

**ВЕСТНИК ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ
НАУК**

2024, Том 4, № 3

Подписано к публикации: 29.03.2024

Главный редактор журнала

Балута Анастасия Анатольевна, доктор филологических наук, доцент

Члены редакционной коллегии

Атаев Борис Махачевич (РФ, г. Махачкала) – доктор филологических наук, профессор
Богданова Ольга Владимировна (РФ, г. Санкт-Петербург) – доктор филологических наук, профессор
Биданюк Марзият Мугдиновна (РФ, г. Майкоп) – доктор филологических наук
Гасанова Узлипат Усмановна (РФ, г. Махачкала) – доктор филологических наук, профессор
Горишунов Юрий Владимирович (РФ, г. Бирск) – доктор филологических наук, профессор
Гумовская Галина Николаевна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Дергачева Ирина Владимировна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Епифанцева Наталия Глебовна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Жирова Ирина Григорьевна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Закирова Елена Сергеевна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Захарова Виктория Трофимовна (РФ, г. Нижний Новгород) – доктор филологических наук, профессор
Зумбулидзе Ия Гурамовна (Грузия, г. Кутаиси) – доктор филологических наук, профессор
Ибрагимова Мариза Оглановна (РФ, г. Махачкала) – доктор филологических наук, доцент
Лисицкая Лариса Григорьевна (РФ, г. Армавир) – доктор филологических наук, профессор
Лиходкина Ирина Александровна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, доцент
Мазирка Ирина Олеговна (РФ, г. Мытищи) – доктор филологических наук, профессор
Маркова Елена Ивановна (РФ, г. Петрозаводск) – доктор филологических наук
Мощева Светлана Васильевна (РФ, г. Иваново) – доктор филологических наук, доцент
Наджиева Флора Султан гызы (Азербайджан, г. Баку) – доктор филологических наук, профессор
Никитина Татьяна Геннадьевна (РФ, г. Псков) – доктор филологических наук, профессор
Окорокова Варвара Борисовна (РФ, г. Якутск) – доктор филологических наук, профессор
Павлова Елена Касимовна (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, доцент
Павлова Ольга Александровна (РФ, г. Краснодар) – доктор филологических наук, доцент
Рзаев Фикрет Чингиз оглу (Азербайджан, г. Баку) – доктор филологических наук, профессор
Рогалёва Елена Ивановна (РФ, г. Псков) – доктор филологических наук, доцент
Степанова Надежда Сергеевна (РФ, г. Курск) – доктор филологических наук, доцент
Султанбаева Хадиса Валиевна (РФ, г. Уфа) – доктор филологических наук, доцент
Толкачев Сергей Петрович (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор
Цветова Наталья Сергеевна (РФ, г. Санкт-Петербург) – доктор филологических наук, доцент

«Вестник филологических наук» включен в перечень ВАК с 20.12.2022г., Elibrary.ru.

Адрес редакции, издателя: 308024, Белгородская обл., г. Белгород, ул. Костюкова 12а-132

Регистрационный номер СМИ: Эл № ФС77-84021 выдан 11 октября 2022г. Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ISSN 2782-5329 (online)

