостные ленты на информационных сайтах и порталах органов власти: сайт Правительства РФ, сайт Уполномоченного по правам человека в РФ, сайт Органов государственной власти Астраханской области, сайт Администрации Краснодарского края, сайт ООН, сайт штата Нью-Йорк и др. Следует обратить внимание, что, как правило, на сайтах данного типа имеется указание на то, что размещенная информация является свободно распространяемой и может быть отредактирована в соответствии с требованиями конкретного получателя – средства массовой информации при условии сохранения смысла сообщения. Следовательно, информация, которую предоставляют такие сайты, характеризуется как официальная и предоставляет возможность формирования новостных материалов в других СМИ. В регионах, где имеются проблемы с качеством подачи интернет-трафика задача местного

онлайн-СМИ возлагается на официальные сайты региональных муниципалитетов.

ж) новостные ленты на сайтах, принадлежащих знаменитой личности. К данному типу относятся персональные сайты и блоги известных людей, чья деятельность, личная жизнь и окружение вызывают устойчивый интерес как обычной аудитории, так и СМИ: политики, артисты, бизнесмены, телеведущие, блогеры, спортсмены и т.п. Такие сайты могут публиковать описание личной жизни популярного человека, так и его мысли по поводу происходящих вокруг него событий, фото- и видеоматериалы. Новостная информация, присутствующая на данных сайтах, является эксклюзивной, так как предоставляется самим ньюсмейкером или агентами лица: блоги президентов, глав регионов, бизнесменов О. Тинькова, М. Прохорова, певицы Земфиры, Ёлки, сайты актеров С. Безрукова, и др.

з) блоги. Площадки. Где пользователи размещают новостную информацию личного содержания, профессиональной деятельности, описание событий, происходящих с ними и вокруг них, а также фото- и видео контент. Зачастую блоги отличаются дилетантизмом в подаче информации, субъективностью в оценке происходящих событий, высокой степенью манипулятивности, недостоверностью распространяемых сведений. Но, тем не менее, они обладают и преимуществами: оперативностью, предоставлением эксклюзивной информации, независимостью. Все это делает блогосферу важным и интересным источником новостной информации. Часть блогов по ряду признаков приравниваются к полноценным новостным СМИ.

и) форумы – где пользователи могут узнать новости в сети Интернет, став его участником. Форумы могут быть общими и узкотематическими. Главным недостатком новостного контента таких сайтов является отсутствие факт-чекинга. Но, если участник форума убежден в экспертности сообщаемого или общается с очевидцем события, то он может доверять полученной информации. «Много дополнительной информации можно получить, полностью рассмотрев ветвь дискуссии, содержащую обсуждения, разные точки зрения участников,

мнения экспертов, фотоматериалы, ссылки на сайты, содержащие дополнительные сведения по теме»<sup>20</sup>.

Из всего вышеперечисленного мы пришли к выводу, что типология интернет-СМИ, являясь относительно «новой» в системе информации, в общем, заимствует типологию традиционных СМИ, но имеет ключевое отличие благодаря родовым качествам, приобретенным посредством Интернета – гипертекстуальности и интерактивности, а просто от веба – наличие журналистского контента. Таким образом, несмотря на широкое распространение онлайн-ресурсов, в их типологии остается еще много вопросов.

## **1.2 Специфика интернет-СМИ**

Популярность новостных ресурсов, располагающихся в пространстве Интернета, заключается в их уникальных свойствах предоставления публикации, что отличает их от традиционных СМИ:

- гипертекстуальность;
- мультимедийность;
- дигитализация;
- интерактивность.

А также индивидуализация использования и персональный подход. Благодаря этим свойствам расширяется не только объемы новостной информации, но и ее содержание, возможности для взаимодействия с аудиторией в разнообразных форах общения, предоставление ей более свободные возможности для реагирования и участия в информационном обмене. Эти свойства в совокупности позволили исследователям выделить онлайн-журналистику в новое направление наряду с печатной, радио- и телевизионной журналистикой.

«Гипертекстуальность. Как говорил «отец-основатель» гипертекста Тед Нельсон (Ted Nelson), главная особенность гипертекста заключается в том, что

---

<sup>20</sup> Лазуткина Е. В. Проблема типологии новостных ресурсов в рамках онлайн-журналистики [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-tipologii-novostnyh-resursov-v-ramkah-onlaynovoy-zhurnalistiki> (дата обращения: 23.04.2020).

он создает систему связи между отдельными документами с помощью встроенных в текст гиперссылок»<sup>21</sup>. Принципиальное отличие гипертекста в Интернете состоит в том, что эта связь между отдельными текстами осуществляется в одной среде, что позволяет читать текст не только на одном уровне, как на бумаге, но благодаря внутренним и внешним ссылкам просматривать его вглубь. Происходит расширение информационных возможностей как для производителя медиа-продукта, так и для потребителя. Помимо этого, гипертекстуальность имеет еще одно немаловажное значение. По мнению В.А Михайлова, гипертекстуальность является одной из важнейших качественных характеристик интернета «в этой единой среде для разнородных продуктов социальной деятельности человека может одновременно находиться такое количество текстов, которое обеспечивает непрерывность и коллективность получения и распространения общечеловеческого знания»<sup>22</sup>.

Весь Интернет, строящийся на гипертекстных связях, можно рассмотреть в следующей классификации:

- один из технических элементов решений веб-дизайна;
- основной признак, определяющий целевое назначение сайта;
- источник информации;
- характеристика контента.

Рассматривая гипертекстовые ссылки с точки зрения вебдизайнерских решений, можно выделить два основных подхода: ссылки размещаются в «теле» текста (выделяющиеся с помощью графических элементов – например, другого цвета, шрифта) или они выносятся в боковое меню, расположенное за пределами и, как правило, сбоку от основного материала. По способу использования гипертекстовых связей, можно составить представление и о поставленных авторами сайта задачах, при организации информационных потоков.

---

<sup>21</sup> Лукина М. М. СМИ в пространстве интернета: учеб. пособие. М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. С. 71.

<sup>22</sup> Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества : сб. научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации» / сост. В. А. Михайлов, В. В. Михайлов. СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 7.

Гиперссылки могут быть контекстуального и тематического характера. Гипертекст также выступает инструментом расширения контекста каждого конкретного содержательного элемента, это то, что позволяет читателю лучше понять смысл происходящего, помогает ориентироваться в потоке информации. Также с помощью гипертекста – ссылок на публикации по предлагаемой или смежной с ней тематике, можно неограниченно расширить тематическое поле. Например, если основной материал посвящен наводнению в некоторых речных районах Якутии, то контекстный материал – интервью с пострадавшими, а тематический – отсылающий к публикации о похожих природных катаклизмах. Сравнить контекстные возможности интернет-СМИ с печатной периодикой, можно увидеть, что на бумаге контекстные и тематические материалы, которые входят в т.н. «подборку», лимитированы по объему, в то время как в Интернете таких ограничений нет. Необходимо также иметь в виду, что тексты, соединенные с помощью гипертекстовых ссылок (links), могут соединяться либо с другими частями того же домена (внутренние связи), либо с другими доменами, находящимися где-то в Интернете (внешние связи). Поэтому выделяется два принципиально отличающиеся друг от друга вида гипертекстуальности – внутренняя и внешняя, с разными подходами к источникам информации. Внутренние ссылки, отсылающие к информации в пределах одного и того же сайта (к другим публикациям по теме, к материалам того же автора), хотя и позволяют потребителю узнать дополнительные сведения, но в рамках тех же повесток дня. Например, с помощью внутренних ссылок читатель находит ссылки на публикации из архивов, на материалы того же или другого автора по смежной тематике. При этом информация, «расширится», но будет развиваться по спирали, без привлечения альтернативного взгляда. Внешние ссылки, напротив, дают возможность аудитории ознакомиться с другими ресурсами, позициями, альтернативными источниками. Такие ссылки основательнее используют интернет и его технологии для информирования своих посетителей.



Мультимедийность. Слово «мультимедиа» возникло в 90-е годы прошлого века как материальная реализация идеи медиаконвергенции, т.е. слиянии всех каналов передачи информации – периодической печати, радиовещания, телевидения и интернета - в одно целое.

В настоящее время Интернет является вещательным каналом для многих производителей радио- и телевизионной продукции, которые по разным причинам не имеют своего частотного канала. Мировая сеть послужила дружественной средой для альтернативных СМИ, в особенности радиостанций, специализирующихся на определенной, подчас узкой тематике. Появилась возможность предоставлять своей аудитории радиовещание в Интернете, если не имеется финансовой возможности для покупки эфирных диапазонов. Новые возможности в своей деятельности получают и эфирные каналы.

Также новую жизнь в сети обретает и фотография: не лимитированы объемы так, как на бумаге, нет серьезных ограничений по части этики, какие существуют в газетах, журналах. Затруднением является лишь пропускная способность каналов, а также качество снимков. Но такие технические проблемы, по всей вероятности, в скором времени будут решены. Следует отметить, что подходы к мультимедийности возникли намного раньше, чем появился Интернет. На самом деле от мономедийности отошли уже газеты, когда помимо вербального текста стали публиковать сначала графику, а затем и фотоиллюстрации. Радио с самого начала использовало две знаковые системы для передачи информации: вербальную и звуковую. В телевещании добавился еще и видеоряд. Фактически, телевидение уже можно назвать каналом массовой информации, в котором передача текстов, звука и видеоряда, фото, графических изображений (статических и подвижных), анимации осуществляется на большие расстояния. Но телевизионные медиа, использующие все знаковые формы в одном диапазоне времени, являются линейными, что отличает их от Интернета.

Интерактивность. Третьей оригинальной составляющей интернет-СМИ выделяется свойство коммуникативная интерактивность. Интернет уникален

как канал для налаживания связей со своими конечными пользователями. Выводя на новый уровень коммуникативные функции СМИ, он предоставляет возможность для быстрого реагирования не только отдельным лицам, но и достаточно большим массам людей.

Интерактивность в интернет-СМИ принципиально отличается от тех взаимодействий с аудиторией, что используют традиционные медиаканалы. В сети двухстороннее общение разворачивается в одной и той же физической среде, т.е не «телевидение» - «телефон», или «газета» - «почта», а «Интернет» – «Интернет». При этом общение принимает синхронный, или онлайн характер. Редакции СМИ, базирующиеся в Интернете, пользуются разными устоявшимися форматами сетевого взаимодействия – электронными письмами, чатами, форумами, Telegram-каналами, сообщениями в мессенджерах. Это в значительной степени расширяет диапазон их коммуникативных возможностей: от диалоговой коммуникации, выражающейся в общении редакции с отдельными представителями аудитории, до форумов, когда обсуждение событий, вынесенных на повестку дня, проходит в многостороннем режиме – между редакцией и читателями, и чатов, когда коммуникационный процесс завязывается между отдельными потребителями. В этой цепочке взаимодействия у журналистов появляются новые профессиональные обязанности модераторов, организаторов этой многосторонней коммуникации, что помогает им быть активной стороной в организации дискуссий, «держать в русле» предложенные темы для обсуждения, т.е. повестку дня. Возможность вступить в контакт с аудиторией позволяет в полном объеме почувствовать их социальные потребности, что предоставляет возможность приблизиться к максимальному удовлетворению информационных запросов масс. Вопрос о том, будет ли редакция использовать свой интерактивный ресурс, является существенным при определении стратегии интерактивного общения с аудиторией.

