

Научная статья  
УДК 366.636

## «ФЕНОМЕНАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ»: МЕССЕНДЖЕР WHATSAPP В ОПТИКЕ МАССМЕДИА

Туяра Афанасьевна Павлова

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Якутск, Россия  
SPIN-код: 5731-9827, ORCID: ORCID 0009-0005-9940-2599, tuyarisp@yandex.ru

**Аннотация.** В рамках данной работы рассматривается отражение распространения мессенджера WhatsApp (принадлежит признанной на территории РФ экстремистской и запрещенной компании Meta) в материалах СМИ в Республике Саха (Якутия), одном из крупнейших регионов России. Значительная часть Якутии расположена в Арктической зоне РФ. Для республики характерны большие расстояния, удаленность районных центров от других населенных пунктов в муниципальных образованиях. Несмотря на то, что власти республики уделяют значительное внимание вопросам цифровизации, Якутия остается регионом, где доступ к интернету неравномерен ввиду дороговизны его подключения: в селах пользование информационной телекоммуникационной сетью возможно только в административных зданиях, школах, библиотеках. Единственной доступной альтернативой в сложившихся условиях является использование мобильной точки доступа в интернет. Исходя из этого, WhatsApp стал для проживающих в районах якутян основным средством взаимодействия в интернете. Путем контент-анализа публикаций СМИ фиксируется особая значимость приложения для якутского общества: жители республики массово общаются и работают посредством мессенджера. Стоит внимания и тот факт, что в СМИ Якутия рассмотрена как первый регион со столь широким распространением WhatsApp среди населения. СМИ объясняют такую популярность, выделяющую кейс Якутии среди других регионов РФ тем, что помимо общения, его используют и для решения утилитарных задач: найти, продать, купить и пр. Следовательно, предложено рассматривать WhatsApp в Якутии как полноценную замену новых медиа (сайтов и социальных сетей). Автор заостряет внимание на том, каким образом массово обсуждаемые в якутских группах сообщения влияют на общественно-политическую обстановку в регионе. Это закономерно привлекает внимание властей и правоохранительных органов. Важность занимаемой в Якутии роли мессенджера и влияния его онлайн-пространства на жизнь офлайн требует дальнейшего изучения.

**Ключевые слова:** мессенджеры, WhatsApp, СМИ, Республика Саха (Якутия), медиасистема.

Original article

## «PHENOMENON EFFECT»: WHATSAPP MESSENGER FROM THE PERSPECTIVE OF MASS MEDIA

Tuyara A. Pavlova

North-Eastern Federal University in Yakutsk, Yakutsk, Russia  
SPIN-code: 5731-9827, ORCID: ORCID 0009-0005-9940-2599, tuyarisp@yandex.ru

**Abstract.** The article considers the reflection in media materials the spread of the WhatsApp messenger (owned by the extremist and banned Meta company recognized in the territory of the Russian Federation) in the Republic of Sakha (Yakutia), one of the largest regions of Russia, is considered. A significant part of Yakutia is located in the Arctic zone of the Russian Federation. The republic is characterized by long distances, the remoteness of regional centers from other settlements in municipalities. Despite the fact that the authorities of the republic pay considerable attention to digitalization issues, Yakutia remains a region where Internet access is uneven due to the high cost of its connection: in villages, the use of an information telecommunication network is possible only in administrative buildings, schools, libraries. The only available alternative in these circumstances is to use a mobile Internet access point. Based on this, WhatsApp has become the main

means of interaction on the Internet for Yakut residents living in the districts. Through content analysis of media publications, the special significance of the application for the Yakut society is fixed: residents of the republic communicate and work en masse via messenger. It is also worth noting that Yakutia is considered in the media as the first region with such a wide spread of WhatsApp among the population. The media explain this popularity, which distinguishes the Yakutia case from other regions of the Russian Federation, by the fact that, in addition to communication, it is also used to solve utilitarian tasks: to find, sell, buy, etc. Therefore, it is proposed to consider WhatsApp in Yakutia as a full-fledged replacement for new media (websites and social networks). The author focuses on how the messages widely discussed in Yakut groups affect the socio-political situation in the region. This naturally attracts the attention of the authorities and law enforcement agencies. The importance of the messenger's role in Yakutia and the impact of its online space on offline life requires further study.

**Keywords:** messengers, WhatsApp, mass media, Republic of Sakha (Yakutia), media system

**Введение.** Республика Саха (Якутия) представляет интересный кейс распространения интернета. Регион характеризуется сложными климатическими условиями, большими расстояниями между муниципальными районами, удаленностью населенных пунктов от районного центра и друг от друга. Несмотря на это, региональные власти уделяют цифровизации и развитию технологической инфраструктуры большое внимание [Аргылов, 2019: 149]. Однако ввиду сложности проведения работ доступ к скоростному интернету есть не во всех муниципальных образованиях: в столице республики и центральных районах возможности интернета позволяют идти в ногу с регионами европейской части России (онлайн-шопинг, видеостриминг, дистанционное обучение и т.п.), в более удаленных районах таких возможностей не имеется, а климатические условия непосредственно влияют на скорость и качество интернета даже в административных зданиях. Позитивную тенденцию для развития инфраструктуры и появления высокоскоростного интернета имеют районы, на территории которых располагаются крупные компании-недропользователи, требующие постоянного улучшения технологий производства.