Е-mail: info@vfn-journal.ru

Сайт: <https://vfn-journal.ru>

© Вестник филологических наук, 2024

Содержание

Кометиани Е.А. Структурно-коммуникативная характеристика аббревиатуры в заголовках франкоязычных, англоязычных, русскоязычных текстов железнодорожной тематики	6-12
Алексеева Н.Н., Базарова М.Ю. Изучение концептосферы русского языка как фактор лингвокультурной адаптации иностранных студентов	13-17
Луценко О.Д. Идентификация особенностей двуязычной картины мира в контексте билингвизма	18-24
Рыжаков В.С. Лингвистика интертекста. Аллюзии в художественной прозе Хулио Кортасара (на материале испанского языка)	25-32
Амрахова А.К., Омаева Дж.С. Способы вербализации концепта CRIME в англоязычном детективном дискурсе	33-37
Жигайлова-Окиф В.С. Влияние билингвизма на межкультурное взаимодействие	38-46
Кондратьев П.Б. Проблемы освоения иностранного языка студентами неязыкового вуза (на примере юридической специальности)	47-52
Шабалина Н.Н., Быков А.В. Ольфакторный код в сборнике рассказов И. Дегтярёвой «Цветущий репейник»	53-59
Абдужабборова М.А. К вопросу об использовании языковых единиц для достижения коммуникативных целей на примере английского языка	60-64
Терских Т.Ф., Барышникова У.Н. Интерпретация художественного текста студентами-нефилологами	65-69
Чиганаева В.С. Методика исследования терминологии трансплантологии (на материале русского, английского, испанского языков)	70-76
Голиус М.Ф. Семантика рекламного дискурса в эпоху «общества потребления впечатлений»	77-83
Кометиани Е.А. Эргонимы как значимая характеристика заголовков франкоязычных, англоязычных, русскоязычных публицистических текстов железнодорожной отрасли	84-89
Писарева А.А. Особенности становления рекламы Испании как культурного феномена	90-94
Гундарин М.В., Полунина О.С., Трефилкин А.Г. Специфика адаптации контента под особенности платформы Telegram	95-102

Соколова Е.М. Бытование слова душа в русской литературе XIX–XXI веков	103-109
Крашенинников А.Е., Нарбут Е.В., Щептева В.Э. Дзен-буддистский коан в китайской и японской культуре	110-114
Корабельникова Е.И. Детская литература «взрослеет» (на материале серии книг Дж. К. Роулинг о Гарри Поттере)	115-120
Лаптева О.А. Концепция «счастья» в литературно-философских изысканиях поэтов львовского кружка	121-126
Логинова П.Г., Денисенко В.Н. Ирония как риторический прием и средство выразительности во французском политическом медиапространстве	127-134
Тарасова Ю.В. Лексико-стилистические средства создания комического эффекта в англоязычной рекламе	135-139
Литовкина А.М., Терских Т.Ф. Фильм как средство формирования собственной речевой деятельности студентов-иностранцев на русском языке	140-144
Фёдорова С.Ю. Влияние иностранных языков на расширение возможностей мышления (на примере китайского языка)	145-149
Аблецова Н.В. Особенности использования средств выражения речевой агрессии в зарубежных СМИ (на примере статей о России немецкой межрегиональной газеты «Frankfurter Allgemeine Zeitung»)	150-158
Бу Цюнь Анализ потребительского поведения иностранных брендов на китайском рынке в эпоху социальных медиа	159-163
Давыдова К.В., Егорова О.Н., Коробчак В.Н. Семантика неологизмов: отражение эволюции брака и отношений	164-169
Ли Вэньхао, Ильмира Ильяс Исследование истории развития женского высшего образования в Центральной Азии	170-175
Осипенко Е.А. Изучение особенностей формирования словообразовательного гнезда лексемы “weld” с точки зрения диахронической лексикологии	176-179
Рохлина Ю.В. Особенности национального характера англичан, выраженные в английских народных сказках	180-186
Башкатова Н.В. Классификация сверхкоротких текстов	187-193

Зорина М.В., Садковкин А.А. Роль музыки в рекламных роликах	194-198
Крашенинников А.Е., Нарбут Е.В. Развитие магаданской северной литературы в контексте сохранения и развития культуры крайнего севера	199-203
Краснощёков Е.В., Цурикова А.Н. Гендерные стереотипы в английских пословицах и поговорках	204-210
Линь Цзиньтао Оценка эффективности рекламы в социальных сетях для продвижения международных новостных брендов	211-216
Ганиева Э.С., Мазин А.С. Гидронимическая и оронимическая лексика в крымскотатарском литературном языке и его диалектах	217-222
Максименко И.В. Концепция соге-эстетики в бренд-коммуникациях	223-228
Нгома А.Д. Специфика выбора подхода к обучению русскому языку как иностранному в рамках работы Центров открытого образования за рубежом	229-234
Сосунова Г.А., Третьякова Е.А. Коммуникативно-прагматический подход к изучению заголовков французской прессы	235-240
Терских Т.Ф., Гарамзина А.Д., Левченко М.П., Буторова С.А. Лингвистическая оригинальность текстов песен Руконесис	241-245
Ефремов Д.А., Трепалина Н.Е. Форматы медиатизации этнических медиа Удмуртии	246-251



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»

<https://vfn-journal.ru>

2024, Том 4, № 3 / 2024, Vol. 4, Iss. 3 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 070:004.7(470.51)(045)

¹ Ефремов Д.А., ¹ Трепалина Н.Е.