Интерактивность, выражающаяся в общении с читателями, может проходить вживую, то есть в режиме онлайн, одновременно, например, в чатах,

а также и в форме отложенного контакта участников коммуникационного обмена – в форумах, комментариях, в электронной переписке. В разряд несинхронного общения переходят послания в чате, становящиеся частью основного контента. Можно выделить следующие задачи, которые преследуют онлайн-издания, применяя возможности интерактивного общения:

- информационный обмен с потребителем, позволяющий последнему запрашивать дополнительную информацию (например, воспользоваться функцией поиска) или прокомментировать событие;
- навигация, т.е. помощь в контент-пространстве сайта;
- регистрация – налаживание прямых контактов редакции с пользователями, пополнения листов рассылки.

Если на сайте организованы торговые операции, то интерактивность может преследовать коммерческие задачи.

Изучая интерактивность, можно заметить, что это явление существует не только как разные способы общения с аудиторией. Она также может предоставлять различный перечень потребительских услуг. К примеру, включать в нее активность пользовательского запроса на информацию. Эта функция определяется как «адаптивная». Интерактивность ресурса в таком случае сайта заключается в возможности отдельным потребителем, с помощью программного обеспечения, адаптировать сайт под свои собственные запросы и вкусы, выбрать интересующий его контент. Например, отметить те рубрики, которые наиболее интересны, или перейти на другое языковое наполнение сайта. Существуют медийные интернет-проекты, созданные с помощью наиболее системно-продвинутых программных решений, позволяющие пользователю выбрать наиболее привлекательный или экономичный дизайн. Однако пока адаптивную интерактивность применяют лишь немногие создатели сайтов, да и использовать ее могут не все потребители»<sup>23</sup>.

Рассматривая феномен интернет-СМИ и изучая ее «уникальные качества», орозовавшиеся благодаря всемирной сети Интернет, мы пришли к

---

<sup>23</sup> Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве интернета. С. 83.

выводу, что сетевые издания по типологии схожи с традиционными, но вместе с тем имеют координальные различия по функционированию. Благодаря специфике онлайн журналистики грани между производителем контента и его потребителем стерты. Сегодня они коммуницируют наравне. Информация превратилась в важнейший равноценный, почти всегда общедоступный, а также общепользовательский ресурс.

## 2 СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

### 2.1 Частные СМИ РС(Я)

В начале 21 века, благодаря освоению журналистами Интернета, как нового базиса для предоставления информационного продукта, в городах и регионах нашей страны активно началось развитие нового вида СМИ – онлайн-издания. Региональные интернет-СМИ занимают особое место в целостной системе медиaprостранства, так как имеют свою постоянную аудиторию и высокий уровень адресной информации. На основе проведенного исследования выделена специфика интернет-СМИ Республики Саха (Якутия).

Республика Саха (Якутия) – самый большой по площади субъект Российской Федерации, а также самая большая административно-территориальная единица в мире. Однако население Республики меньше одного миллиона человек, что делает плотность населения в ней одной из самых низких в России. Республика Саха (Якутия) в рамках административно-территориального устройства делится на административно-территориальные единицы: 1 город республиканского значения (Якутск) и 34 улуса (района), а также входящие в их состав наслеги (сельские округа), города улусного (районного) подчинения, посёлки (посёлки городского типа) и сёла<sup>24</sup>.

Выбор Республики Саха (Якутия) в качестве базы исследования обосновывается тем, что это крупный регион с большим количеством населённых пунктов, которые находятся друг от друга на значительном расстоянии, при этом транспортное сообщение затруднено, в некоторые районы можно попасть исключительно авиасообщением, а во время весеннего паводка и вовсе невозможно, трудно доставить необходимые продовольствия, в том числе и информацию, поэтому веб-журналистика быстро распространилась и установилась в значимую коммуникацию. Помимо этого, Якутия является мощным промышленным регионом, на ее территории добывается и обогащается сырье, активно развивается энергетика, Южная Якутия имеет

---

<sup>24</sup> Википедия [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Якутия> (дата обращения: 26.04.2020).

статус Территории Опережающего Развития, все это также обуславливает необходимость получения оперативных информационных запросов локального характера из надежных источников, которыми сегодня и являются интернет-СМИ.

Онлайн издания самого крупного региона России отражают культурно-историческое наследие Якутии, ее экономическую, политическую и социальную специфику. По состоянию на 2020 год в республике зарегистрировано более десяти интернет-СМИ, распространяющие информацию на регулярной основе. В том числе – «SakhaNews» (<https://www.onlimtambov.ru/>), Сетевое издание «Якутия 24» (<http://yakutia24.ru/>), «Sakhaday.ru» (<http://https://sakhaday.ru/>), «Якутск Без формата» (<https://yakutsk.bezformata.com/>), «Ykt.Ru» (<https://ykt.ru/>), [yakutsk.ru](http://yakutsk.ru), Якутск-Саха Информационное агентство «ЯСИА» (<http://ysia.ru/>), [Yakutia-daily.ru](http://yakutia-daily.ru) (<https://yakutia-daily.ru/>), [Yakutiamedia.ru](http://yakutiamedia.ru) (<https://yakutiamedia.ru/>), ТайгаПост (<http://taigapost.ru/>) и др. Изучая данные исследования компании «Медиалогия», занимающейся мониторингом и анализом СМИ, можно выявить, что ряд интернет-изданий Якутии не только входят в десятку самых цитируемых изданий региона, но и возглавляют ее<sup>25</sup>.

Изучая новостное интернет-пространство Якутии, мы определили его структурное деление по двум основным признакам – функционально-тематической направленности (деловые, общественно-политические, научно-популярные, рекламные, развлекательные, и др.) и по форме принадлежности (государственные и частные). Для углублённого анализа остановимся на последнем.

Большинство онлайн-СМИ РС (Я) по форме собственности являются частными. Из десяти вышеперечисленных изданий всего у четырех учредителем является правительство республики. В рамках бакалаврской работы мы не сможем вместить подробное описание каждого сайта, поэтому

---

<sup>25</sup> Медиалогия [Электронный ресурс]. URL : <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7306/> (дата обращения: 26.04.2020).

мы решили уделить внимание нескольким, по нашему мнению, наиболее значимым в плане информационного наполнения порталам Якутии.

Портал SakhaNews был запущен 5 мая 2005 года и стал приемником журналов «Новости Якутии» и «Панорама Якутии», которые ранее издавала создатель издания, известный в республике журналист, политолог и аналитик Тамара Шамшурина<sup>26</sup>. Имеет регистрационное свидетельство СМИ от 01.12.2006г. под № ФС77-26316.

Информационно-аналитический портал SakhaNews является одним из самых посещаемых новостных сайтов в республике.

Ежесуточно на портал SakhaNews заходят до двухсот СМИ и до трех тысяч обычных пользователей (посещений – до 30 тысяч) из разных стран мира, о чем свидетельствует имеющаяся на сайте наглядная карта-статистика «Посещение по странам» (Приложение А). Аудитория издания не ограничивается жителями Якутии, новости на сайте просматриваются читателями из других городов и регионов России (Приложение Б).

Информация на сайте обновляется часто. В день редакторами публикуется от 20 материалов. Например, за 29 апреля 2020 года на портале было опубликовано 61 новость. Большинство из них – темы, касающиеся именно регионального читателя: открытие новых предприятий, закрытие городского троллейбусного маршрута, получение субсидии или особенности ведения капитального ремонта и другие проблемы. Однако, новостями Якутии создатели портала не ограничиваются. Около 30% ежедневных публикаций позволяют подробно ознакомиться с тем, что происходит в стране и за ее пределами.

Портал SakhaNews обозначает себя, как информационно-аналитическое интернет-СМИ, но с точки зрения жанрового разнообразия, в ленте новостей преобладает информационный посыл: информационные заметки, репортажи,

---

<sup>26</sup> Информационно-аналитический портал SakhaNews [Электронный ресурс]. URL : <http://www.1sn.ru/245279.html> (дата обращения: 29.04.2020).

корреспонденция, инфографика. Аналитика в материалах встречается гораздо реже.

Журналисты «SakhaNews» активно ведут тему строительства, капремонта, роста цен, рассказывают о компенсациях, которые могут получить читатели, вопросы, связанные с благоустройством городов и районов республики, здравоохранением.

Нередко вся региональная полоса может быть посвящена одной социальной теме, раскрытой подробно с использованием разных жанров.

Портал насчитывает 16 постоянных рубрик: «Власть и политика», «Экономика и бизнес», «Жилье, ЖКХ», «Наука и образование», «Финансы и налоги», «Транспорт и связь», «общество», «Культура», «Здоровье», «ЧС, происшествия», «История». «Реклама», «Право», «Спорт», «Интернет», «Разное». Каждую рубрику ежедневно наполняют от 2 до 10 материалов по теме.

Информационно-аналитический портал «SakhaNews» не только поднимает социальные проблемы, но и старается помочь читателям их решить, давая подробные пошаговые алгоритмы действий, тем самым реализовывая одну из важнейших функций социальной журналистики – вмешиваться в реальную жизнь и влиять на решение социальных проблем. К примеру, несколько раз изданием публиковались материалы на тему санобработки мест общего пользования многоквартирных домов. Читатели активно комментировали эти публикации и просили помощи у редакции, т.к. обработка подъездов в домах либо вообще не производится, либо производится не по графику. Журналисты оперативно отреагировали и подготовили информацию по решению данной проблемы (Приложение В).

Говоря о характере контента издания, нужно отметить, что большинство новостей написано собственными журналистами портала, но есть и заимствованные материалы. В качестве источников информации редакторы использует электронные версии газет и журналов, информационные агентства



республиканского и всероссийского масштаба, а также местные организации. Все источники чётко обозначены и названы (Приложение Г).

Поскольку «SakhaNews» является частным изданием, в его публикациях можно заметить острые темы, касающиеся власти, которые не наблюдаются, либо подаются в другом формате в изданиях, учредителем которых выступает правительство республики (Приложение Д).

В целом стоит отметить, что присутствие профессиональных редакторов и журналистов на портале ощутимо. Материал понятен целевой аудитории, не содержит специфических аббревиатур, терминов без определений, суть происходящего «объяснена на пальцах», наглядно, с использованием визуальных средств, облегчающих понимание истории. Авторы ни в какой форме не участвуют в формировании негативных стереотипов по отношению к различным социальным группам (по возрасту, полу, сексуальной ориентации, заболеваниям, национальности и т. д.). Также есть визуальный ряд (фото, видео, инфографика, интерактивная графика), который интересен, эффективно дополняет текст и облегчает восприятие, сопровождается информативными подписями. Все визуальные материалы атрибутированы.