Якутия стала первым регионом страны, где оптоволоконная связь появилась раньше железной дороги: ранее линии всегда прокладывались вдоль железных дорог, а на участке Якутск – Нижний Бестях сегмент сети был построен с переходом через реку Лену по воздушным линиям электропередачи. Осуществила это в 2012 году компания «ТрансТелеКом» (ТТК). До этого в регионе существовали только радиорелейные сети (Якутия не подкачет: как сказывается приход оптоволоконного интернета в республике // EastRussia. Режим доступа: [https://www.eastrussia.ru/material/yakutiya\\_ne\\_podkachaet/](https://www.eastrussia.ru/material/yakutiya_ne_podkachaet/)).

Дальнейшее развитие связано с возможностью на основе ВОЛС развивать и другие стандарты связи. В последующие годы, когда федеральные операторы связи – МТС, «Мегафон» и «Билайн» – расширили географию зон покрытия сети, бурно начинает развивается мобильный интернет на территории республики. В конце 2013 года министерство связи и информационных технологий РС (Я) отчитывается, что сотовой связью охвачено 383 населенных пункта, в которых проживало 95,7% от общей численности населения. О темпах роста показателя можно судить по данным к началу 2013 года, когда сотовая связь охватывала 321 населенный пункт (88,8% населения) 9Отчет Министерства связи и информационного развития Республики Саха (Якутия) за 2013 год. Режим доступа: <https://mininnovation.sakha.gov.ru/teksti-vistuplenii>). Интересно, что по данным 2014 года более чем 200 населенных пунктах единственным оператором связи являлся «Билайн». Значимость развития мобильной связи приводит автор EastRussia, ссылаясь на Минсвязи Якутии, которые отмечают социальную значимость проектов мобильных операторов, приводя в пример факт покрытия мобильной сетью трассы «Лена» (Невер – Якутск), долгое время называемую «дорога смерти» (Якутия не подкачет: как сказывается приход оптоволоконного интернета в республике // EastRussia. Режим доступа: [https://www.eastrussia.ru/material/yakutiya\\_ne\\_podkachaet/](https://www.eastrussia.ru/material/yakutiya_ne_podkachaet/)). Развитие мобильной связи позволило жителям отдаленных районов получать постоянный доступ к интернету. И если жители Якутска и центральных районов являются скорее уверенными пользователями компьютера и интернета ввиду его доступности, то пользователи, редко имеющие доступ к интернету, в онлайн-пространстве не чувствуют себя так же комфортно. Глава дальневосточного отделения «Мегафон» в 2014 году называл

Якутию одним из «самых качающих трафик» регионов и отмечал широкое распространение в республике смартфонов (Якутия не подкачет: как сказывается приход оптоволоконного интернета в республике // EastRussia. Режим доступа: [https://www.eastrussia.ru/material/yakutiya\\_ne\\_podkachaet/](https://www.eastrussia.ru/material/yakutiya_ne_podkachaet/)).

Таким образом, актуальность обращения к теме кроется в необходимости фиксировать и анализировать отличия использования интернета в разных регионах страны, уделять внимание тому, как аудитория использует те или иные возможности интернета для улучшения своей ежедневной жизни, рассмотреть предпочтения пользователей с учетом условий их проживания, исследовать особенности цифрового медиапотребления якутян. В данной работе акцентируется внимание на том, как СМИ отражают массовое распространение WhatsApp в Якутии, какое влияние приложение оказывает на общественно-политическую жизнь в регионе. Также ставится вопрос о возможности рассмотрения мессенджера как основного канала получения новостей и общения, то есть фактической замены СМИ и иных социальных сетей для якутян, что немаловажно с учетом тенденции к глобальной цифровизации общества, меняющей привычные сферы и приводящей к появлению в них новых понятий [Вартанова, 2022: 14].

В Якутии в соответствии с мировыми тенденциями фиксируется растущая роль интернета для СМИ: появляются сайты, приложения, группы в социальных сетях. Становится актуальным вопрос об изменении «повестки дня», теперь ее формируют не СМИ, а цифровые социальные медиа [Салихова, 2022: 85].

Современные способы передачи информации, которые становятся частью обыденной жизни людей, предоставляют новые возможности коммуникации посредством социальных сетей, мессенджеров, сайтов [Кривоносов (ред), 2021: 17]. Медиаконтент поступает к пользователям через носимую телефонию. Российская молодежь идентифицирует смартфон как продолжение личного пространства, средство самоидентификации и самовыражения [Дунас, 2020: 19].