¹ Удмуртский государственный университет

Форматы медиатизации этнических медиа Удмуртии

Аннотация: статья посвящена анализу медиатизации этнических медиа Удмуртской Республики. Объектом исследования послужили классические СМИ и новые медиа, которые свою деятельность связывают с языком, культурой, традициями, обычаями двух народов, удмуртского и татарского, проживающих на территории республики. Цель исследования – проанализировать деятельность медиа для установления сущности изменений в результате трансформации средств массовой информации под влиянием общемировых тенденций, а также их цифровизации, что в итоге приводит во многих случаях к медиатизации самих медиа. В результате проведенного исследования было установлено, что этническая журналистика Удмуртии подвержена тем же изменениям, которые происходят в настоящее время как в масштабах страны, так и на общемировом уровне – СМИ видоизменяются существенным образом, на рынке медиа появляются новые игроки, порой захватывают довольно широкую аудиторию, возникают нишевые медиапроекты, редакция газет и журналов, теле- и радиоканалов приходится не отставать от хода времени и применять в своей деятельности новые формы, методы, приемы деятельности, которые по своей сути являются процессом, форматом или результатом медиатизации.

Ключевые слова: медиатизация, цифровая трансформация, этнические медиа, удмуртский язык

Для цитирования: Ефремов Д.А., Трепалина Н.Е. Форматы медиатизации этнических медиа Удмуртии // Вестник филологических наук. 2024. Том 4. № 3. С. 246 – 251.

Поступила в редакцию: 12 февраля 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 6 марта 2024 г.; Принята к публикации: 29 марта 2024 г.

¹ Efremov D.A., ¹ Trepalina N.E.

¹ Udmurt State University

The forms of mediatization of the ethnic media in Udmurtia

Abstract: this study is devoted to the analysis of the mediatization of the ethnic media in the Udmurt Republic. The objects of this study were both classical mass media and new means of the media that are connected to the language, the culture and the traditions of two nationalities, the Udmurts and the Tatars, that live in the territory of the republic. The aim of this study is to analyse the activities of the media to establish an essential knowledge about the changes that took place as a result of a transformation of the media under the influence of global trends, as well as their digitalization that ultimately leads to the mediatization of the media themselves. As the result of the study shows the ethnic journalism of Udmurtia goes under the same changes that currently occur both on national and global level – the media changes significantly, new participants appear on the market, sometimes capturing a fairly big audience, we can see the rise of niche media projects, the editors of newspapers, magazines, television and radio channels have to keep up with the changes that the passing of the time called to life, and they have to apply new forms, methods and techniques in their activities that are inherently a process that is the result of mediatization.

Keywords: mediatization, digital transformation, ethnic media, Udmurt language

For citation: Efremov D.A., Trepalina N.E. The forms of mediatization of the ethnic media in Udmurtia. *Philological Sciences Bulletin*. 2024. 4 (3). P. 246 – 251.

The article was submitted: February 12, 2024; Approved after reviewing: March 6, 2024; Accepted for publication: March 29, 2024.

Введение

Современное общество сегодня полностью пронизано цифровыми технологиями, невозможно представить себя без уже ставших сегодня банальными смартфонов с постоянным доступом к сети Интернет, многие пользуются технологиями «умная лампа», «умный дом» и т.д., но наибольшим изменениям все-таки подвергается сфера субъектно-субъектной коммуникации. Средства массовой информации все время своего существования осуществляли воздействие на общество, в разные периоды и в разных регионах мира это влияние проявлялось, конечно, в совершенно разной степени, но и сами СМИ подвергались изменениям под влиянием общественного строя, политики, экономики и т.д. В таких случаях процесс не может быть однонаправленным, соответственно, этнические медиа Удмуртии также должны меняться, с учетом насущных ожиданий социума. Наше исследование должно выявить, подвержена ли изменениям этническая журналистика региона, и если да, то определить масштаб, сущность, процесс и результат этих изменений.