Интересно также, что «SakhaNews» успешно осваивают одну из самых сложных разновидностей мультимедиа – видеоконтент. Рубрика, где размещаются видеоролики, самими журналистами портала отмечается как «важнейшая составляющая» издания. ВидеонОВОСТИ – регулярный контент портала. Таким образом, коллектив «SakhaNews» старается систематически освещать важные события и происшествия.

Стоит отметить, что «SakhaNews» не только «доставляет» в структурированном виде всю интересную информацию, но и сам общается с аудиторией. Интерактивность выражается в возможности комментирования всех публикуемых материалов. Информационный портал имеет около полмиллиона постоянных посетителей ежемесячно (статистика Liveinternet), показывает рекордное и малодостижимое для соперников количество подписчиков и друзей в социальных сетях – свыше 70 тыс. (то есть 1 друг в

соцсетях на 7 посетителей самого сайта – показатель лояльности аудитории. Также издание имеет мобильную версию сайта.

Реклама в издании определяется пятью важными условиями. Например, не продаются места в рейтингах товаров, услуг и еды, причем ни на каких условиях, то есть если организация лидирует в своей сфере деятельности, в рекламе это выявляется на основании сравнения с другими, с помощью различных объективных параметров. SakhaNews не делает такие рейтинги, в которых объективность не может быть достигнута.

Заимствованные рекламные тексты и пресс-релизы портал не публикует. Материалы, используемые для рекламы, всегда пишутся авторами издания. По мнению коллектива, у них есть узнаваемый стиль, ради которого и приходят читатели. Материал, который обозначается как «партнерский», должен быть максимально полезным для читателя и максимально эффективным.

Новостной сайт ТайгаПост не пользуется широкой популярностью у жителей Якутии. В сутки его посещают от 400 до 600 пользователей. Но, тем не менее, о нем знают многие, как об издании, публикующем провокационные новости. Сайт не зарегистрирован как СМИ и не имеет раздела «о себе». Был создан в 2018 году и активно рекламировался среди журналистского сообщества республики. Главным редактором является Айтилина Никифорова. Обновляется сайт ежедневно, но, достаточно скромным количеством материалов, 1-2 раза в сутки, в разделах «Новости» и «Статьи» (Приложение Е). Заимствованных материалов мало, практически весь контент производится самим редактором. Контент портала рассчитан, исключительно, на читателей Республики Саха (Якутия).

ТайгаПост имеет 6 постоянных рубрик: «Акценты», «Жизнь», «Опасная зона», «Саха дьахтарын санаалара», «Ух ты!». В ленте наблюдаются как информационные жанры, так и аналитические.

В «Акцентах» можно найти главные события Якутии, проанализированные редактором. В рубрике «Жизнь» публикуются новости,

заимствованные пресс-релизы и реклама. «Задело» – рубрика так называемых «расследований», которые ведет сам редактор (Приложение Ж). Часто публикуются новости, в дальнейшем имеющие развитие событий в последующих материалах. Происшествия и преступления разных масштабов находят место на сайте в рубрике «Опасна зона», на многих публикациях стоит возрастное ограничение 18+. Рубрика «Саха дьахтарын санаалара» переводится с якутского языка как «Мнение эксперта», не имеет ни одной публикации. Знаменательные события и интересные факты размещаются в рубрике «Ух ты».

Практически весь публикуемый контент сайта носит провокационный характер. Много критики в отношении власти, остро поднимаются темы социального характера, коррупции, экологии Якутии. Грубые заголовки, ненормативная лексика – привычная подача материала для редактора. Публикуются фотографии, аудио и видеозаписи очевидцев происшествий. Например, новость на сайте от 24 марта 2020 года рассказывает об истории жительницы города Алдан, которая столкнулась с грубым обращением от медицинской сестры своего педиатрического участка, в конфликт между двумя женщинами вмешался «ТайгаПост» (Приложение К). По многим «расследованиям» редактора в отношении достоверности информации проводятся проверки прокуратуры, о чем рассказывает сам ТайгаПост.

На сайте нельзя комментировать новости, зато имеются еженедельные опросы на различные темы. Имеется раздел «Связь с редакцией», где предоставлена контактная информация, с помощью которой можно обратиться к редактору с вопросами, предложениями и т.п. ТайгаПост имеет страницу в социальной сети «Вконтакте».

Реклама публикуется в виде пресс-релизов. Некоторые «острые» материалы имеют «заказной» характер.

По нашему мнению, издание ТайгаПост нельзя назвать качественным. Практически вся информация имеет скандальную форму и не имеет достоверных, цитируемых источников. Является единственным сайтом в Якутии, публикующим вышеперечисленный контент.

Одним из наиболее популярных, частных интернет-изданий Якутии является портал Ykt.Ru. Вместе с рядом мобильных приложений и групп в социальных сетях, портал входит в «медиаплатформу Ykt». Учредитель – ООО «Группа Компаний Синет», генеральными директорами которого являются Арсений Томский и Владимир Иванов.

Портал Ykt.Ru объединяет множество новостных, развлекательных и коммерческих сайтов, блогов. Является одним из ведущих региональных порталов в России по охвату аудитории в своем регионе (охват в Якутске 83,5% интернет-аудитории, май 2018). На портале фиксируется порядка 175 тысяч уникальных посетителей в сутки и свыше трёх миллионов уников в месяц. В составе портала Ykt.Ru работает новостная служба News.Ykt.Ru – лидирующее средство массовой информации Якутии<sup>27</sup>. Официальная дата старта Ykt.Ru – 29 апреля 1999 года.

Ykt.Ru называет сам себя в заголовке «Главный Якутский портал», стремится предоставить посетителям максимум разнообразной и полезной информации. Регистрации в качестве СМИ у портала нет. Зато в разделе «О нас» можно найти грамотный PR-текст: «Ykt – это открытая информационная среда, полезная, удобная и комфортная для всех ее пользователей. Люди находят через Ykt новых друзей, перспективную работу, совершают выгодные сделки и покупки, развлекаются, узнают свежие новости, знакомятся и создают семьи, в обсуждениях рождаются новые идеи, которые затем претворяются в жизнь – все это делает жизнь лучше. Вся огромная аудитория пользователей Ykt, объединяясь, делает лучше свою жизнь и жизнь других людей!».

Ykt.Ru – портал обо всем. На главной странице имеются заголовки и анонсы актуальных новостей. Этим контентом занимается, как выше отмечено, новостная служба News.Ykt.Ru. Публикуются собственные и заимствованные материалы виде заметок и небольших статей. Портал затрагивает интересные события и происшествия Республики Саха (Якутия), но также встречаются

---

<sup>27</sup> Главный Якутский портал Ykt.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://ykt.ru/about.php> (дата обращения: 05.05.2020).

новости России и мира. Например, 29 апреля 2020 года сайтом было опубликовано 45 материалов, из них – 34 на темы, касающиеся Якутии. Много политических материалов, в которых прослеживается поддержка органов власти, не смотря, на то, что учредителем являются частные лица (Приложение Л).

Интересно, что «Ykt.Ru» один из немногих интернет-изданий республики, который готовит социальный контент, с целью привлечения внимания читателей, для дальнейшей помощи в решении какой-либо проблемы. К примеру, в апреле 2020г. в одном из поселков Якутии произошел пожар в жилом доме, из-за которого многодетная семья осталась без жилья и необходимых вещей. Журналисты сайта подготовили заметку, в которой рассказали своим читателям о происшествии и предложили принять участие в дальнейшей судьбе Максимовых (Приложение М).

Помимо новостей на портале имеется информация о погоде и курсе валют, оформленная графикой. В разделе «Еще» публикуется афиша мероприятий, объявления, вакансии, контакты магазинов, доставка еды и т.п.

Издание, в виду своего развлекательного характера, отличается значительной интерактивностью. Помимо базирования во всех возможных социальных сетях, на сайте работает несколько рубрик, нацеленных на взаимодействие со своими читателями – «Дневники», «Форумы» и «Джокеры». Пользователи активно регистрируются, знакомятся, делятся моментами из своей жизни, обсуждают проблемы, задают интересующие вопросы и пробуют себя в качестве нештатных корреспондентов, предоставляя порталу интересный, оригинальный и жизненный контент. На сайте ежедневно проходят опросы социальных, развлекательных, экономических направленностей.

Ykt.Ru имеет высокую мультимедийность. Фотографии, картинки, графика, карты, схемы, видео и аудио – все размещается редакторами в хорошем качестве, грамотно подобрано под тему публикаций.

На сайте присутствует много различной рекламы в виде статей, картинок, ссылок, всплывающих карточек. Рекламируемые товары, услуги, проекты

преподносятся для посетителей креативно и профессионально. Несмотря на то, что ее много, она не раздражает читателей, а наоборот, привлекает внимание своей интересной и качественной подачей, это говорит о том, что в штате работают профессиональные SMM-специалисты.

## **2.2 Государственные СМИ РС (Я)**

Не смотря на активное развитие частных интернет-СМИ в Якутии большей популярностью пользуются все же официальные новостные ресурсы. Об этом свидетельствует статистика на порталах и т.д. Доверие населения принадлежит информации, выходящей из первоисточников, учредителями которых являются органы государственной и муниципальной власти.

В Республике Саха осуществляют деятельность 3 государственных интернет-издания: «Якутское-Саха информационное агентство», «Якутия-Daily» и «Эдэр Саас». Все они входят в медиа-холдинг АО «РИИХ Сахамедиа».

АО «РИИХ Сахамедиа» – это современный конвергентный мультимедийный холдинг СМИ на базе республиканских газет «Саха Сирэ» и «Якутия», информационного агентства ЯСИА, сетевых изданий «Эдэр Саас», Якутия-Daily, являющийся стратегической организацией Республики Саха (Якутия).

В рамках Концепции имиджевой политики Республики Саха (Якутия) на 2012-2020 года для повышения эффективности деятельности и модернизации инфраструктуры печатных и электронных средств массовой информации Республики Саха (Якутия), обеспечения конституционных прав граждан на получение достоверной и оперативной информации о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления и институтов гражданского общества Указом Президента РС (Я) Е.А. Борисова от 09 ноября 2012 года № 1702 «О мерах по развитию государственных средств массовой информации РС (Я)», на основании решения единственного акционера ОАО «Редакция газеты «Саха сирэ» – Министерства имущественных и земельных отношений РС (Я) от 22 ноября 2012 года № Р-2264 в соответствии с договором

о слиянии ОАО «Редакция газеты «Саха сирэ» и ОАО «Редакция газеты «Якутия» от 01 февраля 2013 года, утвержденным решением единственного акционера ОАО «Редакция газеты «Якутия» – Министерства имущественных и земельных отношений РС (Я) от 01 февраля 2013 года № Р-144 было создано ОАО «РИИХ Сахамедиа». Учредителем Общества является Правительство РС (Я) в лице Министерства имущественных и земельных отношений РС (Я)<sup>28</sup>.

Генеральным директором «Сахамедиа» сегодня является историк Алексей Чертков.

Перейдем к анализу интернет-СМИ, как государственных, входящих в холдинг «Сахамедиа». Главной официальной новостной платформой в этой системе считается «Якутское-Саха информационное агентство».

