

новом витке жизненных испытаний они воспринимаются персонажами стоически, как предначертанное свыше.

Глубокое постижение сути человеческой личности проходит по линии философского осмысления быта и бытия индивида. Учитывая, что виновниками

человеческих бед нередко предстают вершители судеб, лица, наделенные высокими должностями, то очевидна их неприглядная оценка, как и самой действительности, в которой наличествует такая власть. В этом ракурсе ее повести были провозвестниками перемен, демократизации общества.

Библиографический список

1. Мантаева У. *Срочный вызов («Алг'асавлу чак'ыры»)*. Махачкала: Дагкнигоиздат, 1967.
2. Мантаева У. *Раздумья («Г'ёкюнч»)*. Махачкала: Дагкнигоиздат, 1971.
3. Мантаева У. *Горсть земли («Бир увуч топурак»)*. Махачкала: Дагкнигоиздат, 1979. На кум. яз.
4. Гусейнов М.А. *Картины эволюции кумыкской прозы 1960–1980-х годов*. Махачкала: ИЯЛИ ДНЦ РАН, 2012.
5. Акбиев С.-М. Талант жизни. *Дагестанская правда*. 1994; 29 июня.
6. Атабаев М. Свет таланта (Паг'муну ярыгы). *Тангчолпан (Утренняя звезда)*. 2004; № 1: 19–21.
7. Бочаров А.Г. *Литература и время*. Москва: Художественная литература, 1988.
8. Султанов К. Владения души. *Литературное обозрение*. 1978; № 1: 47–51.

References

1. Mantaeva U. *Srochnyj vyzov («Alg'asavlu chak'yr»)*. Mahachkala: Dagknigoizdat, 1967.
2. Mantaeva U. *Razdum'ya («G'ekunch»)*. Mahachkala: Dagknigoizdat, 1971.
3. Mantaeva U. *Gorst' zemli («Bir uvuch topurak»)*. Mahachkala: Dagknigoizdat, 1979. Na kum. yaz.
4. Guseynov M.A. *Kartiny 'evolyucii kumyjskoj prozy 1960-1980-h godov*. Mahachkala: IYALI DNC RAN, 2012.
5. Akbiev S.-M. Talant zhizni. *Dagestanskaya pravda*. 1994; 29 iyunya.
6. Atabaev M. Svet talanta (Pag'munu yaryg'y). *Tangcholan (Utrennyaya zvezda)*. 2004; № 1: 19-21.
7. Bocharov A.G. *Literatura i vremya*. Moskva: Hudozhestvennaya literatura, 1988.
8. Sultanov K. Vladeniya dushi. *Literaturnoe obozrenie*. 1978; № 1: 47-51.

Статья поступила в редакцию 11.10.24

УДК 070

DOI: 10.24412/1991-5497-2024-6109-451-454

Dementyeva K.V., Doctor of Sciences (Philology), Head of Department of Journalism, Ogarev Mordovia State University (Saransk, Russia),
E-mail: dementievakv@gmail.com

DYNAMICS OF DEVELOPMENT OF REGIONAL TELEGRAM CHANNELS. The article reveals a problem of development of regional Telegram channels during the period of restructuring of the media system – 2022–2024. Blocking of some social networks, the transition of the audience to other platforms caused a powerful influx of the audience of the Telegram messenger. The author compiles a periodization of changes in the regional media space, makes conclusions regarding the reasons for the changes. The circumstances leading to the launch of new Telegram channels are identified, a comparison with large federal resources is made. It is considered how new trends and changes in the messenger platform itself are reflected in the regional media system. Problems of development of the regional Telegram segment are presented, and research prospects are outlined. The research allows to understand the general difficulties associated with the functioning of the messenger as a whole (underdeveloped keyword search system in Telegram) and in the region (primarily, weak adaptation to new trends). An analysis of the leading channels by number of subscribers showed that official media outlets are losing their leadership to Telegram channels with user content, built on disclosing problem areas of the region and specific individuals. The anonymity of these Telegram channels will be very conditional in the near future, which will most likely cause new changes in the media market.