Сам термин «этнические СМИ» имеет у исследователей разные толкования, тем более многие из них используют также в качестве синонима «национальные СМИ», а некоторые оперируют только вторым из этих двух вариантов [4]. Мы придерживаемся точки зрения, согласно которой возможно пользоваться обоими терминами, только в этом случае возникает определенная трудность в коннотации этих лексем, и только лишь контекст привносит ясность, отделяя значение общенационального (в рамках всей страны) от этнического (одного из этносов нашей страны). Таким образом, более предпочтительным является термин этнические СМИ; сущность данного концепта очень точно определяет Р.Л. Исхаков: «Журналистика народов России – многогранное явление, которое мы предлагаем описывать полисемантическим термином этническая журналистика» [12, с. 93]. Что же относится к этой сфере журналистики, довольно сложно определить, поскольку речь может идти обо всех СМИ конкретного региона, так как они либо напрямую, либо опосредованно связывают свою деятельность, в первую очередь, с жизнью народов региона, и лишь затем касаются также и федеральной повестки. С другой стороны, к данной категории может быть отнесена медиапродукция только на языке самих народов, т.е. на татарском, удмуртском и т.д.; об этом вскользь говорят многие исследователи, к примеру, Р.Л. Исхаков отмечает: «в результате этнолингвистические тексты, рисуя этническую картину мира, показывают систему ценностей и ценностных ориентаций данного этноса, составляют контент этнической прессы» [12, с. 96]. По нашему мнению, наиболее оптимальным является определение И.Н. Блохина: «этническая журналистика – это журналистика, выполняющая функции самопознания народом своего этнического бытия, консолидации и интеграции этноса, сохранения и развития его культурной самобытности» [1, с. 302–303]. В объективе этнических СМИ находится народ, проживающий на территории РФ, его культура, язык и т.д., медиаконтент в этой связи может быть как на языке самого этноса, так и на других языках, как правило, таким языком выступает русский язык.

На сегодняшний день классическим термином является СМИ, но все большую популярность приобретает термин «медиа», который зачастую принимается в качестве эквивалента, тем не менее, они не являются синонимами-дублетами. Медиа включает в себя более широкий спектр видов, форматов журналистики, например В.П. Коломиец характеризует следующим образом: «медиа – это все технические средства, которые опосредуют коммуникационные процессы. То есть коммуникационные технологии, которые позволяют создавать, хранить, распространять и потреблять сообщения; континуум технологических посредников между создателями сообщения и его потребителями» [14, с. 23]. Декан факультета журналистики МГУ Е.Л. Вартанова в своих работах заостряет внимание на том, что хотя в научных исследованиях в последнее время повсеместно используется данный термин, единого мнения в отношении его значения, сущности нет, и скорее всего и не будет [2]. Предельно содержательным является следующее определение ученого: «медиа превращаются в общественных коммуникаторов, в систему, обеспечивающую не только однонаправленный коммуникационный процесс (от журналистов и авторов текстов для медиа – к аудитории), но и двусторонний, все чаще и многосторонний коммуникационный процесс (от многочисленных производителей содержания к фрагментированной аудитории и обратно, а также между аудиториями и непрофессиональными авторами)» [3, с. 17–18]; таким образом, современного человека уже невозможно представить без взаимосвязи, без переплетающихся нитей индивида с широким спектром медиа, средой существования,

обитания современного медийного человека, поскольку «медиа – это не просто средство для передачи информации, это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [6, с. 199].

Материалы и методы исследований

Объектом нашего исследования были выбраны традиционные СМИ и новые медиа Удмуртской Республики, которые вырабатывают контент для этнической журналистики, медиаматериалы, связанные с языком, культурой, литературой, традициями, обычаями, образом жизни удмуртского народа. При этом анализу подвергались различные проекты – форматы, продукты, результаты медиатизации данных этнических медиа.