Информационные агентства – специализированные информационные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ. Их основная функция - снабжать оперативной политической, экономической, социальной и культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на их продукцию. Функционирование агентств ориентировано на сбор новостей.

В соответствии с законом «О средствах массовой информации» в отношении информационных агентств на них одновременно распространяются статус редакции, издателя, распространителя и правовой режим средства массовой информации<sup>29</sup>.

Информационные агентства охватывают весьма обширный спектр услуг по сбору, созданию, предоставлению и обработке информации.

Один из таких находится в самом крупном регионе России – в Республике Саха (Якутия). Уже на протяжении 28 лет здесь успешно функционирует Якутское-Саха информационное агентство «ЯСИА», которое было создано 31

---

<sup>28</sup> Сахамедиа [Электронный ресурс]. URL : <https://sakhamedia.ru/istoriya-kompanii/> (дата обращения: 07.05.2020).

<sup>29</sup> Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/8f2377ab7e44f923d41eaa9ef92bbb10e6cf9a82/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/8f2377ab7e44f923d41eaa9ef92bbb10e6cf9a82/) (дата обращения: 07.05.2020).

августа 1991 года решением Верховного Совета и Совета Министров ЯАССР и зарегистрировано Верховным Советом ЯАССР<sup>30</sup>. Его задачей была оперативная доставка новостей районным редакциям и федеральным СМИ. Сначала сообщения предавались по телетайпу, затем по факсу.

Появление Интернета дало толчок развитию в республике электронных СМИ, и в 2002 году был запущен сайт «ЯСИА», первый в регионе. Какое-то время он работал как электронная версия выходившего бумажного «Вестника ЯСИА», впоследствии материалы стали публиковаться в онлайн-режиме и не всегда дублировали печатную версию. Сегодня учредителем «ЯСИА» выступает Министерство инноваций, цифрового развития и инфокоммуникационных технологий Республики Саха (Якутия).

С помощью специализированных сервисов, занимающихся сбором метрических данных, существует возможность проследить количество аудитории в сутки. Таким образом, среднесуточная численность уникальных посетителей портала составляет порядка 13 тысяч человек, которые совершают около 15 тысяч визитов на сайт и просматривают новостную ленту «ЯСИА» до 25 тысяч раз. В 2019 году, согласно рейтингу компании «Медиалогия» (от 26 марта 2020 года) «ЯСИА» признано самым цитируемым СМИ в Якутии<sup>31</sup>. Согласно статистике, приведенной на сайте агентства в разделе «Рекламодателям», число уникальных посетителей достигает 485 тысяч 871 человек ежемесячно (Приложение Н).

«ЯСИА» освещают различные аспекты жизни региона, и в значительной степени отвечает потребностям и интересам своей аудитории. Например, за одни сутки – 29 апреля 2020 года на сайте агентства насчитывается 110 публикаций. Это почти в два раза больше новостей, чем у выше анализированных частных СМИ. Больше половины от всех публикаций

---

<sup>30</sup> Якутское-Саха Информационное агентство [Электронный ресурс]. URL: <http://ysia.ru/o-sajte/> (дата обращения: 11.05.2020).

<sup>31</sup> Медиалогия [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7306/> (дата обращения: 26.04.2020).



занимают темы, касающиеся Якутии. Инфоповодами для остальных материалов служат события, происходящие на Дальнем Востоке.

«ЯСИА» распространяет информацию широкого спектра: общественно-политическую, экономическую, научную, финансовую, культурную, спортивную, познавательного характера и т.д. Республиканские, российские и даже зарубежные газеты, радио, телевиденье, новостные онлайн-площадки используют информацию агентства. Материалы на портале публикуются на трех языках - русском, якутском и английском.

Интернет-издание предлагает аудитории перечень рубрик: «Общество», «Экономика», «Политика», «Транспорт», «Образование и наука», «Культура», «Происшествия», «Природа», «Спорт», «Мобильный репортёр», «Афиша», «Гороскоп», а также «Сахалыы».

Также на портале имеются рубрики, представленные как спецпроекты: «Одаренные дети Якутии», «Наши люди», «Семья», «Якутия бескрайняя», «Архив».

Спецпроект «Одаренные дети Якутии» рассказывает о любознательных, оригинальных, умеющих удивлять, преодолевать трудности детях.

В рубрике «Наши люди» – истории и воспоминания талантливых, трудолюбивых, целеустремленных жителей республики.

Проект «Семья» рассказывает о якутских семьях: интернациональных, многодетных, приемных, кочевых, с необычными увлечениями и традициями. По мнению авторов проекта, публикации в этом разделе позволяют найти ответы на вопросы о воспитании детей.

Во вкладке «Якутия бескрайняя» размещаются материалы на тему культурного наследия республики. Нужно отметить, что «ЯСИА» единственное издание, во множестве рассмотренных нами, которое публикует такой контент (Приложение П).

«Архив» – перенос читателя на старую версию сайта, где можно найти все публикации до 2018 года.

С точки зрения жанрового разнообразия, в новостной ленте преобладает информационный посыл: информационные заметки, репортажи, отчеты, интервью. Аналитические материалы не редкость, касаются острых социальных проблем региона посредством статей. Большинство новостей – политической тематики, с уклоном на интересы учредителя. На сайте «ЯСИА» не встретить отрицательные материалы о деятельности региональной власти (Приложение Р). Даже социальные проблемы, поднимающиеся журналистами издания, преподносятся аккуратно и в ключе дальнейшего благополучного разрешения ситуации (Приложение С).

В ЯСИА организация обратной связи отражена в виде предложения читателям стать корреспондентами агентства. Так, посетители имеют возможность направить новость по специальной форме на сайте (Приложение Д), по номеру через мессенджер WhatsApp или с помощью рубрики «Мобильный репортер». Также на портале можно комментировать материалы.

Помимо вышеперечисленного редакция взаимодействует с аудиторией путем проведения голосований, викторин и конкурсов.

Издание отличается от других своей службой фотохроники, которая обеспечивает фотографиями улусные, городские и республиканские СМИ, российские и зарубежные издания, участвует в издании фотоальбомов, устраивает фотовыставки. Архив фотографий ЯСИА – это десятки тысяч фотографий, где отражены все значимые для республики и страны события, отснятые за последние десятилетия фотографами портала. Архив пополняется практически ежедневно.

За годы работы ЯСИА завоевало большую популярность у населения Якутии, добилось признания коллег, органов исполнительной и законодательной власти, информация востребована представителями деловых и научных кругов не только в республике, но и за ее пределами<sup>32</sup>.

---

<sup>32</sup> Общественно-политическая интернет газета «В Якутии.ru» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.v-yakutia.ru/?id=4360> (дата обращения: 12.05.2020).

Деятельность Якутского-Саха информационного агентства отмечена наградами - дипломом «Золотой сайт России – 2003» и в номинации «New-Media» Российской национальной премии «Медиа-Менеджер России 2004». В 2006 году агентство номинировали на главную премию России – Российский национальный Олимп в номинации «Средства массовой информации» как лауреат этой премии.

Журналисты, работающие в Якутском-Саха информационном агентстве, являются победителями и дипломантами республиканских, всероссийских профессиональных конкурсов.

Реклама на сайте представлена в виде публикаций крупных промышленных и иных компаний, основанных на пресс-релизах, а также и банеров на главной странице сайта (Приложение Т). Такая реклама является еще одним источником дохода для агентства, помимо финансовых влияний Правительства республики.

Единственное в Якутии интернет-издание, которое трансформировалось из традиционных СМИ в сетевое, сохраняя при этом печатную версию, и также, как и ЯСИА, входящее в медиа-холдинг «Сахамедиа» является газета «Якутия».

«Якутия» – республиканская газета на русском языке, издающаяся в Якутии. Учредителем газеты является Правительство Республики Саха (Якутия). В 1975 году тираж газеты составлял 61 тысяч экземпляров. В 2010 году полный тираж 1 573 204 экземпляра при 242 номерах. Газета выходит с 4 марта 1917 года.

Сетевую версию печатного издания запустили в прошлом десятилетии. Сначала это был сайт, на котором в PDF формате публиковались выпуски газет, затем редакторы начали размещать новостной контент выходя за пределы газетных выпусков. «Якутия-Daily», в том формате, в котором существует сейчас появилась относительно недавно.

Информации о посещаемости интернет-газеты не опубликовано. На сайте «Сахамедиа» приведена лишь статистика количества просмотров на всех сайтах портала за 2019 год – это 14 мл. 350 тыс. посещений.

В целом сайт «Якутия-Daily» является традиционным веб-представительством традиционного печатного СМИ. Ежедневно здесь выкладываются все материалы нового номера (но не раньше его выхода) – с ними можно ознакомиться прямо в окне браузера, а можно скачать всю газету в формате PDF.

Новостная лента обновляется 5-35 материалами в сутки. Например, от 29 апреля 2020 года интернет-газета опубликовала 30 новостей, из которых 80% – контент, относящийся к событиям в Якутии. Особенностью издания является собственный контент. Заимствованных материалов нет. Онлайн версия газеты «Якутия» оперативно публикует актуальную информацию. Публикации чаще всего относятся к разряду политических, экономических и социальных.

Так как учредителем газеты «Якутия» и непосредственно интернет-версии «Якутия-Daily» выступает Правительство РС (Я), информационная политика реализуется с учетом интересов органов власти. Никаких негативных или ярко-выраженных в отношении политики новостей на сайте не публикуется (Приложение У).

«Якутия-Daily» выдержана в деловом стиле. На сайте публикуется большое количество качественных фотографий. Структура портала сформирована в удобные информационные блоки, представляя читателю 5 постоянных рубрик: «Общество», «Криминал», «Культура», «Интервью», «Все о коронавирусе».

Взаимодействие с аудиторией происходит возможностью комментирования новостей и активного ведения социальных сетей. В общем в аккаунтах социальных сетей «Сахамедиа» около 155 тысяч пользователей. Ежедневно на сайте газеты появляются социальные опросы.

Реклама в онлайн-версии «Якутии» публикуется в виде баннеров и сделана достаточно качественно.

Подробно рассматривать еще одно сетевое издание, входящее в медиа-холдинг «Сахамедиа» – «Эдэр Саас» мы не будем, так как оно является

соединённой, узконаправленной версией ЯСИА и Якутия-Daili для читателей якутских народностей и весь контент публикуется на якутском языке.

Таким образом, во втором параграфе мы рассмотрели региональные интернет-СМИ Республики Саха (Якутия). Разделив их по форме собственности на частные и государственные, так как специфика их деятельности зависит напрямую от учредителя. Государственные интернет-СМИ существуют в значительной степени благодаря бюджетной и кадровой поддержки правительства, соответственно, в их информационную политику входит поддержание положительного имиджа всех уровней власти, поэтому их контент строгий, деловой и основан на фактах. В то время, как частные онлайн-издания не имеют политически-зависимого контроля, существуют благодаря рекламе и творческому потенциалу. Поднимают более острые проблемы, не сглаживают конфликты и осуществляют социальную поддержку населения. Частные сайты по своему дизайну и стилю информации более разнообразны и просты. Но стоит отметить, что частные издания пользуются популярностью в виду своего многогранного содержания и озвучивания разносторонних мнений в разных вопросах, а государственные – достоверностью и качеством подачи официальной информации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выбор сетевых СМИ в качестве объекта исследования обусловлен растущей популярностью интернета как медиа-платформы.