Key words: Telegram, media, regional Telegram channels, media platform, messenger, social networks, content, journalism

К.В. Дементьева, д-р филол. наук, зав. каф. журналистики Мордовского государственного университета имени Н.П. Огарёва, г. Саранск,
E-mail: dementievakv@gmail.com

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ TELEGRAM-КАНАЛОВ

В статье раскрывается проблема развития региональных Telegram-каналов в период перестройки медиасистемы – 2022–2024 годы. Блокировка одних социальных сетей, переход аудитории на другие платформы вызвали мощный приток аудитории мессенджера Telegram. Автором составлена периодизация изменения регионального медиапространства, сделаны выводы относительно причин происходящих изменений. Выявлены обстоятельства, приводящие к запуску новых Telegram-каналов, произведено сравнение с крупными федеральными ресурсами. Рассмотрено, как новые тенденции и изменения самой платформы мессенджера находят свое отражение в региональной медиасистеме. Представлены проблемы развития регионального сегмента Telegram, намечены перспективы исследования. Обозначенные в статье проблемы развития регионального сегмента Telegram позволили понять общие сложности, связанные как с функционированием мессенджера в целом (неразвитая система поиска по ключевым словам в Telegram), так и в регионе (прежде всего, слабая адаптация к новым трендам). Анализ каналов-лидеров по численности подписчиков показал, что официальные СМИ уступают лидерство Telegram-каналам с пользовательским контентом, построенным на обналичивании проблемных точек региона и конкретных лиц. Анонимность данных Telegram-каналов в ближайшее время будет весьма условной, что, скорее всего, вызовет новые изменения на медиарынке.

Ключевые слова: Telegram, медиа, региональные Telegram-каналы, медиаплатформа, мессенджер, социальные сети, контент, журналистика

Медиарынок Telegram-каналов, растущий в связи с расширением количества организаций и лиц, желающих репрезентовать свою деятельность в публичное пространство, еще более увеличился с 2022 года. Блокировка и признание нежелательными некоторых популярных до этого периода социальных сетей поставило аудиторию перед выбором – уходить в новые, неизведанные социальные медиа (TenChat, Yappy, Now, Nuut и др.) или наполнять каналами и контентом более привычные площадки. Аудитория после некоторого переходного периода колебаний выбрала второе и активизировала свое присутствие в Telegram и «ВКонтакте». Сама платформа мессенджера Telegram также не остановила работу и активно развивалась в последние годы, чем лишь усилила популярность и приток пользователей. Поскольку происходящие изменения довольно динамичны и быстро меняют структуру медиарынка в российских регионах, то рассмотрение и фиксирование особенностей развития Telegram-каналов в период 2022–2024 гг. является актуальным направлением.

О Telegram как о медиаплатформе для распространения информации уже писали в разных аспектах. Рассматривалась общая специфика мессенджера [1], затрагивались возможности для СМИ [2], особенности дистрибуции контента [3],

продвижение отдельных Telegram-каналов, возможности для блогеров [4; 5]. Отдельным блоком можно отметить исследования, посвященные развитию региональных Telegram-каналов [6–9].

Вместе с тем изменения последних лет в регионах в региональном сегменте Telegram практически не затрагивались, в связи с чем становится очевидной новизна исследования, которая состоит в рассмотрении изменений регионального рынка Telegram, анализе адаптаций к происходящим изменениям, проблем и перспектив. Выбранный для исследования регион – Республика Мордовия – является типичным и также не исследовался в данный временной промежуток.

Цель статьи – рассмотреть динамику развития региональных Telegram-каналов. Задачами исследования являются следующие: 1) рассмотреть изменения в региональном сегменте Telegram-каналов в 2022–2024 гг.; 2) проанализировать адаптацию к актуальным трансформациям; 3) сравнить развитие Telegram-каналов в регионах с развитием крупных федеральных ресурсов; 4) выявить проблемы и перспективы формирования региональных Telegram-каналов.