Результаты и обсуждения

На рубеже веков техническая революция достигла той стадии, когда информатизация, технологизация общества привела к новому состоянию, формату глобальной коммуникации, когда само общество во многом стало зависимо от технологий; предельно актуальным становится медиатизация общества – «процесс и результат формирующего влияния массмедиа на общественные отношения, социальные практики и институты посредством медиатехнологий, в ходе которого конструируется (и воспроизводится) особая медиасоциальная реальность» [17, с. 224]. Многие сферы нашего общества подвержены данным процессам, они проявляются довольно ярко в спорте, политике и т.д., в результате чего происходят порой коренные изменения; как отмечают Е.С. Дорошук и И.И. Рамазанов, «цифровизация контента становится определенным толчком для развития медийной сферы, что не может не приводить к глобальным изменениям как в структуре медиа, так и в самом производстве и распространении спортивного контента» [7, с. 135].

Наряду с изменениями различных сфер коммуникации современного социума, средства массовой информации и сами активно подвергаются трансформации не только формата, контента, но также и в целом деятельности самих редакций. В.П. Коломиец, посвятивший свою монографию исследованию данного вопроса, констатирует: «медиатизация медиа – есть процесс трансформации СМИ, организованных в медиаиндустрию, под влиянием широкого распространения новых практик, направленных на использование возможностей, которые предоставляют цифровые и интернет-коммуникационные технологии» [14, с. 48]. В первую очередь, это проявляется в плавном переходе в мировую глобальную сеть различных видов СМИ, начиная с печатных изданий, когда они создают свои официальные страницы в Интернете, аккаунты в социальных сетях, каналы в мессенджерах и т.д., а некоторые виды новых медиа рождаются только в цифровом формате, к примеру, телеграм-каналы.

Этнические СМИ Удмуртии в целом подвержены тем же изменениям. Газеты и журналы, материалы в которых публикуются на удмуртском или татарском языках, а также и двуязычные, в которых есть и русскоязычная версия, прошли тернистый путь в ходе создания и продвижения официальной страницы в сети Интернет: было довольно много трудностей с корректным отражением оригинальных (с диакритическими знаками) графем удмуртского языка, затем не совсем полноценно функционировал сам сайт, некоторые трудности остаются и по сей день, но в целом прогресс налицо (более подробно об этом – [10]). Постигание ресурсов социальных сетей, в первую очередь, «ВКонтакте» и «Одноклассники» происходит более успешно и намного интенсивнее в хронологическом аспекте, у всех этнических печатных изданий есть свои публичные страницы в данных сетях [18, 19, и др.], количество подписчиков хоть и небольшое, но они довольно активны, видна крепкая обратная связь в виде лайков и комментариев [8].

Теле- и радиоканалы также активно осваивают просторы сети; поскольку редакции ФГУП «ВГТРК «ГТРК Удмуртия» и ГУП УР «ГТРК «Удмуртия» представляют собой объединенные редакции, контент создается как на русском, так и на удмуртском и татарском языках. У них есть свои сайты [5, 20], также активно продвигают свои группы, чаты в соцсетях, при этом у одной редакции может быть сразу несколько пабликов, с учетом создаваемого полиязычного контента (более подробно – [9]). Таким образом, некоторые из них полностью нацелены на удмуртоязычную аудиторию, к примеру, группа «Иворьёс. Мынам Удмуртие» («Новости. Моя Удмуртия») [11] является одной из самых больших по количеству подписчиков (более 17 тысяч; данные на март 2024 г.); весь контент – как текстовый, так и видеоматериал – практически полностью на удмуртском, в комментариях намного чаще используется русский язык, что вполне логично, поскольку, с одной стороны, многие удмурты, даже владея разговорным языком, либо не привыкли писать на удмуртском, либо вообще не изучали родной язык в школе и поэтому не владеют азами орфографии, с другой стороны, представленный контент вызывает интерес у удмуртов, практически не владеющих языком, а также и у представителей других этносов.

Медиатизация медиа не заканчивается на проникновении цифровых технологий во все этапы «бытия» медиаконтента – создания, продвижения, потребления, обратной реакции и т.д. Как отмечает В.П. Коломиец, существует также еще и иная, более глубокая, то есть «человечная» форма медиатизации, когда «наши

взаимодействия с медиа подчинены логике создания медиапродукта: заметно, эмоционально, красиво, модно, современно» [14, с. 45]. Представитель такого социума – «медиатизированный человек» – настолько подвержен влиянию общественного мнения, сложившихся традиций, модных течений, что уже не представляет себя вне этого окружения. Этим одновременно и пользуются СМИ, манипулируя своей аудиторией, но также и сами вынуждены следовать актуальным трендам, иначе, не выдержав конкуренции, могут существенным образом потерять своего читателя, зрителя, слушателя или вообще уйти в небытие.