В работе, с помощью анализа мнений исследователей, нами была изучена типология СМИ. Детально рассмотрели типологию интернет-СМИ, как нового явления в информационно-коммуникативной среде. В практической части работы нами было проанализировано более 10 сетевых изданий самого крупного региона России – Республики Саха (Якутия). В итоге мы отобрали 6 порталов, которые можно считать интернет-СМИ, разделили их по типу собственности и разобрали по типобразующим признакам, определили специфику изданий из каждой группы и их различие.

В ходе исследования, посвященного изучению типологии интернет-СМИ Якутии, решены следующие задачи:

- изучено понятие и особенности функционирования интернет-СМИ, определены особенности интернет-изданий;
- определены типологические характеристики интернет-СМИ;
- исследована содержательная модель интернет-СМИ Якутии: сайты информагентств, аналитических, информационных и развлекательных порталов, интернет-версии печатных СМИ.

Проведен анализ целевой установки, тематической направленности, описана аудитория, охарактеризована структура сайтов (рубрики и разделы), исследована жанровая принадлежность материалов и выявлены их лексико-стилистические особенности.

Проанализированные интернет-СМИ являются информационными, информационно-новостными, информационно-аналитическими.

В ходе работы выявлено, что интернет-СМИ представляют интерес для республиканской аудитории. Это подтверждают данные о посещаемости ресурсов.

Содержательная модель интернет-СМИ по многим параметрам схожа с содержательной моделью традиционных печатных изданий.

По способу распространения (сайт и рассылка): все интернет издания Якутии размещены на собственных сайтах. Рубрикация отличается от детальной до крупных тем.

Все интернет-издания обновляются по мере появления нового материала. Количество инфоповодов в государственных интернет-СМИ преобладают над частными.

В Якутии есть издания на национальном языке, нет оснований говорить о типологических особенностях, т.к. «якутские» издания являются дословным переводом русских.

Целевая аудитория частных и государственных СМИ практически не отличается. Однако, до настоящего времени сохраняется тенденция большего доверия государственным СМИ, в то время как для досугового чтения население предпочитает контент частных СМИ.

По результатам исследования можно сформулировать вывод о том, что типология сетевых СМИ Якутии отличается разнообразием. Это отражается в тематическом разнообразии и стиле подачи информации, что является отражением интересов учредителей.

Частные издания поднимают острые социальные темы, предлагают собственные пути решения проблем, проводят журналистские расследования, не редко в своих материалах критикуют власть.

Государственные online-СМИ существуют в значительной степени благодаря бюджетной и кадровой поддержки органов власти, поэтому их информационная политика направлена на информирование аудитории с поддержанием положительного имиджа всех уровней власти, поэтому их контент строгий, деловой и фактологически выстроен.

Таким образом, обобщая вышеперечисленное, мы можем говорить о том, что цель дипломной работы достигнута, задачи успешно решены.

За последние 10 лет типологическая палитра средств массовой информации Якутии значительно изменилась. Это объясняется повышением спроса аудитории на разнообразие, оперативность и достоверность информации, а также ростом технологических возможностей. В связи с этим сетевые СМИ развиваются с необычайной скоростью.

Дальнейшее исследование интернет-СМИ является перспективным, т.к. сетевые издания активно развиваются, растет их влияние на аудиторию.



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Акопов, А. И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов) / А. И. Акопов. – Иркутск : Иркутский университет, 1985. – 96 с.

2 Аргылов, Н. А. Медиаобщество Республики Саха (Якутия) и власть: идеи свободы, тенденции отрасли, формы взаимодействия (социологический аспект) [Электронный ресурс] / Н. А. Аргылов. – Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова. Санкт-Петербургский государственный университет, 2017. – Режим доступа : <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phyllolog/2017/04/2017-04-18.pdf> – 15.05.2020.

3 Афанасьева, О. И. Об актуальных проблемах изучения и продвижения чтения в Республике Саха (Якутия) [Электронный ресурс] / О. И. Афанасьева // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-aktualnyh-problemah-izucheniya-i-prodvizheniya-chteniya-v-respublike-saha-yakutiya> – 15.05.2020.

4 Белякова, В. А. Типологические особенности функционирования современной региональной периодики [Электронный ресурс] / В. А. Белякова, Л. П. Белякова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologicheskie-osobennosti-funksionirovaniya-sovremennoy-regionalnoy-periodiki/viewer> – 13.05.2020.

5 Березина, В. Г. Типология периодических изданий и цензура / В. Г. Березина // Типология периодических изданий. – Ростов н/Д., 1984. – 214 с.

6 Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Якутия> – 26.04.2020.

7 Главный Якутский портал Ykt.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ykt.ru/about.php> – 05.05.2020.

8 Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа :

[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/8f2377ab7e44f923d41eaa9ef92bbb10e6cf9a82/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/8f2377ab7e44f923d41eaa9ef92bbb10e6cf9a82/) – 07.05.2020.

9 Засурский, Я. Н. система средств массовой информации России: учеб. пособие для вузов [Электронный ресурс] / Я. Н. Засурский. – М. : Аспект Пресс, 2001. – Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text/61.htm> – 14.05.2020.

10 Информационно-аналитический портал SakhaNews [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.1sn.ru/245279.html> – 29.04.2020.

11 Калмыков, А. А. Интернет-журналистика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : Юнити-Дана, 2005. – С. 10-11.

12 Киршин, Б. Н. Государственные и частные СМИ: особенности информационной политики [Электронный ресурс] / Б.Н. Киршин // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennye-i-chastnye-smi-osobennosti-informatsionnoy-politiki> – 17.05.2020.

13 Ковалева, М. М. Отечественная журналистика: вопросы теории и практик / М. М. Ковалева. – Екатеринбург : Наука, 2000. – 108 с.

14 Корконосенко, С. Г. Основы журналистики: учеб. пособие для вузов / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 287 с.

15 Куликова, О. Д. Современные зарубежные СМИ: учебно-методическое пособие / О. Д. Куликова. – Ярославль : ЯрГУ, 2016. – 44 с.

16 Лазуткина, Е. В. Проблема типологии новостных ресурсов в рамках онлайн-журналистики [Электронный ресурс] / Е. В. Лазуткина. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-tipologii-novostnyh-resursov-v-ramkah-onlaynovoy-zhurnalistiki> – 23.04.2020.

17 Лукина, М. М. СМИ в пространстве интернета: учеб. пособие / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. – М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. – 87 с.

18 Медиалогия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7306/> – 26.04.2020.

- 19 Носик, А. Б. Интернет для журналиста / А. Б. Носик, С. Ю. Кузнецов. – М. : Галерея, 2011. – 143 с.
- 20 Общественно-политическая интернет газета «В Якутии.ru» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.v-yakutia.ru/?id=4360> – 12.05.2020.
- 21 Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества : сб. научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации» / сост. В. А. Михайлов, В. В. Михайлов. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – 362 с.
- 22 Сафина, А. Р. Типология современных Российских интернет-СМИ [Электронный ресурс] / А. Р. Сафина. – Режим доступа : <file:///C:/Users/Leon14RUS/Downloads/tipologiya-sovremenn-h-rossiyskih-internet-smi.pdf> – 20.04.2020.
- 23 Сахамедиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://sakhamedia.ru/istoriya-kompanii/> – 07.05.2020.
- 24 Синдюков, Н. К. Интернет-СМИ и особенности их функционирования. Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации» [Электронный ресурс] / Н. К. Синдюков. – Режим доступа : [file:///C:/Users/Leon14RUS/Downloads/internet-smi-i-osobennosti-ih-funktsionirovaniya%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Leon14RUS/Downloads/internet-smi-i-osobennosti-ih-funktsionirovaniya%20(1).pdf) – 14.05.2020.
- 25 Типология периодической печати: учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина [и др.] ; под ред. Л. Л. Реснянской, М. В. Шкондина. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 236 с.
- 26 Тулупов, В. В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты / В. В. Тулупов. – Воронеж : Изд-во Воронежского университета, 2000. – С. 47-48.
- 27 Тулупов, В. В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий / В. В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2007. – № 3/4. – С. 42-43.

28 Федорова, Р. А. Формирование имиджа Республики Саха (Якутия) [Электронный ресурс] / Р. А. Федорова // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-imidzha-respubliki-saha-yakutiya> – 16.05.2020.

29 Якутское-Саха Информационное агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ysia.ru/o-sajte/> – 11.05.2020.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А



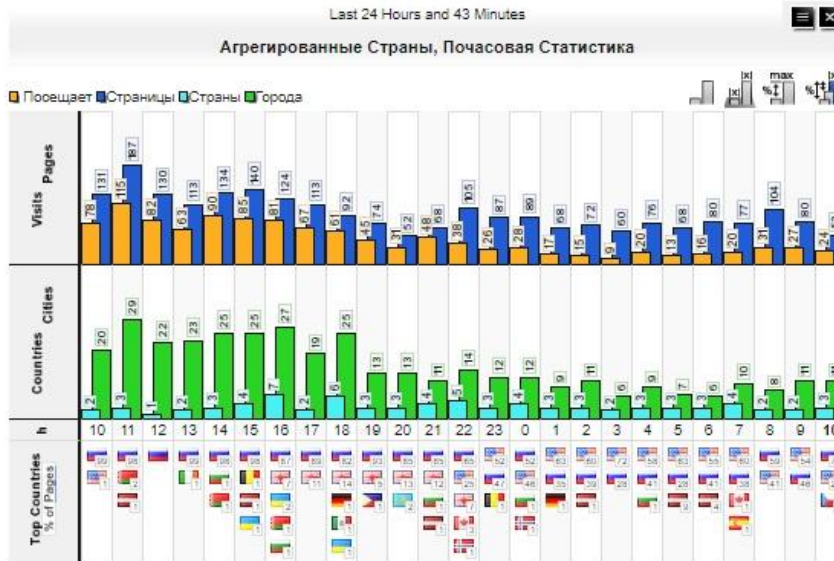
Рисунок 1 – <https://www.1sn.ru/>

# ПРИЛОЖЕНИЕ Б

4 последние города из 1 страны

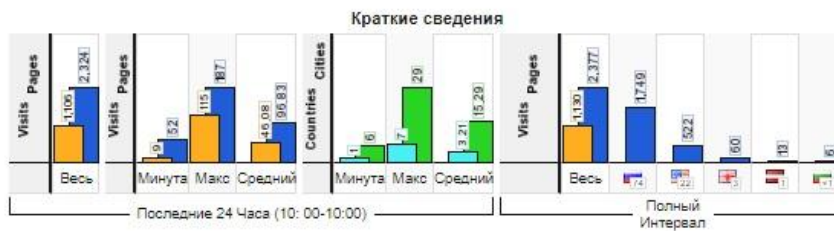
2D карта
3D
расположение Глобуса
24 часа
Настройки

5 412 834 посещения с 25 июля 2014 года



## 6 Последние Просмотры Страниц:

- 10:41:44 | 04:41:44 MSK  
Российская Федерация  
 Москва, Город Москва
- 10:41:41  
Российская Федерация  
 Нерюнгри, Саха
- 10:40:43  
Российская Федерация  
 Ленск, Саха
- 10:38:11 | 04:38:11 MSK  
Российская Федерация  
 Москва, Город Москва
- 10:37:44  
Российская Федерация  
 Якутск, Республика Саха
- 10:36:10  
Российская Федерация  
 Якутск, Республика Саха



Активация  
Чтобы активир  
раздел "Парам

Рисунок 2 – <https://www.revolvermaps.com/livestats/4ys1cqgqe1/>

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Главная / Жильё, ЖКХ

### Куда обращаться, если УК или ТСЖ не проводят санобработку

**ИА SakhaNews.** УК и ТСЖ проводят влажную уборку и дезинфекцию мест общего пользования в многоквартирных домах (МКД) г.Якутска согласно рекомендациям Роспотребнадзора. По данным на 18:00 20 апреля, влажная уборка была проведена в 460 из 478 МКД по плану, дезинфекция – на 1 238 из 1 238 объектов по плану. Обработке хлорсодержащими средствами подвергаются ручки дверей, кнопки домофонов, перила, почтовые ящики и др. Роспотребнадзор рекомендует проводить дезинфекцию дважды в день, влажную уборку – дважды в неделю.