Теоретическая значимость исследования состоит в составлении периодизации развития Telegram-каналов, применимой к разным российским регионам,

выявлении причин запуска новых Telegram-каналов, анализе информационного пространства в сегменте Telegram Республики Мордовия, который можно применять и сравнивать с другими регионами. Данный материал может быть, как промежуточным этапом масштабного исследования медиасистемы одного региона, так и использоваться при исследованиях схожих по своим характеристикам субъектов страны, а также быть частью обширного изучения системы медиа в охвате всей России.

Практическая значимость исследования заключается в выявлении проблем и перспектив развития Telegram-каналов в регионе, что может быть использовано работниками медиа при совершенствовании своей работы с информационными ресурсами. Анализ нововведений и уровня адаптации Telegram-каналов в регионе к общероссийским и мировым трендам позволяет выявить недостатки в работе региональных ресурсов и понять направления работы с медийными ресурсами.

Для анализа были взяты как каналы институциональных СМИ, так и каналы блогеров, чиновников, государственных, общественных и коммерческих организаций, городских пабликов и т. д. Выбор периода – 2 года (с марта 2022 года по август 2024 года) – обусловлен значительными изменениями в данном секторе медиа и незначительным изучением изменений данного временного промежутка в медиаисследованиях. Для анализа был выбран регион со сформированным рынком СМИ – Республика Мордовия, который в сравнении со многими другими субъектами России является типичным по развитию журналистики и цифровых медиа.

В ходе изучения данной темы составлялась выборка Telegram-каналов, разных по своим характеристикам, с географической привязкой к Республике Мордовия. Было выбрано 100 Telegram-каналов СМИ, представителей власти, бизнеса, блогеров, городских сообществ и т. д. Проводился анализ характеристик каналов, применялись методы контент-анализа постов, классификации. Кроме того, использовались методы анализа, опроса, сравнения, обобщения. Метод прогнозирования позволил наметить дальнейшие перспективы развития Telegram в регионе.

Активное развитие Telegram в начале 2022 года было обусловлено внешними причинами воздействия на медиапространство. Многие каналы стали расширять зону своего присутствия в социальных сетях именно после изменений, связанных с блокировкой продуктов компании Meta (признана экстремистской, деятельность на территории Российской Федерации запрещена).

В связи с неравномерным переходом многих субъектов региона в сегмент Telegram можно выделить периоды изменения регионального медиапространства:

1. Март 2022 года – создание в Telegram-каналов государственных структур и появление чиновников, которые после решения государства о блокировке Instagram, Facebook, ограничений TikTok вынуждены прекратить ведение данных социальных сетей и искать новые решения. В связи с тем, что многие до этого уже имели свои паблики в «ВКонтакте», выбор был небольшим. В Мордовии в этот период начал вестись канал главы региона «Здунов здесь» – первая запись от 6 марта 2022 года. Другой пример – канал Мордовского республиканского музея изобразительных искусств им. С.Д. Эрьзи – создан 11 марта 2022 года. Информация кадрового проекта «Моя Мордовия» в те же дни создала свой канал в Telegram (13 марта 2022 года).

Многие СМИ основали свои каналы в Telegram намного раньше этого периода. Однако были и те, кто перешел на платформу в марте 2022 года, например, радио «Вайгель» (создан 14 марта 2022 г.)

2. Апрель 2022 г. – декабрь 2022 г. – постепенный переход других субъектов в Telegram. Многие из тех, кто создавал каналы позже, лишь дублировали информацию, а не полностью уходили из заблокированных сетей. Чем больше сложностей возникало с входом в заблокированные социальные сети, тем большая часть владельцев каналов уходила контент на другие ресурсы, в частности в Telegram (@ludmilarez). В последнюю очередь перешел коммерческий сектор, лишившись контакта с большей частью аудитории своих клиентов. В Мордовии в данный период были созданы каналы

3. 2023 г. – по настоящее время – более степенное развитие Telegram, прирост аудитории и каналов. Начинают приходить блогеры (@atnikolavna). Создаются и другие каналы, связанные с журналистикой, например, «В фокусе Вятяевой» (22 октября 2023 года), где корреспондент и ведущая ГТРК «Мордовия» начинает рассказывать о своей жизни и работе, что уже относится к формату полноценного блога.

Таким образом, можно выявить несколько причин запуска новых Telegram-каналов:

1. Переход из других социальных сетей, создание копий.