Ярким примером, представителем эпохи медиатизации этнических медиа является Региональная удмуртская молодежная общественная организация «Ресурсный центр «Куара (Голос)». Активисты, представители удмуртской молодежи в 2018 году объединились и в первую очередь заявили о себе в формате этноблогинга. За этот короткий срок заняли лидирующие позиции по многим подпроектам; одним из пилотных проектов стал цикл научно-популярных видеолекций на удмуртском языке «Тубат» («Лестница») [16] про удмуртский язык, его диалекты, литературу, фольклор и т.д. Данный медиапроект стал настолько успешным, что его заметили не только представители СМИ республики, но также организации, ведомства, в сферу деятельности которых входят, в том числе, мероприятия по продвижению удмуртского языка и культуры, и, что немаловажно, блогеры федерального масштаба, к примеру «Энциклоп» (на площадке Youtube более 360 тыс. подписчиков) [21]. Их деятельность была замечена, достойно оценена, руководители и исполнители «Ресурсного центра «Куара (Голос)» отмечены наградами, грамотами Главы республики, а также нескольких министерств; с другой стороны работа инициативной группы также высоко оценена и в ином формате – многие их проекты получили финансовую поддержку в виде грантов как республиканского, так и федерального уровней.

Одним из проектов явился краткий курс видеолекций по изучению удмуртского языка; контент выкладывался как на ресурсе YouTube, так и в социальной сети «ВКонтакте». После того как молодые люди прочно заняли практически пустующую нишу этнического блогинга, используя не только удмуртский язык, но и русский, и английский (в виде субтитров), стали активно развиваться, расширяя круг своей деятельности. В последующем спектр их деятельности стал настолько широк, что стала выстраиваться определенная медиасоциальная реальность – «конструируемая и воссоздаваемая с использованием массмедиа социальная реальность» [17, с. 224]. Организация мощно заявила себя также и в образовательной сфере, о чем свидетельствуют такие успешные проекты как медиашкола для мам «Аныкай» («Матушка»), образовательные курсы для мам-удмурток по созданию фото и аудиовизуального контента, «Школа удмуртских блогеров» – проект, направленный на повышение уровня знаний, умений и навыков школьников, владеющих удмуртским языком, в сфере блогинга, мастерская молодёжных интернет-шоу «Пурты» («Котёл») и т.д. Не оставляют вне своего внимания также и очень важную сферу – воспитание детей младшего возраста: проект «Ныло-пиё (дочки – сыночки)» – интервью с молодыми родителями по вопросам воспитания, с последующим размещением в социальных сетях; именно в этот период развития ребенка решается очень важный вопрос – заговорит ребенок на удмуртском или нет, будет владеть в дальнейшем родным языком хотя бы в пассивной или даже в активной форме.

Широкий спектр деятельности «Ресурсного центра «Куара (Голос)», медиаактивность, популярность как в цифровой среде, так и в первую очередь в молодежной субкультуре привели к формированию медиалогии, которая являясь центральным понятием медиатизации, «понимается как форма общения, а также как процесс для передачи информации через определенные символы, организованные в форматы, которые, в свою очередь, приняты аудиторией и выступают инструментом построения социальной действительности» [14, с. 60]. Широкая аудитория, включающая в себя как представителей удмуртского этноса (владеющих родным языком в разной степени), так и людей других национальностей, проживающих в Удмуртии, контактирующих с удмуртами и интересующихся насущными вопросами нации, начинает выстраивать свою социальную коммуникацию, воспринимая окружающий мир через призму данной медиалогии, поскольку «она имеет власть определять то, что нормально, типично или принято в социальном отношении» [14, с. 60]: говорить на удмуртском, хоть и с ошибками или на базовом, бытовом уровне, писать комментарии, вести переписку в социальных сетях, мессенджерах и т.д. с использованием удмуртских слов, фраз становится модным, стильным, образуется своя уникальная субкультура, и именно «многообразие субкультур будет доминировать в социальной структуре медийного общества» [13, с. 126].