Мессенджеры – платформы для обмена сообщениями в реальном времени. Если в 2000-ые годы мессенджеры устанавливались на компьютер (например, ICQ, Skype), то с развитием мобильного интернета они перешли на смартфоны. Отличительным свойством мессенджеров является то, что потребитель выступает здесь как субъект воспроизведения информации, ее продвижения (репосты) и обратной связи (реакции) [Посталовский, 2024: 33]. В практике отмечается опыт Facebook (принадлежит признанной на территории РФ экстремистской и запрещенной компании Meta) и «ВКонтакте», выделивших мессенджеры, долгое время существовавшие как часть этих социальных сетей, в отдельное направление своей работы. Имея свои особенности и являясь отличными от социальных сетей платформами для коммуникации, мессенджеры обладают некоторыми функциями традиционных медиа – позволяют обмениваться информацией и предоставляют пользователям возможность коммуникации [Начарова, 2024: 498].

Помимо повседневной жизни мессенджеры так же активно используются и в бизнес-сфере, где платформы предлагают дополнительный канал для интерактивного общения с клиентами и получения обратной связи. Многие, помимо предоставления возможности работать посредством телефона, обеспечивают доступ и к версии приложений для браузеров. Среди сфер, в которых наиболее активно используются мессенджеры для работы, отмечаются СМИ [Степанова, 2018: 128]. Как и в других областях, в повседневной работе специалистов медиасфера мессенджеры становятся некой площадкой для выстраивания профессиональной коммуникации, обмена не только личными сообщениями, но и документами.

Журналисты Якутии оценивают WhatsApp как «мощнейшую платформу для обмена данными» и делятся, что он используется даже для проведения интервью [Аргылов, 2017: 79]. Учителя республики нашли в мессенджере онлайн-площадку для профессионального общения. В качестве примера можно привести группу учителей физики, где коллеги из разных районов Якутии обсуждают новости сферы образования, проведение уроков, работу со школьниками и др. Интересно, что в рамках сетевого сообщества учителя провели смотр кабинетов физики в разных школах с целью обмена опытом, а также реализовали несколько проектов [Малгаров, 2015: 109]. На примере Якутии можно рассмотреть, как формируются особенности медиапотребления, как мессенджеры, в том числе и появившийся в 2009 году WhatsApp, влияют на медиасистему и на другие сферы жизни. С учетом все более растущего влияния интернета данный вопрос требует дальнейшего осмысливания.

**Материалы и методы исследования.** Эмпирическую базу исследования составляют публикации в СМИ, отражающие роль мессенджера WhatsApp в Республике Саха (Якутия). Приводятся статьи публикуемых на территории Якутии изданий, найденные в поисковом ресурсе Национальная библиотека РС(Я) по ключевому слову «WhatsApp», а также публикации интернет-изданий (n17). В результате поиска отобраны статьи, отражающие основные факторы обращения жителей региона к данному мессенджеру. Проведен контент-анализ публикаций начиная с 2012 года, когда WhatsApp получил широкое распространение в республике, задавая ранний тренд на общероссийскую популярность, по 2020 год. Данное разграничение связано с необходимостью учитывать, как меняется роль интернета и всего, что с ним связано, с наступлением пандемии.

**Роль WhatsApp для жителей Якутии в материалах СМИ.** В Республике Саха (Якутия) распространение среди пользователей WhatsApp началось более десяти лет назад. Еще в 2012 году издание для школьников на якутском языке «Кэскил» подробно описывает функционал WhatsApp и его преимущества: «Где бы ты ни находился – на севере, юге, даже если доберешься до самых глубинок или спрячешься в тайге – ты можешь быть на связи откуда угодно» (пер. с якутского языка автора) (WhatsApp // «Кэскил». 2012. От 27 ноября. С. 9). В публикации подробно объясняется принцип работы мессенджера, из чего следует вывод, что на момент ее выхода WhatsApp еще не был знаком всем якутянам. Фиксируется распространенное в обществе опасение, что мессенджер станет платным – основным аргументом автор указывает то, что распространение WhatsApp не выгодно сотовым операторам.

О том, что «мессенджер заменяет якутянам Twitter» писал Secret Mag в 2014 г., отмечая «прорыв WhatsApp в Якутии» и замену мессенджером местного общества локальных медиа (Как Якутия совершила прорыв в WhatsApp: Технологии // Секрет фирмы. Режим доступа: [https://secretmag.ru/trends/tendencies/whatsapp\\_yakutsk.htm](https://secretmag.ru/trends/tendencies/whatsapp_yakutsk.htm)). В 2016 г. Lenta.ru называет мессенджер объединяющим якутян фактором: «Батсаап» объединяет большинство жителей Якутии – от оленевода до главы республики» («Такой вот «Батсаап», однако... Мессенджер по-якутски – электронная демократия, оленина и котики в одном флаконе» // Lenta.ru. Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2016/09/02/whatsapp/>). Автор четко обозначает, что для республики WhatsApp является не просто средством общения, но и инструментом гражданского общества. Приведен пример решения проблем обычных людей посредством распространения информации в мессенджере: помочь с продажей товара приезжему мужчине, постановка диагноза при помощи пересланного рентгеновского снимка, координация при поиске потерявшихся в лесу людей и др. Среди героев, с которыми беседовал автор материала, были государственные служащие, представитель Якутской епархии.