2. Назначение на новую должность. Обычно канал у такой персоны появляется в течение нескольких месяцев спустя вступления в должность, то есть после адаптационного периода появляется необходимость поддерживать имидж за счет информационного сопровождения в личном ресурсе. Так, Дмитрий Поздняков был назначен председателем правительства 24.01.2023 г., а личный канал «Поздняков. Мордовия» появился 01.05.2023 г.

3. Выход на аудиторию Интернета через платформу Telegram. То есть такой канал создается впервые, обычно потому что организация или объединение людей растет, увеличивается количество задач и необходимо сообщать о себе большой аудитории. При этом аудитория может сильно не расти, но иметь соб-

ственный информационный ресурс, для многих – это некая точка роста, необходимый атрибут авторитетности. Один из таких ресурсов в Мордовии – канал креативного кластера «Арт-завод», который в своем приветственном посте сообщает информацию о проекте, цели канала (что будут публиковать).

Общая проблема многих каналов – это дублирование контента в разные социальные сети без изменения, подстраивания под правила и алгоритмы или с минимальной адаптацией. Подобное же можно наблюдать и у многих авторов платформы Telegram.

Еще одной проблемой развития региональных Telegram-каналов является их медленная адаптация к изменениям и нововведениям самой платформы и в целом следование трендам рынка. Так, появившиеся в 2023 году «истории» до сих пор не используются многими официальными каналами Мордовии – музеями, министерствами, театрами и другими социальными структурами. В более выигрышном положении оказываются те организации, которые имеют отдельных квалифицированных работников, занимающихся PR-позиционированием, рекламой и ведением пабликов. Например, «Музей Эрьзи» регулярно выкладывает истории и старается разнообразить контент, использует удобный рубрикатор, деля все посты по темам (#музейный инсайд, #Будет_в_Музее, #Было_в_Музее и др.), выкладывает фото, видео, инфографику. Кроме того, используются элементы игровализации – аудитории предлагают найти 10 отличий на фотографии оригинальной картины и измененной. Некоторые посты дополняются гиперссылками на расширенный текст, фоторепортаж, ссылками на сторонние сайты. Иногда канал публикует мемы, пытаясь привлечь внимание к «проходным» темам, например, в посте о вакансиях в музее.

Еще одним нововведением 2023 года стала возможность цитирования в Telegram. Однако проведенный анализ показывает, что этой функцией пользуются не более 16% каналов, что подтверждает установленный ранее тезис о том, что региональные медиа развиваются с небольшим опозданием по сравнению с крупными центральными ресурсами.

Несмотря на отдельные примеры качественного ведения Telegram-каналов, стоит отметить, что во многих структурах эту функцию выполняют в качестве дополнительной нагрузки помощники руководителя, секретари, начальники отделов и т. д. В то же время бизнес-компании уделяют информированию о своей деятельности и имиджу гораздо больше внимания. Так, среди каналов, которые используют новые функции мессенджера – истории и цитирование – коммерческих больше на 30% и 23% соответственно.

Если анализировать численность подписчиков, то прирост аудитории в Telegram осуществляется намного медленнее, чем на других медиаплатформах. Специфика мессенджера заключается в смешении рабочих и личных чатов с подписками на разные типы ресурсов – новостные, развлекательные, полезные, необходимые и т. д. Возможность для владельцев каналов посмотреть, кто именно отписался от их канала, делает функцию отписки прозрачной, в результате чего вступают в силу не только критерии «нравится», «не нравится», «нужно» или «не нужно», но и «не обидится ли владелец, если увидит отписку», что в условиях небольшого региона и близких сфер интересов многих участников делает содержание мессенджера еще более загруженным.