Контроль за соблюдением профилактических мер ведётся ежедневно. Если УК или ТСЖ еще не произвели дезинфекционные мероприятия в многоквартирном доме, граждане могут обратиться в Единую дежурно-диспетчерскую службу города по тел. **44-42-29, 44-42-51** и Управление государственного строительного и жилищного надзора Республики Саха (Якутия), тел.: **34-50-53, 34-26-44**, тел./факс **34-22-49**. Все заявки будут переданы в управы для последующей проверки.

**Ссылки по теме:**

- В Якутске введена предельная торговая надбавка на одноразовые медицинские маски 21.04.2020 16:57
- С потеплением эпидемиологическая ситуация в Якутске может обостриться 20.04.2020 20:20
- Руководителям управ посоветовали не осылаться на «зловредных» животных 20.04.2020 16:26
- Дезинфекция улиц Якутска начнётся с наступлением тепла 20.04.2020 13:21

**Поделиться в соцсетях**

Если вы стали очевидцем интересного события или происшествия, присылайте фото и видео на WhatsApp 8 909 694 82 83

Версия для печати 21.04.2020 18:01 (UTC+9)

Добавить комментарий

ЧТО ВЫ ДОЛЖНЫ ЗНАТЬ, ЕСЛИ ХОТИТЕ ОСТАВИТЬ КОММЕНТАРИЙ

#### Гидрометцентр подтвердил приход аномального тепла в Якутию

Температура выше нормы на 12-14 градусов в Якутии и Красноярском крае связана со стационарным антициклоном.

#### ЛЕНТА НОВОСТЕЙ

Внимание собственников жилых домов и дачных участков!

Помощь более опытных коллег бесценна для молодого газовика!

Пенсионерке предоставят новое жилье взамен аварийного

Терминал «Нижний Бестях» откроет северу новые перспективы

В Якутии сорванная ветром крыша ДЭС убила человека

От чего зависит кристальная чистота воды в домах Якутска

СМИ: Врач ранил из пистолета жителя Нарынги

Около 150 судов ЛОРПв доставляют грузы по назначению

Поправки Якутии о господдержке бизнеса в Арктике учтены

В Томпонском районе выявлены хищения в сфере ЖКХ

Режим ограничительных мер в

Рисунок 3 – <https://www.1sn.ru/244619.html>

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

л «Нижний Бестях» откроет северу новые перспективы В Якутии сорванная ветром крыша ДЭС убила человека

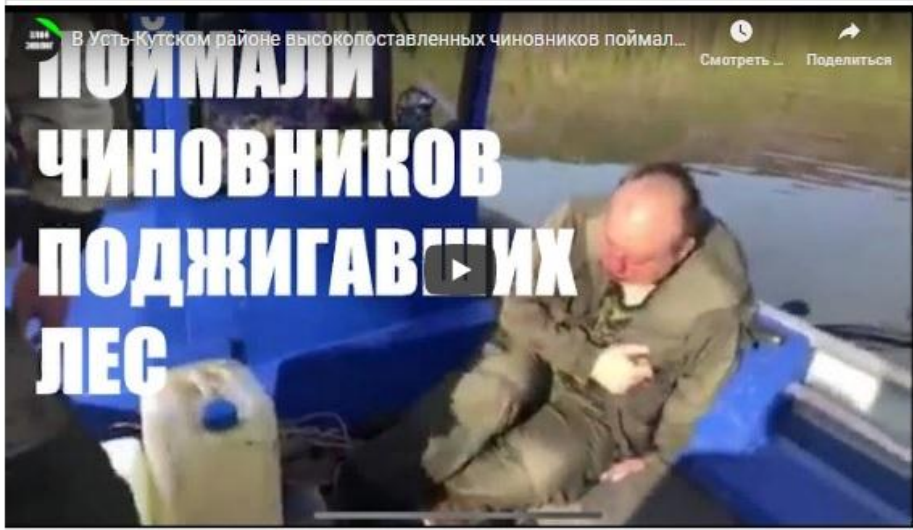
Главная / Власть и политика

### СМИ: в Иркутской области несколько чиновников попались на... поджоге леса. Видео

ИА SakhaNews. В Усть-Кутском районе Иркутской области были пойманы высокопоставленные чиновники, которые поджигали лес, сообщает 28 апреля издание "Усть-Кут 24".

В числе поджигателей оказались первый заместитель мэра Усть-Кутского района **Михаил Барс**, глава сельхозотдела администрации Усть-Кутского района **Михаил Тышкинский**, пресс-секретарь мэра района **Екатерина Анисимова**, а также специалист по ГО и ЧС администрации Усть-Кутского района **Сергей Ульянов**.

Чиновники приехали с бензином и поджигали леса, в пожары снимали с квадрокоптера. Перед этим за несколько дней они выпустили постановление районной администрации о запрете посещения жителями рек в Усть-Кутском районе, из-за пожароопасного периода.



В Усть-Кутском районе высокопоставленных чиновников поймал...  
Смотреть ... Поделиться

Поделиться в соцсетях

Гидрометцентр подтвердил приход аномального тепла в Якутию

Температура выше нормы на 12-14 градусов в Якутии и Красноярском крае связана со стационарным антициклоном.

#### ЛЕНТА НОВОСТЕЙ

- Пенсионерке предоставят новое жилье взамен аварийного
- Терминал «Нижний Бестях» откроет северу новые перспективы 1
- В Якутии сорванная ветром крыша ДЭС убила человека 2
- От чего зависит кристалльная чистота воды в домах Якутска
- СМИ: Врач ранил из пистолета жителя Нарынги 7
- Около 160 судов ЛОРПа доставляют грузы по назначению 1
- Поправки Якутии о господдержке бизнеса в Арктике учтены
- В Томпонском районе выявлены хищения в сфере ЖКХ
- Режим ограничительных мер в Якутии продлен до 1 июля
- Прокуратура Якутии открыла горячую линию по голосованию
- Гидрометцентр подтвердил приход аномального тепла в Якутию 1

Активация по акту раздел "Па"

Рисунок 4 – <https://www.1sn.ru/245027.html>



## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Информационно - аналитический портал

# SakhaNews

Власть и политика  
Экономика и бизнес  
Жилье, ЖКХ  
Наука и образование

Финансы и налоги  
Транспорт и связь  
Общество  
Культура

Здоровье  
ЧС, происшествия  
История  
Реклама

Право  
Спорт  
Интернет  
Разное

18+

В Южной Якутии создаются тысячи рабочих мест

В Якутии начали дел

---

Главная / Право

## Глава Усть-Неры попал на штраф

**ИА SakhaNews.** Глава Усть-Неры в Оймяконском районе по постановлению прокурора оштрафован на **5 тысяч** рублей за нарушение порядка рассмотрения обращений.

Ранее в администрацию поселка поступило письменное обращение гражданина по вопросам, относящимся к полномочиям муниципалитета. Однако в нарушение ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» обращение заявителя в установленный срок не рассмотрено, письменный ответ ему не дан.

Постановление не вступило в законную силу, сообщили ИА SakhaNews в прокуратуре Якутии.

**Поделиться в соцсетях**

Если вы стали очевидцем интересного события или происшествия, присылайте фото и видео на Whatsapp 8 909 694 82 83

Версия для печати

15.05.2020 10:20 (UTC+9)

**ЧТО ВЫ ДОЛЖНЫ ЗНАТЬ, ЕСЛИ ХОТИТЕ ОСТАВИТЬ КОММЕНТАРИЙ**

Павел Грудинин: Нам всем противно, что страну разворовывают

**ЛЕНТА НОВОСТЕЙ**

В Якутии начали делать сыр из молока аборигенной коровы

В Южной Якутии создаются тысячи рабочих мест

Крупные города РФ ждёт вторая вспышка COVID через 2 недели?

В селе Майя сгорела крыша гаража, дом и авто спасли от огня

Можно ли получить кредитные каникулы?

Павел Грудинин: Нам всем противно, что страну разворовывают.

Рисунок 5 – <https://www.1sn.ru/245838.html>

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

ТайгаПост Главная Новости Статьи Связь с редакцией

Отравленные водой. ТайгаПост о ситуации в Нижнем Куранахе  
11 мая 2020

Ко Дню Победы витимские чиновники получили второе уголовное дело  
10 мая 2020

Месяц карантина в Алдане. Что дальше?  
08 мая 2020

16.06.2020 26.06.2020

Анатолий Кырджасов: "В этот день мы вспоминаем всех погибших на фронтах"  
22.06.2020

Кто и что препятствует качественному водоснабжению Якутска?  
26.06.2020

Дело о 20 ленских миллионах. Прокуратура загугалась в показаниях  
05 мая 2020

На борьбу с коронавирусом направят общежития СВФУ  
05 мая 2020

Десять штабистов МВД по Якутии заразились коронавирусом  
04 мая 2020

В Алдане с подозрением на коронавирус госпитализированы росгвардейцы из Якутска  
04 мая 2020

«Мертвые души». Кто учитывает зараженных на Чаянде?  
04 мая 2020

«Полная безнадега»: вся правда о бунте на Чаянде  
04 мая 2020

В Якутии врач открыл стрельбу на улице. Пострадавшему спасают зрение  
26.06.2020

Якутянин объявил голодовку в обсерваторе на Чаянде  
29 апреля 2020

В Алданском районе предварительно подтвержден новый случай коронавируса  
28 апреля 2020

«первая» «предыдущая» 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ... «следующая» «последняя»

Активация Wi  
Чтобы активировать раздел "Параметр"

Рисунок 6 – <http://taigapost.ru/news?page=2>

ТайгаПост Главная Новости Статьи Связь с редакцией

Главная » Новости » Дорогой для Якутии Иван Макаров. Новое расследование ТайгаПост

## Дорогой для Якутии Иван Макаров. Новое расследование ТайгаПост



27 марта 2020 в 12:10 Рубрика: Задело

Когда лутаешь, государственный карман с личным

ТайгаПост продолжает расследование деятельности господина Ивана Макарова. Родственник бывшего Ил Дархана Егора Борисова научился извлекать личную выгоду в ущерб интересам республики. Многие годы это шло от рук Макарову, да и сейчас, похоже, его делами из официальных органов особо никто не интересуется.