Lenta.ru приводит слова одного из интервьюируемых: «WhatsApp – феноменальное явление». Газета «Якутия» в 2015 году предполагает, что Якутия с развитием WhatsApp стала первой среди регионов страны, показав следующую модель общения в социуме: «Сами того не подозревая, мы показали, как выглядит следующий этап... Где общение из социума ушло в мессенджеры» (WhatsApp-mania якутян // Якутия». 2015. № 85 (33019). С. 14). Издание Coda в материале о WhatsApp в 2018 году говорит о значимости мессенджера в повседневности якутян, о том, что он является незаменимой частью быта жителей, помогает решать проблемы, текущие вопросы и поддерживать социальные связи. Также в статьях были затронуты и социальные проблемы – описано, что посредством мессенджера жители удаленных населенных пунктов с запретом на продажу алкоголя заказывают его из города. Описан кейс с использованием WhatsApp в предвыборной агитации, когда в результате трехмесячной работы в мессенджере кандидат смог занять второе место по итогам выборов. Упоминается, что республиканские власти с учетом этого опыта начали поддерживать проект Ulusmedia, собирающий новости со всех районов и специально адаптированный под функциональные возможности WhatsApp. Ресурс о мобильных телефонах и технологиях 4PDA в 2019 году зафиксировал значение WhatsApp для Республики Саха: «Главный мессенджер планеты заменил привычный интернет» (Мемы в тундре. Как WhatsApp заменил якутам интернет // 4PDA. Режим доступа: <https://4pda.to/2019/07/19/359311/>).

Газета «Якутия» в 2017 году отмечает, что группы в мессенджере для жителей республики перестают быть просто виртуальным пространством, а скорее воспринимаются как продолжение реального («WhatsApp»-ные баталии» // Якутия. 2017. №4 (33236). С. 15). «WhatsApp победил телевизор» – пишет газета «Якутия» после успешной кампании кандидата в президенты РФ Павла Грудинина в 2018 году с привлечением мессенджера, цитируя московского политолога Константина Калачева

(WhatsApp победил телевизор // Якутия. 2018. № 11 (33924). С.3). Роль мессенджера в вышеуказанном направлении отмечает и ТАСС в материале об итогах президентских выборов на Дальнем Востоке (Путин лидирует по итогам голосования на Дальнем Востоке // ТАСС. 2018. Режим доступа: <https://tass.ru/politika/5043971>).

Далее рассмотрим, как СМИ описывают группы WhatsApp. Автор 4PDA отмечает скачок развития местного «Якнета» из-за дороговизны выхода в интернет и появившуюся у жителей региона со временем распространения локального интернета привычку «кучковаться». Эта манера поведения сохранилась и в период пользования WhatsApp, что привело к росту популярности групп. Изданием «Якутия» в 2015 году было озвучено среднее число групп в WhatsApp у одного якутянина – тринадцать. Рекордное их количество было зафиксировано у одного из жителей Якутска – 79 сообществ, 50 из которых активные. Благодаря большому количеству групп по интересам, пишет Coda, мессенджер заменяет якутянам телевизор – по вечерам жители деревень просматривают чаты с богатым мультимедийным контентом. Lenta.ru подметили, что в группах можно не только общаться, но и использовать их, к примеру, для продажи товаров и т.д. Еще одна интересная особенность популярности групп в WhatsApp подмечена изданием Secret Mag: востребованность в сообществе мессенджера локального контента – открыток на якутском языке и др.

В 2016 году издание «Наш университет» обращается к психологам, чтобы составить портрет активного пользователя WhatsApp (WhatsApp: психология репостов // Наш университет. 2016. №4 (170). С. 5). Отмечается, что рассылкой в мессенджере, в основном, занимаются люди с большим количеством свободного времени и экстерналы – те, кто склонен искать причины происходящему в их жизни вовне, и что интернет-пространство позволяет самовыражаться даже тем, кто за пределами экрана имеет коммуникативные барьеры. Большое количество групп, в которых состоит человек, может говорить о стремлении все контролировать и желании избежать чувства одиночества. При этом группы WhatsApp, которым характерен внутренний порядок, свои правила и т.д. рассматриваются как отдельные, имеющие свои ценности социальные объединения.

Газетой «Вести Верхоянья» в 2016 году опубликовано интервью с администратором популярной WhatsApp-группы (Какого быть администратором группы WhatsApp? // Вести Верхоянья. №65 (10034). С. 3). Девушка отметила, что эта роль обеспечивает ей специфический социальный статус: «Благодаря этой группе со мной на улице многие здороваются, улыбаются незнакомые мне люди». Она также поделилась случаем, когда при помощи WhatsApp-рассылки жители поселка смогли собрать деньги на операцию для больного ребенка.