Вместе с тем прирост аудитории каналов осложняется постоянной чисткой ботов, которые вынуждены проводить владельцы каналов, что делает и сам Telegram с целью улучшить показатели вовлеченности. По высокой численности подписчиков каналы можно поделить следующим образом:

1. Канал губернатора («Здунов здесь», 10,7 тыс. подписчиков). В условиях распространения фейков и непроверенной информации, специальной военной операции каналов многих губернаторов становятся первоисточником информации – для СМИ и общества; возможность сообщить о проблеме и ждать ее решения – для граждан; сделать репост, процитировать, показав участие в каких-либо событиях – для граждан. Изучение и сравнение Telegram-каналов губернаторов – тема отдельного исследования. Однако на примере Мордовии и еще нескольких регионов можно отметить, что функция комментирования подобных ресурсов в основном отключена. Это тоже можно объяснить соображениями информационной безопасности, так как интерес к подобным каналам сегодня большой со стороны самых разных участников коммуникационного процесса. Однако невозможность оставить свое обращение напрямую побуждает жителей региона проявлять активность в других ресурсах.

2. Каналы СМИ («Столица С», 12,4 тыс. подписчиков; «Известия Мордовии», 7,1 тыс. подписчиков; «Происшествия | Саранск | Мордовия», 25,5 тыс. подписчиков) – традиционные и привычные для аудитории каналы информации. Однако, чтобы подписаться на канал, нужно осознанное стремление получать все новости региона или конкретного СМИ и просматривать их. Опросы представителей городских министерств и районных администраций показали, что превалирующим источником новостей для них становятся материалы, которые выводят поисковые системы (88% из 50 опрошенных по Республике Мордовия), то есть медиатексты, выбранные поисковой системой как самые привлекательные для аудитории. Это, безусловно, составляет лишь небольшую часть от всех материалов региональных СМИ, которые при этом еще смешиваются с федеральным контентом и часто плохо конкурируют по форме и качеству подачи информации.

Контент некоторых каналов СМИ в Telegram ведет на их веб-сайты («Столица С»), другие – помещают новости автономно от других своих ресурсов.

3. Городские сообщества («Мордовское болото», 27,5 тыс. подписчиков).

Данный контент зародился в пабликах в «ВКонтакте», таких как «Привет, сейчас...», «Подслушано...», «Доска позора...» и подобных. Развитие мессенджера Telegram как источника новостного контента и площадки для коммуникации способствовало тому, что подобные каналы с пользовательским контентом стали появляться и в Telegram. В Мордовии на популярность указанного выше ресурса повлияла временная блокировка известного среди горожан паблика «Доска позора | Саранск», часть подписчиков которого перешла в Telegram. Ресурс специализируется на публикации постов пользователей с жалобами и подтверждающими фотографиями или видео, собирает много комментариев и привлекает внимание различных структур – власти, коммерческих организаций, отдельных лиц, ответственных за причину жалобы. Так, пост от 25.09.2024 о переводе отделения для детей-инвалидов в другой район города набрала в «ВКонтакте» 243 лайка, 182 комментария, 46 репостов и 22,9 тыс. просмотров. В то же время идентичный пост в Telegram собрал 61 эмодзи, 5 комментариев (суммарно с 2 постов текста) и 5,8 тыс. просмотров, что говорит о численной ограниченности аудитории в мессенджере и меньшей активности аудитории.

4. Анонимные Telegram-каналы («Голос Торамы», 15,4 тыс. подписчиков). В регионе можно отметить снижение количества активных анонимных Telegram-каналов (особенно с критикой власти). Возможно, это объясняется изменениями на медиарынке в целом, сбалансированной политикой в области медиа и ограничениями, связанными с медиаконтентом, в том числе обязательной с 01.11.2024 года регистрацией в реестре Роскомнадзора каналов с аудиторией больше 10 тыс. человек, что делает их анонимность весьма посредственной и повышает ответственность за опубликованный контент.

Все остальные ресурсы с более качественным и менее качественным представлением контента не всегда имеют даже тысячу подписчиков. Например, приведенный выше пример канала «Музей Эрзы» имеет всего 374 подписчика, что говорит о сложности продвижения контента в Telegram, об ограниченности интересных для аудитории тем, о необходимости использования более сложных приемов продвижения, например, таких как коллаборация с блогерами.

Что касается Telegram-каналов блогеров, то их типология мало чем отличается от уже изученной ранее [10]. Исключением является опять же сложность привлечения большого количества подписчиков, которая в социальных сетях упрощается за счет имеющейся ленты новостей и разделения ее со списком активных переписок и сообществ, на которые подписан пользователь. Например, у блогера Элеоноры Палкиной в Telegram 585 подписчиков, а в заблокированной социальной сети – 11,1 тыс. подписчиков.