В предыдущих публикациях ТайгаПост рассказывал о том, как у Якутии увели Кадаргинский нефтегазовый участок в Олекминском районе. Коротко напомним хронологию событий. 22 июля 2014 года ООО «ГДК Ленск-газ» за 116 млн приобретает на аукционе права пользования недрами Кадаргинского участка. ООО «ГДК Ленск-газ» является дочкой АО «Сахатранофтегаз» (СТНГ), руководит которым Иван Макаров. СТНГ находится в республиканской собственности.

24 июля 2014 года через два дня после проведения аукциона ООО «ГДК Ленск-газ» учреждает ООО «Кадаргэ» во главе которого становится родственник Ивана Макарова Дмитрий Макаров. В декабре того же 2014 года лицензия на разработку Кадаргинского участка передается из ООО «ГДК Ленск-газ» в ООО «Кадаргэ», и тут же Совет директоров СТНГ принимает решение о продаже ООО «Кадаргэ».

В январе 2015 года предприятие вместе с лицензией приобретает ЗАО «Туймааданефтегаз», учредителем которого является АО НК «Туймаада-нефть», владельцы – семья Ивана Макарова. Таким образом круг замкнулся: нефтегазовое месторождение было выведено из республиканского предприятия и передано в частные руки. Причем и республику, и частный бизнес в этой схеме представлял один человек — Иван Макаров. После первой нашей публикации СТНГ опубликовало опровержение, но по сути лишь подписал чистосердечное признание с раскрытием схемы вывода Кадарги (Выстрел в ногу. В СТНГ рассказали, как увели месторождение)

По данным ТайгаПост, в декабре 2014 года три члена Совета директоров СТНГ воздержались при голосовании о продаже

### ОПРОС НЕДЕЛИ

**Примете ли вы 1 июля участие в голосовании по внесению поправок в Конституцию РФ?**

- Да. Поправки назрели
- Скорее да, хотя не со всеми поправками согласен
- Да. Буду голосовать против поправок
- Нет. Фактически речь идет об отмене президентских сроков В.В.Путина
- Скорее нет. От моего голоса ничего не зависит
- Еще не определился

Голосовать

### РУБРИКИ

- АКЦЕНТЫ (540)
- ЖИЗНЬ + (149)
- ЗАДЕЛО (131)
- ОПАСНАЯ ЗОНА (213)
- САХА ДЬАХТАРЫН САНААЛАРА (0)
- УХ ТЫ! (56)

### ПОПУЛЯРНЫЕ СОБЫТИЯ ЗА НЕДЕЛЮ

"Врачу было все равно, в кого стрелять." Видео

Рисунок 7 – <http://taigapost.ru/news/dorogoy-dlya-yakutii-ivan-makarov-novoe-rassledovanie-taygapost>

## ПРИЛОЖЕНИЕ К

### Коронавирус мозга. В Алдане детская медсестра угрожала молодой маме



24 марта 2020 в 14:49 Рубрика: Задело

«Ты вообще понимаешь? Ты ничего, на%%%, не попутала? Ты вообще, родная, статус нормально прочитай! Ты что, пьяная, на%%%, не поняла или чо? Мне КДНку тебе, может, на%%%, направить?», – так алданская детская медсестра Зоя ответила маме двух грудничков на полученное в WhatsApp замечание. Все закончилось взаимными обвинениями, сообщает ТайгаПост.

Медсестру Зою и маму двух грудничков Елену в Алдане свел один педиатрический участок. Претензий друг к другу не имели вплоть до вечера субботы 21 марта, когда Зоя выложила в WhatsApp следующее сообщение: «Всем тем, кто опустошает магазинные полки!!! Не забудьте презервативы... чтобы не расплываться таких же идиотов, как и вы!!!».

Увидев такое от руки детской медсестры, Елена обмерла и решила выразить свое мнение: Усоряет, что лишь заметила Зою: коронавирус — серьезная проблема и нельзя называть идиотами тех, кто на всякий случай делает запасы. «Будет у меня возможность, я не стану скупать гречку, но запасы смеси для детей обязательно сделаю. Считаю, что это правильно», – рассказала Елена корреспонденту ТайгаПост.

Пост Зои о презервативах и идиотах взорвал WhatsApp-группу с неконфликтным названием «Социалплаза». Мамочки разделились на противоположные лагеря. Увидев это, Елена ее покинула. «Чтобы от таких страстей молоко не пропало», – объясняет женщина. Затем дала и написала Зое в личку, что нужно быть поддержаннее. А в ответ получила два коротких голосовых сообщения, где матов было едва ли не больше, чем остальных слов (прослушать аудиозаписи можно здесь)

«Когда Зоя стала угрожать мне опекой, меня это порвало — скрывать не буду. Я не алкашка, кормлю детей грудью. Это долгожданные дети. И почему кто-то имеет право им угрожать? Потом Зоя мне перезвонила и сказала, чтобы я подумала о том, что мне к ним еще детей на прививки вестки», – продолжает Елена.

#### ОПРОС НЕДЕЛИ

Примете ли вы 1 июля участие в голосовании по внесению поправок в Конституцию РФ?

- Да. Поправки надарили
- Скорее да, хотя не со всеми поправками согласен
- Да. Буду голосовать против поправок
- Нет. Фактически речь идет об отмене президентских сроков В.В.Путина
- Скорее нет. От моего голоса ничего не зависит
- Еще не определился

Голосовать

#### РУБРИКИ

- АКЦЕНТЫ (540)
- ЖИЗНЬ + (149)
- ЗАДЕЛО (131)
- ОПАСНАЯ ЗОНА (213)
- САХА ДЬАХТАРЫН САНААЛАРА (0)
- УХ ТЫ! (56)

#### ПОПУЛЯРНЫЕ СОБЫТИЯ ЗА НЕДЕЛЮ



«Врачу было все равно, в кого стрелять» Видео

Акти  
Чтоб  
разд

Рисунок 8 – <http://taigapost.ru/news/koronavirus-mozga-v-aldane-detskaya-medsestra-ugrozhala-molodoy-mame>

# ПРИЛОЖЕНИЕ Л

The screenshot shows the NewsYkt website interface. At the top, there is a navigation bar with the NewsYkt logo, the text "Якутия Россия Мир", a "СООБЩИТЕ НОВОСТЬ" button, and a search bar. The main content area features a large article with the headline "Глава Якутии: «Улицы и площади наших городов и поселков должны оставаться пустыми»". The article includes a portrait of the Governor, Айсен Николаев, and text stating that he congratulated Yakutians on May Day from the leadership of the republic. The article also mentions that the Governor noted the First of May unites all residents of the republic, regardless of age and profession, and that he is proud of the achievements of the older generation. To the left of the main article is a sidebar with "Свежие новости" (Fresh news) listing several recent articles with their respective dates and view counts. To the right, there are sections for "Рекомендуем" (We recommend) and "Новости +" (News +), each with a small image and a brief description of the recommended content.

Рисунок 9 – <https://news.ykt.ru/article/100251>

## ПРИЛОЖЕНИЕ М

Серебренникова приговорили к условному сроку

вчера, 22:45 10 2046  
Миндрав сохранил старые правила медосмотра водителей до 2021 года


вчера, 22:00 80 6715  
Путин объявил об отступлении эпидемии коронавируса в России

вчера, 21:15 8 1077  
Особый противопожарный режим на территории Якутска продлен до 27 июля

вчера, 20:32 0 2504  
**Промо** В селе Боргогонцы начали строить культурный центр

вчера, 20:30 12 2403  
Минтранс объявил сроки возобновления международного авиасообщения

Все новости →



Ранее сообщалось, что общая площадь пожара составила 100 квадратных метров. В доме зарегистрированы 37 проживающих, из них 11 — несовершеннолетние. При пожаре пострадал пожилой мужчина, его доставили в больницу. По словам очевидцев, причиной могла стать непогашенная сигарета, с которой уснул один из жильцов в состоянии опьянения.

Редакция News.Ykt.Ru призывает оказать помощь семье Максимовых:

Размер одежды и обуви:

Мать: одежда — 44 р., обувь — 38 р.

Отец: одежда — 48-50 р., обувь — 40 р.

Дочь: одежда — 42 р., обувь — 36-37 р.

Сын: одежда — 42-44 р., обувь — 38-40 р.

Близнецы: одежда — на рост 128 см, обувь — 32 р.

Оказать материальную помощь можно через мобильный банк по номеру: 8-908-315-70-44 (Иван Владимирович М.).


### Блогеры

**Журналист**  
Виталий Обедин  
Славили бот-фабрику

**Врач**  
Алла Клешко  
Слабнцы и коронавирус: как это было

**Благотворительный фонд**  
Харыскап  
Квем я выку школу будущего

### Мы в соцсетях



Активация Wind  
Чтобы активировать раздел "Параметры".