«Якутия» в 2017 году описывает ситуацию, произошедшую в одной из тематических групп автомобилистов Якутска с аудиторией в 256 человек, когда пользователи устроили конфликт из-за права управления сообществом. На примере этого случая можно выдвинуть предположение о значимости статуса администратора WhatsApp-группы для людей. В целом обстановка в группах описывается ресурсом 4PDA как дружеская и даже семейная, когда пользователи делят вместе радостные и грустные моменты, рассуждают и общаются.

В издании коренных народов Севера «Илкэн» в 2018 году отражена практика использования групп WhatsApp для сохранения эвенкийского языка (WhatsApp для родного языка // «Илкэн. 2018. №11 (ноябрь). С. 5). Со ссылкой на школьного учителя сообщается о функционировании групп, в которых аудитория взаимодействует друг с другом посредством эвенкийского языка. Администраторы и участники публикуют в сообществе задания, которые затем выполняются в течение дня. В качестве примера приведено задание выучить популярную песню и исполнить ее, отправив в группу голосовым сообщением. Автор статьи утверждает, что подобные группы созданы эвенами и юкагирами Якутии. Такие сообщества функционируют и в других регионах страны. «Сети объединяют сородичей по всей России» – пишет «Илкэн».

Из-за значимости групп WhatsApp для общества мессенджер привлекает внимание региональных властей и правоохранительных органов. Это неоднократно отмечалось СМИ. Secret Mag описал практику оперативной связи МВД с журналистами при помощи группы в WhatsApp. Здесь следует подчеркнуть одну из проблем, сопровождающих популярность мессенджера, – распространение фейков. Одним из привлекающих внимание аудитории «жанров новостей» в этой связи называют некро-

логи известным якутянам. Наличие фейков в онлайн-пространстве обусловлено невозможностью отследить автора и отправителя заведомо ложной информации. Об этом пишет и Lenta.ru. Автор материала подчеркивает широкую распространенность фейков и повышенное ввиду этого внимание, уделяемое мессенджеру местным МВД: ведется мониторинг рассылаемых сообщений и молодежных групп, благодаря чему удается пресечь конфликты, в том числе и на национальной почве. 4PDA фиксирует активное использование онлайн-сообществ не только для личного общения, но и для работы: журналисты и представители властей внимательно мониторят мессенджер. Личное знакомство и связь через WhatsApp заменяет журналистам традиционный путь запроса информации. Один из респондентов, местный журналист, делится информацией о том, что якутяне привыкли к фейкам в мессенджере и научились с ними бороться доступными им методами, например, уточняя первоисточник.

«Наш университет» также предпринял попытку разобраться в причинах спроса на новости, распространяющиеся через WhatsApp. Одним из выделенных факторов называют клиповость мышления. Автором фиксируются особенности языка популярных сообщений в мессенджере: отсутствие этичности речи, краткость, использование ярких заголовков скандального характера, прибегание к запугиванию и преувеличению фактов, что характерно для целенаправленного привлечения к публикуемой информации как можно большего внимания пользователей. Однако при этом автор озвучивает тезис и о постепенном снижении числа людей, которые верят рассылке в мессенджере.

В завершение контент-анализа публикаций о WhatsApp, рассмотрим, какие причины популярности мессенджера выделяются СМИ. В первую очередь отмечается желание сэкономить на средствах связи, так как другие интернет-ресурсы требуют куда более значительных финансовых вложений. Выделяют тезис о простоте интерфейса мессенджера и большом количестве возможностей, которые он предоставляет за сравнительно доступную стоимость мобильного интернета. Важным является и тот факт, что среди мессенджеров WhatsApp появился в Якутии первым. Сказываются и сложности, связанные с климатическими особенностями региона, в периоды преобладания тяжелых погодных условий с помощью мессенджера можно оставаться на связи. «Наш университет» пишет о том, что WhatsApp при своей простоте дает пользователям все, что им нужно: «Большинство функций соцсетей нашему народу не нужны». При этом нужно понимать, что большинство пользователей мессенджера из районов, не относящихся к центральным, не обладают высоким уровнем цифровой грамотности, поэтому в пространстве WhatsApp, где видно, кто и что пересыпает, им комфортно.