Выводы

Современное поликультурное общество под воздействием глобализации все чаще и чаще начинает терять в некоторых случаях даже отдельные языки и этносы, но наиболее частым сценарием развития событий являются ассимиляционные процессы, когда в результате субстрата, суперстрата или адстрата количество носителей языка и представителей данной культуры неуклонно снижается. Не избежал такой судьбы и

удмуртский язык, как отмечает Е.А. Кондрашкина, «изменения в языковых приоритетах населения (особенно молодежи) привели к тому, что родной национальный язык как важнейший этноидентификационный и этноинтегрирующий признак утратил лидирующее положение» [15, с. 27]. Сегодня как никогда важна роль цифровизации удмуртских медиа; интернет и цифровые платформы становятся эффективным способом сохранения и развития удмуртского языка и культуры, поскольку молодежь стремится к новым технологиям, через цифровые медиа можно привлечь больше внимания и интереса. Цифровые СМИ предоставляют возможность удмуртским сообществам самостоятельно создавать и распространять информацию на своем родном языке. Данный контент помогает сохранить уникальные особенности этноса и распространить их среди широкой аудитории.

Процесс цифровой трансформации этнических медиа в Удмуртии привел к радикальным изменениям в медиасфере. Этот процесс продолжается и сопровождается постоянными изменениями в работе, формате и контенте традиционных СМИ. Новые форматы, недоступные ранее, активно появляются. Эти изменения оказывают влияние на различные области общественной жизни, при этом само общество становится движущей силой инноваций в медиасфере. В результате возникает новый процесс – медиатизация самой медиаиндустрии. Процессы цифровизации и медиатизации этнических медиа Удмуртии способствуют сохранению и укреплению культурной и языковой идентичности этноса.

Список источников

1. Блохин И.Н. Этнологическая культура журналиста // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2008. № 2-II. С. 302 – 306.
2. Вартанова Е.Л. О концептуальных основаниях теории медиа // Медиаальманах. 2019. № 3 (92). С. 8 – 16.
3. Вартанова Е.Л. Развивая понимание медиа: от технологий к социальному пространству // Медиаальманах. 2020. №5 (100). С. 12 – 24.
4. Гарифуллин В.З., Закиров Л.Р. Роль блогосферы в развитии национального интернет-пространства // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2018. № 4. С. 872 – 883.
5. ГУП УР «ТРК «Удмуртия»: официальный сайт. URL: <https://www.myudm.ru> (дата обращения: 02.02.2024).
6. Гуреева А.Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192 – 208.
7. Дорошук Е.С., Рамазанов И.И. Цифровые технологии спортивных медиа в современном информационном поле // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 9-3 (111). С. 132 – 135.
8. Ефремов Д.А. Репрезентация национальных детских СМИ Удмуртии в социальных сетях // Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. Москва: Фак. журн. МГУ, 2023. С. 77 – 79.
9. Ефремов Д.А. Цифровизация этнических СМИ Удмуртии: опыт теле- и радиоканалов // Региональная журналистика: культурные коды, пространство смыслов, полиэтнический дискурс: материалы I Всероссийской конференции. ЮФУ, Ростов-на-Дону, 10-12 ноября 2022 г. Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2022. С. 93 – 95.
10. Ефремов Д.А., Трепалина Н.Е. Цифровая национальная пресса Удмуртии: динамика развития // Modern Humanities Success. 2022. № 10. С. 62 – 67.
11. Иворъёс. Мынам Удмуртие: группа «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/myudm> (дата обращения: 02.02.2024).
12. Исхаков Р.Л. Феномен этнической журналистики: (к определению понятия) // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2008. № 60. Вып. 24. С. 93 – 98.
13. Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика: монография / Аналитический центр Vi. Москва: НИПКЦ Восход-А, 2014. 325 с.
14. Коломиец В.П. Медиатизация медиа. Москва: Издательство Московского университета, 2020. 256 с.
15. Кондрашкина Е.А. Проблемы функционирования удмуртского языка в Удмуртской Республике // Sciences of Europe. 2020. № 48-5 (48). С. 26 – 30.
16. КУАРА: группа «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/sharakuara> (дата обращения: 02.02.2024).
17. Примаков В.Л. Медиатизация и ее социальные последствия // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2020. № 1. С. 222 – 240.
18. Удмурт дунне: группа «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/udmurdunne> (дата обращения: 02.02.2024).