Другие нововведения Telegram:

1. Создание суперканала. В Республике Мордовия нет СММ, объединенных в суперканал.
2. Звезды в Telegram – в исследуемых каналах не обнаружены.
3. Геометки в историях. В просмотренных каналах практически не используются.

Еще одной важной проблемой развития Telegram-каналов в регионах является их слабая привязка к локации. Поиск в приложении дает всего несколько результатов поисковой выдачи по запросам «Саранск», «Мордовия», «мордовский» и подобным. Подборки интересных Telegram-каналов иногда делают региональные СМИ, например, «Городские рейтинги Саранск». Кроме того, есть ресурсы, где можно увидеть готовые подборки по геокации, но некоторая их часть давно не обновляется, например, <https://tgstat.ru/tag/mordovia-region> среди 29 каналов показывает и те, которые не обновлялись по 9–11 месяцев. Поэтому узнавать о

новых каналах чаще можно из интеграций дружественных каналов, но это коснется только людей, прочитавших конкретный пост. Следовательно, публикация списков Telegram-каналов в регионах или их реклама на офлайн-ресурсах значительно помогла бы в продвижении. А интересный контент позволил бы сохранить численный состав подписчиков.

Таким образом, достигнута первоначальная цель статьи – рассмотрена динамика развития региональных Telegram-каналов. Выполнены задачи исследования. Так, в статье было проведено исследование регионального сегмента Telegram в период, последующий за масштабными изменениями медиарынка, связанный с блокировкой и уходом с российского рынка некоторых медиаплатформ. Выбранный период с 2022 по 2024 годы позволил, во-первых, подчеркнуть динамичный характер перемен, а во-вторых, заполнить пробел в исследовании региональных Telegram-каналов.

Анализ выбранного типичного в развитии медиасистемы региона – Республики Мордовия – санкционировал автору составить периодизацию развития Telegram-каналов в период 2022–2024 гг. Данная периодизация показала системность происходящих изменений и подчеркнула турбулентность 2022 года для функционирования медиа с последующим выравниванием в 2023–2024 годах.

Были выявлены причины запуска новых Telegram-каналов, что позволило проследить общие тенденции развития медиарынка. Здесь же можно отметить, что перспективой развития Telegram-каналов в регионах будут 1) общие изменения функционирования медиаплощадок и связанный с этим дальнейший переход из запрещенных социальных сетей; 2) вхождение новых фигур в медиaprостранство, в связи с чем потребуются их медиapозиционирование; 3) рост отдельных организаций и сообществ, появление их каналов для донесения информации о деятельности.

Сравнение региональных каналов с крупными федеральными ресурсами позволило выявить явное отставание от тенденций медиарынка, которые, возможно, будут восполнены чуть позже. Обозначенные в статье проблемы развития регионального сегмента Telegram позволили понять общие сложности, связанные как с функционированием мессенджера в целом (неразвитая система поиска по ключевым словам в Telegram), так и в регионе (прежде всего, слабая адаптация к новым трендам). Вместе с тем были показаны примеры хорошей подачи контента («Музей Эрзы»).

Анализ каналов-лидеров по численности подписчиков показал, что официальные СМИ уступают лидерство Telegram-каналам с пользовательским контентом, построенном на обнародовании проблемных точек региона и конкретных лиц. Анонимность данных Telegram-каналов в ближайшее время будет весьма условной, что, скорее всего, вызовет новые изменения на медиарынке.

В исследовании была зафиксирована динамика развития региональных Telegram-каналов в течение конкретного временного промежутка – 2022–2024 гг. на примере конкретного региона, что составляет новизну данного исследования. Результаты исследования могут быть использованы при изучении журналистики и медиакommunikаций в других регионах и в России в целом, а также медиaprактиками при моделировании работы своих ресурсов.