**Полученные в ходе анализа результаты исследования.** Подводя итоги проанализированной информации, сформулируем факторы, влияющие на востребованность мессенджера у якутян в репрезентации СМИ:

1. Экономия трафика, возможность использования приложения даже в удаленных населенных пунктах со слабым интернет-сигналом. В условиях, когда возможность выхода в интернет с персонального компьютера доступна только при наличии высокоскоростного подключения, жителям удаленных от центра районов республики было недоступно постоянное пользование услугами интернет-пространства. Например, в 2013 году в Якутске интернет от «Ростелеком» со скоростью до 4 мб/с стоил 2199 рублей в месяц (в Москве и Санкт-Петербурге в это время платили 500-600 рублей в месяц за интернет) (Якутские битвы провайдеров // Московский комсомолец. Режим доступа: <https://yakutia.mk.ru/articles/2013/05/20/856739-yakutskie-bitvyi-provayderov.html>). В 2016 году в г. Мирный минимальный тариф от «Ростелеком» со скоростью 128 кб/с стоил 2100 рублей (Минсвязь Якутии: скорость интернета выросла в 20 раз // Якутия. Инфо. Режим доступа: <https://yakutia.info/article/178694>). Единственной доступной альтернативой в сложившихся условиях является использование мобильной точки доступа в интернет. Немаловажную роль играет и доступность мобильного устройства по сравнению с компьютером;

2. Соответствие менталитету северян: высказывается предположение о том, что жители республики привыкли пользоваться локальным интернетом, общаться в узком кругу. Такое поведение в интернете у якутян сформировалось еще с тех времен, когда активно работал местный «Якнет», люди общались на форумах, читали новости, в том числе и мировые, на местных сайтах.

3. Охват разных аудиторий на одной площадке. В одном мессенджере пользователь может найти весь круг общения – родственников, коллег, друзей по интересам, единомышленников. Это становится решающим фактором в выборе наиболее часто используемого мессенджера.

СМИ подчеркивают роль WhatsApp для гражданского общества, представляют мессенджер не только инструментом ежедневного общения, но и средством, которое действительно помогает обществу: собрать помочь, вызвать резонанс, решить острую проблему. Данная концепция не меняется уже на протяжении десяти лет, что можно наблюдать в собранных и проанализированных в статье публикациях. В подтверждение популярности мессенджера среди жителей региона приводится внимание, уделяемое властными и правоохранительными органами циркулирующему в WhatsApp контенту. Также большее внимание СМИ уделяется попыткам проанализировать происходящее внутри виртуального сообщества мессенджера: кто сидит в группах, кто и почему их администрирует, что это им дает, для чего используются группы.

Представленные материалы СМИ носят аналитический характер. Проведенный анализ дает основание говорить о том, что WhatsApp, в силу своей популярности у населения и при этом малоизученности, притягивал внимание журналистов. Можно заключить, что для якутян WhatsApp является одним из привычных и предпочтаемых каналов обмена информации, личного и профессионального общения. Распространенность WhatsApp стала одной из причин предпочтения этого мессенджера в сферах школьного и дошкольного образования в республике: учителя и воспитатели создают вокруг себя онлайн-комьюнити, включающее родителей, воспитанников и учеников, с его помощью передают домашние задания, проверяют их, обсуждают текущие задачи. Еще одной причиной популярности приложения является возможность его использования даже в удаленных населенных пунктах, где интернет слабо развит, а функциональность WhatsApp позволяет оставаться в информационной среде. Из основной массы доступных мессенджеров WhatsApp является наиболее знакомым мессенджером для жителей Якутии, поэтому власти региона, осознавая это, уделяют ему внимание, следят за распространяемой в онлайн-пространстве информацией и сами используют возможности приложения для связи с населением – например, в одном из материалов упомянута практика рассылки МВД новостей журналистам через WhatsApp-группу.

Внимание федеральных СМИ к факту распространения в регионе WhatsApp, использование таких характеристик, как «феноменальный», а также учитывая, как мессенджер широко используется в якутском обществе, исполняя роль не просто площадки для общения, но выступая виртуальным пространством для решения бытовых вопросов (покупки, поиск нужного, продажи и т.д.) – все это дает основание говорить об исключительной роли мессенджера для общества в регионе.

**Перспективы дальнейшей исследовательской работы.** Опираясь на выделенное в СМИ мнение о важности WhatsApp в якутском обществе, можно предложить зафиксировать феномен распространения этого мессенджера в качестве полноценного дополнения к СМИ (как традиционным, так и новым медиа), рассматривать на одном уровне с социальными сетями и сайтами, а также в качестве замены сервисам электронной торговли и доски объявлений. Становясь органичной частью медиасистемы, мессенджеры используются не только для личного общения, но и в качестве источника получения информации, служат инструментом для рассылки интересной для пользователей информации, пересылки новостей и т.д. Отметим, что СМИ значительное внимание уделяют также и тому, что в Якутии WhatsApp является средством взаимодействия населения и властей, при помощи которого можно, к примеру, доносить неудовлетворенность, призывать к решению актуальных проблем. Мессенджер выступает в качестве проверенного инструмента гражданского общества Якутии, к которому с вниманием относятся власти и правоохранительные органы. Эта тенденция наблюдается как в публикациях десятилетней давности, так и в более актуальных материалах.

Ситуация с WhatsApp в Якутии перекликается с феноменом «поворота к мессенджерам» (messenger turn), когда более доступные для пользователей по сравнению с сайтами мессенджеры становятся полноправным средством медиапотребления. В регионе, где не везде имеется доступ к высокоскоростному интернету для загрузки видеохостингов и других сайтов, WhatsApp становится альтернативой.