Рисунок 10 – <https://news.ykt.ru/article/100152>

## МЕДИАКИТ



Рисунок 11 – <https://sakhamedia.ru/price/>

## ПРИЛОЖЕНИЕ П

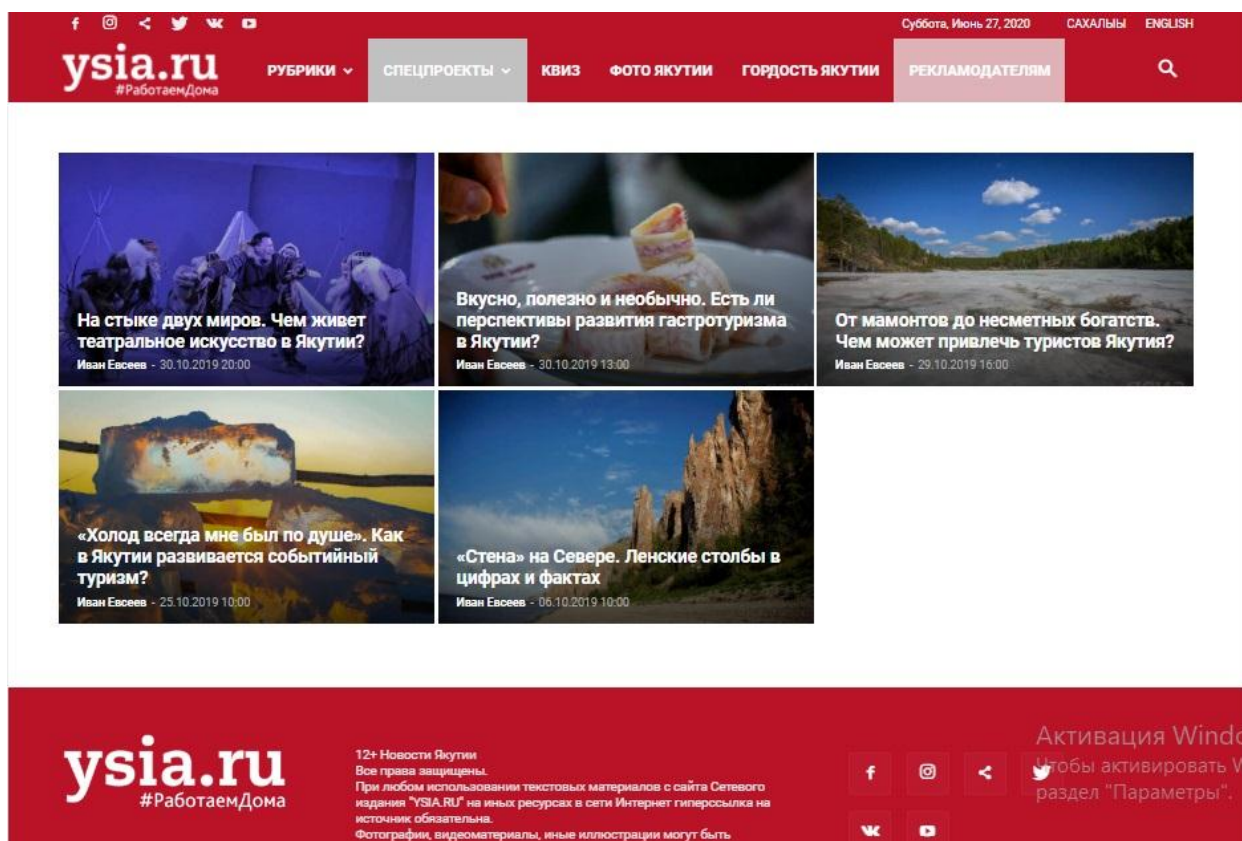


Рисунок 12 – <http://ysia.ru/yakutiya-beskrajnyaya/>



## ПРИЛОЖЕНИЕ Р

**ysia.ru** РУБРИКИ СПЕЦПРОЕКТЫ КВИЗ ФОТО ЯКУТИИ ГОРДОСТЬ ЯКУТИИ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМ

### Сахая Потимова: Поддержка со стороны государства стимулирует медицинских работников

Аркадий Васильев · 19.05.2020 14:05



В республике начислены стимулирующие выплаты медицинским и иным работникам за работу с ковидными больными. В комментарии ЯСИА главный врач Детской инфекционной клинической больницы Владимир Богдашин отметил, что они доведены до персонала в полном объеме.

«Федеральные и региональная выплаты выданы в полном объеме», — сообщил собеседник агентства.

По его словам, денежные средства получили все врачи, медсестры, санитарные работники, водители и прочий персонал с учетом северных надбавок.

«Нас все устраивает. Получили за апрель полностью, за май — аванс. Все довольны. Очень рады, что есть такая поддержка и это стимулирует работников», — отметила старшая медсестра медучреждения Сахая Потимова.

Напомним, стимулирующие выплаты осуществляются согласно двум федеральным постановлениям и распоряжению главы Якутии.

skogo-rajona-vozlozhit-tsvety-k-

**Главное за сутки**

- ФОТО: В Якутии избирательная комиссия работает в отдаленных стойбищах оленеводов  
27.06.2020 21:00
- Алексей Колодезников: Упор в новом указе президента сделан на улучшение качества...  
27.06.2020 20:33
- Ольга Балабкина: Президент в указе о развитии Дальнего Востока поставил достижимые...  
27.06.2020 19:00

**Все главные новости**

**Новости**

- Александр Жирков провел суженное заседание оргкомитета Высшая Олонхо в Олекминском районе  
ЯСИА · 27.06.2020 20:13
- Айсен Николаев в Чульмане Нерюнгринского района возложил цветы к монументу в честь 75-летия Победы  
ЯСИА · 27.06.2020 19:39
- Владимир Сивцев: Ожидаем поддержки федерального центра по инфраструктурным проектам  
ЯСИА · 27.06.2020 19:30
- Айсен Николаев проверил ход работ по реконструкции системы водоснабжения Нерюнгри  
ЯСИА · 27.06.2020 19:10
- Валентина Кириллина: Якутяне внесли

Активация чтобы активировать раздел "Панель"

Рисунок 13 – <http://ysia.ru/sahaya-potapova-podderzhka-so-storony-gosudarstva-stimuliruet-meditsinskih-rabotnikov/>

## ПРИЛОЖЕНИЕ С


ysia.ru  
#Работавдома

РУБРИКИ ▾ СПЕЦПРОЕКТЫ ▾ КВИЗ ФОТО ЯКУТИИ ГОРДОСТЬ ЯКУТИИ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМ 🔍

Главное

### Власти республики взяли на контроль строительство проблемного дома в Якутске

ЯСИА · 17.05.2020 18:00



Вопрос завершения строительства жилого дома по улице Кальвица в Якутске застройщика ООО «Строймонтаж-2002» обсудили на совещании у и.о. первого заместителя председателя правительства республики Кирилла Бычкова, передает ЯСИА со ссылкой на пресс-службу главы и правительства региона.

Многоквартирный жилой дом с сокультбытом по ул. Кальвица в квартале 43 города Якутска включен в Единый реестр проблемных объектов в связи с нарушением сроков завершения строительства.

Как сообщил министр строительства Якутии Павел Кылатчанов, количество

**Главное за сутки**

- Алексей Колодезников: Упор в новом указе президента сделан на улучшение качества...  
27.06.2020 20:33
- Ольга Балабкина: Президент в указе о развитии Дальнего Востока поставил достижимые...  
27.06.2020 19:00
- Как построить хендмейд-бизнес в Якутске? История успеха украшений из дерева от...  
27.06.2020 18:00

**Все главные новости**

**Новости**

- Александр Жирков провел суженное заседание оргкомитета Высших Олонхо в Олекминском районе  
ЯСИА · 27.06.2020 20:13
- Айсен Николаев в Чульмане Нерюнгринского района возложил цветы к монументу в честь 75-летия Победы  
ЯСИА · 27.06.2020 19:39
- Владимир Сивцев: Ожидаем поддержки федерального центра по инфраструктурным проектам  
ЯСИА · 27.06.2020 19:30

Рисунок 14 – <http://ysia.ru/stroitelstvo-problemnogo-doma-na-kalvitsa-na-osobom-kontrole-pravitelstva-yakutii/>

## ПРИЛОЖЕНИЕ Т

The screenshot displays the website ysia.ru. At the top, there is a blue banner for "Страхование детей на время каникул" (Children's insurance for vacation time) with the logo of "ЮГОРИЯ СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ" (YUGORIA Insurance Company). Below the banner is a red navigation bar with the website name "ysia.ru" and various menu items like "РУБРИКИ", "СПЕЦПРОЕКТЫ", "КВИЗ", "ФОТО ЯКУТИИ", "ГОРДОСТЬ ЯКУТИИ", and "РЕКЛАМОДАТЕЛЯМ".

Below the navigation bar, there is a section for "ГЛАВНЫЕ ТЕМЫ" (Main Topics) with "Коронавирус" (Coronavirus) highlighted. To the right, there are links for "ГОРОСКОП | ИНФОГРАФИКА | ТЕСТЫ | МЕДИА-ЦЕНТР".

A large blue banner for "1 ИЮЛЯ" (1 July) is featured, announcing "Общероссийское голосование по поправкам к Конституции Российской Федерации" (All-Russian voting on amendments to the Constitution of the Russian Federation).

The main content area is divided into two columns. The left column, titled "Главное" (Main), shows a photo of a person on a reindeer carrying a box labeled "ВЫБОРЫ Якутия №1" (Elections Yakutia No. 1). The right column, titled "Погода в Якутске" (Weather in Yakutsk), shows a temperature of +25°C and a "Новости" (News) section with headlines about the Yakutia head's meeting and a photo of a commission working with reindeer herders.

Рисунок 15 – <http://ysia.ru/>

## ПРИЛОЖЕНИЕ У

### Айсен Николаев призвал мэрию Якутска строго контролировать ограничительные меры в городе



© 21:13 30 апреля 2020 г. Якутия Daily

Особенно сложная обстановка сейчас в Якутске. Почти все случаи — это внутренние заражения по семейным или рабочим контактам. Есть случаи, когда источник не установлен, сказал 30 апреля в своем обращении Глава Якутии Айсен Николаев.

В этой ситуации, по словам Николаева, необходимо активно включиться администрации Якутска — оперативно принимать ограничительные меры, строго контролировать их исполнение. «Для этого есть все полномочия», — подчеркнул Ил Дархан.

«Я понимаю, что все устали, что многие теряют доходы. Но других мер борьбы с коронавирусом нет», — сказал Глава республики.

В режиме самоизоляции, по его мнению, необходимо уделить больше внимания семье, чаще заниматься с детьми, проявить заботу о пожилых родственниках.

Он также предупредил о нежелательности визитов к ним, если родственники не живут вместе с вами: «Но можно чаще звонить им, заказать продукты и лекарства».

Глава республики также подчеркнул, что в это непростое время якутяне проявляют примеры взаимовыручки, искреннего участия и поддержки.

«Я уверен, что эта ситуация многому нас научила и мы с достоинством пройдем это

Поиск...

#### ТОП 5 НОВОСТЕЙ

Якутия получила вторую партию реанимобилей  
Пятница, 28 июня, 2020 19:07

Выплаты детям от 3 до 7 лет: ответы на самые популярные вопросы  
Вторник, 26 мая, 2020 15:05

Квадратные метры или деньги. Как в Якутии решаются проблемы с дольщиками  
Суббота, 27 июня, 2020 09:01

Коронавирус стали выявлять в северных районах Якутии  
Четверг, 25 июня, 2020 18:59

Госавтоинспекция Якутии переходит на усиленный режим работы  
Четверг, 25 июня, 2020 17:53

#### ОБСУЖДАЕМОЕ

Выплаты детям от 3 до 7 лет: ответы на самые популярные вопросы  
Вторник, 26 мая, 2020 15:05

Якутяне собирают подписи за восстановление звания Героя Советского Союза Ивану Кульбертинову  
Пятница, 8 марта, 2020 16:37

Орденосная Тина Николаевна Лебедева. К 80-летию со дня рождения  
Среда, 10 июня, 2020 07:27

В Якутии намерены выкупать у владельцев аварийное жилье по 50 тысяч рублей за квадратный метр  
Вторник, 17 сентября, 2019 18:17

Ограничительные меры в Якутии будут продлены еще на две недели после 31 мая  
Среда, 27 мая, 2020 17:49

Рисунок 16 – <https://yakutia-daily.ru/ajsen-nikolaev-prizval-meriyu-yakutsk-a-strogo-kontrolirovat-ogranichitelnye-mery-v-gorode/>