Перспективой исследования может быть дальнейшее изучение Telegram-каналов, поскольку изменения, происходящие в цифровой среде, весьма динамичны, и фиксировать их в научных работах следует регулярно. Кроме того, данная работа может быть в дальнейшем расширена до сравнения разных регионов, проведения компаративного анализа региональных Telegram-каналов разных субъектов страны.

Библиографический список

1. Батчаева З.Б., Нагаева А.А., Нагаева Э.А. Социальная сеть Telegram. *Тенденции развития науки и образования*. 2021; № 79-2: 129–130.
2. Быков И.А., Градюшко А.А. Влияние мессенджера Telegram на развитие медиaprостранств России и Беларуси: сравнительный анализ. *Вестник Казахского национального университета*. Серия: Журналистика. 2020; Т. 58, № 4: 4–12.
3. Горбань П.В. Специфика передачи информационных поводов через различные каналы коммуникации. *Политическая лингвистика*. 2024; № 2 (104): 54–65.
4. Дорохин В.Н. Феномен политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в России. *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия: Филология. Журналистика. 2019; № 1: 103–105.
5. Чечулин А.В., Бабенко В.А., Степанова Е.А., Иванова В.М. Блогосфера как специфическая среда цифровой коммуникации. *Управленческое консультирование*. 2023; № 4 (172): 81–92.
6. Алексеев А.В., Дубинин А.И. Использование Telegram-каналов в региональной прессе. *Вопросы устойчивого развития общества*. 2022; № 6: 579–586.
7. Бирагова Б.М. Телеграм-каналы как коммуникационный инструмент этнокультурного брендинга региона (на примере Республики Северная Осетия-Алания). *Kavkaz-Forum*. 2023; № 15 (22): 100–111.
8. Дементьева К.В. Развитие Telegram-каналов в медиaprостранстве российских регионов: специфика, типология, перспективы развития (на примере Telegram-каналов Республики Мордовия). *Вестник Новосибирского государственного университета*. Серия: История, филология. 2021; Т. 20, № 6: 131–144.
9. Шашкова Я.Ю., Качусов Д.А. Классификация сетевых общественных движений в городах регионов юго-западной Сибири. *Вестник Института социологии*. 2022; Т. 13, № 2: 48–64.
10. Дементьева К.В. Тенденции развития региональной блогосферы (на примере Республики Мордовия). *Вестник Новосибирского государственного университета*. Серия: История, филология. 2023; Т. 22, № 6: 103–115.

References

1. Batchaeva Z.B., Nagaeva A.A., Nagaeva E.A. Social'naya set' Telegram. *Tendencii razvitiya nauki i obrazovaniya*. 2021; № 79-2: 129-130.
2. Bykov I.A., Gradyushko A.A. Vliyaniye messendzhera Telegram na razvitiye mediaprостranstv Rossii i Belarusi: sravnitel'nyy analiz. *Vestnik Kazahskogo nacional'nogo universiteta*. Seriya: Zhurnalistika. 2020; T. 58, № 4: 4-12.
3. Gorban' P.V. Specifika peredachi informacionnykh povodov cherez razlichnye kanaly kommunikacii. *Politicheskaya lingvistika*. 2024; № 2 (104): 54-65.
4. Dorohin V.N. Fenomen politicheskikh Telegram-kanalov kak innovacionnykh cifrovyyh SMI v Rossii. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika. 2019; № 1: 103-105.
5. Chechulin A.V., Babenko V.A., Stepanova E.A., Ivanova V.M. Blogosfera kak specificheskaya sreda cifrovoy kommunikacii. *Upravlencheskoe konsultirovanie*. 2023; № 4 (172): 81-92.