19. Удмурт дунне: группа «Одноклассники». URL: <https://ok.ru/udmdunne> (дата обращения: 02.02.2024).
20. Филиал ФГУП «ВГТРК «ГТРК Удмуртия»: официальный сайт. URL: <https://udmtv.ru> (дата обращения: 02.02.2024).
21. Энциклоп // Youtube. URL: <https://www.youtube.com/@encyklop> (дата обращения: 02.02.2024).

References

1. Blokhin I.N. Ethnological culture of a journalist // Bulletin of St. Petersburg State University. Language and literature. 2008. No. 2-II. P. 302 – 306.
2. Vartanova E.L. On the conceptual foundations of media theory // Media almanac. 2019. No.3 (92). P. 8 – 16.
3. Vartanova E.L. Developing an understanding of media: from technology to social space // Media almanac. 2020. No.5 (100). P. 12 – 24.
4. Garifullin V.Z., Zakirov L.R. The role of the blogosphere in the development of the national Internet space // Scientific notes of Kazan University. Ser. Humanit. science. 2018. No.4. P. 872 – 883.
5. GUP UR «TRK «Udmurtia»: official website. URL: <https://www.myudm.ru> (access date: 02/02/2024).
6. Gureeva A.N. Theoretical understanding of mediatization in a digital environment // Bulletin of the Moscow University. Episode 10. Journalism. 2016. No.6. P. 192 – 208.
7. Doroshchuk E.S., Ramazanov I.I. Digital technologies of sports media in the modern information field // International Scientific Research Journal. 2021. No.9-3 (111). P. 132 – 135.
8. Efremov D.A. Representation of the national children's media of Udmurtia in social networks // Journalism in 2022: creativity, profession, industry: collection of materials of the international scientific and practical conference. Moscow: Faculty of Journalism, Moscow State University, 2023. P. 77 – 79.
9. Efremov D.A. Digitalization of Udmurtia's ethnic media: the experience of television and radio channels // Regional journalism: cultural codes, the space of meanings, polyethnic discourse: materials of the I All-Russian Conference. SFU, Rostov-on-Don, November 10-12, 2022. Taganrog: Southern Federal University Press, 2022. P. 93 – 95.
10. Efremov D.A., Trepalina N.E. Digital National Press Of Udmurtia: Dynamics of Development // Modern Humanities Success. 2022. No 10. P. 62 – 67.
11. News. My Udmurtia: группа «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/myudm> (access date: 02/02/2024).
13. Kolomiets V.P. Mediasociologija: teorija i praktika: monografija / Analiticheskij centr VI. Moscow: NIPKC Voshod-A, 2014. 328 p.
14. Kolomiets V.P. Mediatization of the media. Moscow: Moscow University Press, 2020. 256 p.
15. Kondrashkina E.A. Problems of functioning of the Udmurt language in the Udmurt Republic // Sciences of Europe. 2020. No.48-5 (48). P. 26 – 30.
16. Voice: группа «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/sharakuara> (access date: 02/02/2024).
17. Primakov V.L. Mediatization and its social consequences. Bulletin of the Moscow State Linguistic University. 2020. Social Sciences. No. 1. P. 222 – 240.
18. Udmurt world: группа «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/udmurtdunne> (access date: 02/02/2024).
19. Udmurt world: группа «Одноклассники». URL: <https://ok.ru/udmdunne> (access date: 02/02/2024).
20. Филиал ФГУП «ВГТРК «ГТРК Удмуртия»: official website. URL: <https://udmtv.ru> (access date: 02/02/2024).
21. Encyclop. Youtube. URL: <https://www.youtube.com/@encyklop> (access date: 02/02/2024).

Информация об авторах

Ефремов Д.А., кандидат филологических наук, доцент, Удмуртский государственный университет, dmitjef@mail.ru

Трепалина Н.Е., кандидат культурологии, доцент, Удмуртский государственный университет, namein@rambler.ru