WhatsApp стал первым мессенджером в республике в связи с отсутствием конкуренции. Благодаря простоте использования и возможности подключиться из удаленных уголков приложение быстро набрало аудиторию. К моменту прихода в виртуальное пространство республики других мессенджеров, пользователи уже привыкли к функциональным особенностям WhatsApp, где сложилась практика

формирования сообществ у разных социальных групп: родителей детских садов и школ, коллег, друзей и соседей. Помимо этого появились всевозможные группы для объявлений и продажи/покупки вещей. Коренным образом поменять привычки аудитории не удается до сих пор даже с учетом очевидных преимуществ других мессенджеров: так, например, Telegram дает возможность увидеть предыдущие сообщения при вступлении в группу позже других. Предположим, что основной причиной предпочтения WhatsApp для регулярного использования является то, что им пользуются разные социальные группы, а сам мессенджер служит не просто каналом общения, а площадкой, где можно решать утилитарные задачи – покупать и продавать товары, узнавать актуальные новости и т.п.

СМИ отмечают следующие конкурентные характеристики мессенджера: сравнительная доступность мобильного интернета и смартфонов; простота применения WhatsApp и его широкая функциональность; возможность вступить в сообщества по своим интересам, общаться в одном мессенджере как с родными, так и с коллегами, вести как личные беседы, так и групповые. Существует мнение, что WhatsApp способствует привычке якутян общаться в закрытом пространстве (локальной сети). Рекомендуется проведение дальнейших исследований в связи с актуальностью рассмотрения роли WhatsApp в динамике изменяющихся внешних условий (изменения законодательства и др.), развития информационного пространства, в контексте исследований фейковых новостей.

## Список источников

- Аргылов, Н. А. Медиасообщество Республики Саха (Якутия) и власть: идеи свободы, тенденции отрасли, формы взаимодействия (социологический аспект) / Н. А. Аргылов // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2017. №4. С. 77–81.
- Аргылов, Н. А. Медиаполитика Республики Саха (Якутия) в современных условиях: концепция, направления, методы реализации: дисс...канд. полит. наук / Н. А. Аргылов. СПб., 2019. 376 с.
- Бородулина, А. С. «Поворот к мессенджерам»: кейс Сахалинской области / А. С. Бородулина // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемен. 2018. №1. С. 156–172.
- Вартанова, Е. Л. Российская медиасистема в начале 2020 гг.: вызовы эпохи неопределенности / Е. Л. Вартанова, Д. В. Дунас // Меди@льманах. 2022. №6. С. 8–17.
- Дунас, Д. В. Мотивационные факторы медиапотребления «цифровой молодежи» в России: результаты pilotного исследования / Д. В. Дунас, С. А. Вартанов, Д. Ю. Кульчицкая, Е. А. Салихова, А. В. Толоконникова // Вестник МГУ. Сер.10: Журналистика. 2020. С. 3–27.
- Кривоносов, А. Д. Предисловие / А. Д. Кривоносов // Профессиональные компетенции специалиста по медиакоммуникациям в XXI веке: коллективная монография. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского экономического университета, 2021. 227 с.
- Малгаров, И. И. Мобильные мессенджеры как новая площадка для профессионального диалога между педагогами республики / И. И. Малгаров // Педагогический форум «Качественное образование – инвестиции в развитие региона», посвященный 80-летию физико-математического образования в РС (Я) (Якутск, 25–27 марта 2015 г.). Материалы форума. М.: Мир науки, 2015. С. 108–109.
- Начарова, Л. И. Мессенджеры: новые медиа или эволюционный этап развития социальных сетей? / Л. И Начарова // Мир науки, культуры, образования. 2024. №2 (105). С. 497–499.
- Посталовский, А. В. Социальные медиа как атрибут платформенной цифровой экономики: социологический

анализ / А. В. Посталовский // Наука и инновации. 2024. №8 (258). С. С. 32–35.

Салихова, Е. А. Алгоритмические рекомендательные системы и цифровые медиаплатформы: теоретические подходы / Е. А. Салихова, С. А. Вартанов, А. А. Гладкова, Д. В. Дунас // Информационное общество. 2022. №6. С. 84–95.

Стефанова, Н. А. Мессенджеры как цифровой бизнес-инструмент / Н.А. Стефанова, К.О. Шматок // Карельский научный журнал. 2018. Т. 7. №2 (23). С. 127–129.

## References

- Argylov, N. A. (2017) Mediasoobshchestvo Respubliki Sakha (Yakutiya) i vlast': idei svobody, tendentsii otrsli, formy vzaimodeystviya (sotsiologicheskiy aspekt) [Media community of the Republic of Sakha (Yakutia) and power: ideas of freedom, industry trends, forms of interaction (sociological aspect)]. *Vestnik VGU. Seriya: filologiya. Zhurnalistika* [Bulletin of the VSU. Series: Philology. Journalism], 4: 77–81.
- Argylov, N. A. (2019) Mediapolitika Respubliki Sakha (Yakutiya) v sovremennykh usloviyakh: kontsepsiya, napravleniya, metody realizatsii: diss...kand. polit. nauk. [Media policy of the Republic of Sakha (Yakutia) in modern conditions: concept, directions, methods of implementation: thesis... PhD in political science]. SPb. : 376.
- Borodulina, A. S. (2018) «Povorot k messendzheram»: keys Sakhalinskoy oblasti ["Turn to Messengers": The Case of the Sakhalin Region]. *Monitoring obshchesvennogo mneniya: Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremen* [Monitoring Public Opinion: Economic and Social Changes], 1; 156–172.
- Dunas, D.V., Vartanov, S.A., Kul'tsichkaya, D.YU., Salikhova, YE.A., Tolokonnikova, A.V. (2020) Motivatsionnyye faktory mediapotrebleniya «tsifrovoy molodezhi» v Rossii: rezul'taty pilotnogo issledovaniya [Motivational factors of media consumption among the 'digital youth' in Russia: results of a pilot study]. *Vestnik MGU. Ser.10: Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow State University. Ser. 10: Journalism]: 3–27.

- Krivenosov, A. D. (2021) *Predisloviye* [Preface]. *Professional'nyye kompetentsii spetsialista po mediakommunikatsiyam v XXI veke: kollektivnaya monografiya* [Professional competencies of a media communications specialist in the 21st century]. SPb., Izd-vo Sankt-Peterburgskogo ekonomicheskogo universiteta [Publishing House of Saint Petersburg State University of Economics]: 227.
- Malgarov, I. I. (2015) *Mobil'nyye messendzhery kak novaya ploshchadka dlya professional'nogo dialoga mezhdu pedagogami respubliki* [Mobile messengers as a new platform for professional dialogue among educators of the republic]. *Pedagogicheskiy forum «Kachestvennoye obrazovaniye – investitsii v razvitiye regiona», posvyashchennyi 80-letiyu fiziko-matematicheskogo obrazovaniya v RS (YA)* (Yakutsk, 25-27 marta 2015 g.). Materialy foruma [The Educational Forum 'Quality Education - Investments in the Development of the Region', dedicated to the 80th anniversary of physical and mathematical education in the Republic of Sakha (Yakutia) (Yakutsk, March 25-27, 2015)]. M., Mir nauki [The World of Science]: 108–109.
- Nacharova, L. I. (2024) *Messendzhery: novyye media ili evolyutsionnyy etap razvitiya sotsial'nykh setey?* [Messengers: new media or an evolutionary stage in the development of social networks?] *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* [The World of Science], 2: 97–109.
- [The world of science, culture, education], 2 (105): 497–499.
- Postalovskiy, A. V. (2024) *Sotsial'nyye media kak atribut platformennoy tsifrovoy ekonomiki: sotsiologicheskiy analiz* [Social media as an attribute of platform digital economy: a sociological analysis]. *Nauka i innovatsii* [Science and Innovation], 8 (258): 32–35.
- Salikhova, YE.A., Vartanov S.A., Gladkova A.A., Dunas D.V. (2022) *Algoritmicheskiye rekomendacii i tsifrovyye mediaplatformy: teoreticheskiye podkhody* [Algorithmic recommendation systems and digital media platforms: theoretical approaches]. *Informatsionnoye obshchestvo* [Information society], 6: 84–95.
- Stefanova, N. A., Shmatok K. O. (2018) *Messendzhery kak tsifrovoy biznes-instrument* [Algorithmic recommendation systems and digital media platforms: theoretical approaches]. *Informatsionnoye obschestvo* [Information society], 7, 2 (23): 127–129.
- Vartanova, YE. L., Dunas, D.V. (2022) *Rossiyskaya mediasistema v nachale 2020 gg.: vyzovy epokhi neopredelennosti* [Messengers as a digital business tool]. *Karel'skiy nauchnyy zhurnal* [Karelian Scientific Journal], 6: 8–17.

© Павлова Т.А., 2025

### Информация об авторе:

**Павлова Туяра Афанасьевна** – начальник пресс-службы, Северо-Восточный федеральный университет, ул. Белинского, д.58, Якутск, Россия, 677000. Сфера научных интересов: история интернета, интернет-исследования, региональная медиасистема. Вклад автора: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

Вклад автора: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта. О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось. Поступила 14.03.2025; принята после рецензирования 24.04.2025; опубликована онлайн 14.05.2025.

### Information about the author:

**Tuyara A. Pavlova** – Head of the Press Office, North-Eastern Federal University, Belinskogo street, 58, Yakutsk, Russia, 677000. Research interest: internet history, internet research, regional media system. Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

Author contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version. No conflicts of interest related to this publication were reported. Received 14.03.2025; adopted after review 24.04.2025; published online 14.05.2025.