6. Alekseev A.V., Dubinin A.I. Ispol'zovanie Telegram-kanalov v regional'noj presse. *Voprosy ustojchivogo razvitiya obschestva*. 2022; № 6: 579-586.
7. Biragova B.M. Telegram-kanaly kak kommunikacionnyj instrument 'etnokol'turnogo brendinga regiona (na primere Respubliki Severnaya Osetiya-Alaniya). *Kavkaz-Forum*. 2023; № 15 (22): 100-111.
8. Dement'eva K.V. Razvitie Telegram-kanalov v mediaprostranstve rossijskikh regionov: specifika, tipologiya, perspektivy razvitiya (na primere Telegram-kanalov Respubliki Mordoviya). *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Istoriya, filologiya. 2021; T. 20, № 6: 131-144.
9. Shashkova Ya.Yu., Kachusov D.A. Klassifikaciya setevyh obschestvennyh dvizhenij v gorodah regionov yugo-zapadnoj Sibiri. *Vestnik Instituta sociologii*. 2022; T. 13, № 2: 48-64.
10. Dement'eva K.V. Tendenci razvitiya regional'noj blogosfery (na primere Respubliki Mordoviya). *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Istoriya, filologiya. 2023; T. 22, № 6: 103-115.

Статья поступила в редакцию 29.09.24

УДК 811

DOI: 10.24412/1991-5497-2024-6109-454-456

Doynikova M.I., Cand. of Sciences (Philology), senior lecturer, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO) (Moscow, Russia), E-mail: doynikovami@mail.ru

NEW TRENDS IN THE USE OF ANGLO-AMERICANISMS IN MODERN GERMAN. The purpose of the work is an attempt to identify the main current trends in the use of English-language lexemes in modern German. The research allows to establish that there is an active use of English-language borrowings not only in the field of computer technology, but also in business in general. The number of Anglo-Americanisms has increased many times in marketing, finance and accounting. In these areas, English-language lexemes lose the status of terms, but become an integral part of the language of everyday communication, developing additional nuances of meaning in German, becoming an integral part of professional jargon, competing in numbers with youth jargon. Of particular interest are the abbreviations and acronyms of English-speaking origin used in business correspondence. It should be emphasized that Anglo-Americanisms, in addition to the nominative function, increasingly play the role of expressive vocabulary. At the same time, this function is implemented not only in oral speech, but also takes place in business correspondence.

Key words: Anglo-Americanization, English loanwords, abbreviations and acronyms, modern German, change of meaning

М.И. Дойникова, канд. филол. наук, доц., Московский государственный институт международных отношений (МГИМО МИД России), г. Москва, E-mail: doynikovami@mail.ru

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПОТРЕБЛЕНИИ АНГЛОАМЕРИКАНИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Целью работы явилась попытка определить основные актуальные тенденции в использовании англоязычных лексем в современном немецком языке. Проведенное исследование позволило установить, что наблюдается активное использование англоязычных заимствований не только в сфере компьютерных технологий, но и в бизнесе в целом. Количество англоамериканизмов увеличилось многократно в маркетинге, финансах и бухгалтерском учете. В указанных сферах англоязычные лексемы утрачивают статус терминов, становясь неотъемлемой частью языка повседневного общения, профессионального жаргона, развивая в немецком языке дополнительные нюансы значения, конкурируя по своей численности с молодежным жаргоном. Особый интерес представляют собой аббревиатуры и акронимы англоязычного происхождения, используемые в деловой переписке. Следует подчеркнуть, что англоамериканизмы помимо номинативной функции всё чаще выполняют функцию экспрессивной лексики. При этом данная функция реализуется не только в устной речи, но и имеет место в деловой переписке.

Ключевые слова: англоамериканизация, английские заимствования, аббревиатуры и акронимы, современный немецкий язык, изменение значения

Объектом настоящего исследования явились англоязычные заимствования, получившие своё распространение в немецком языке в первой четверти XX в.

Материалом исследования явились англоязычные лексемы, полученные в результате опроса носителей немецкого языка, проведенного в 2023 г. языковой платформой Preply с целью определить наиболее распространенные англицизмы в повседневной профессиональной жизни [https://preply.com/de/blog/anglizismen-im-berufsalltag/#:~:text=Die%20meisten%20Leute%20verwenden%20Anglizismen,ihrer%20Arbeitsumfeld%20nie%20benutzt%20werden], а также материалы таких веб-страниц, как https://www.xing.com/, https://www.karriere.at/ для выявления англоязычных обозначений должностей в немецкоязычных компаниях.

Цель исследования заключается в попытке определить актуальные тенденции в употреблении англоамериканизмов в современном немецком языке. Цель определила постановку следующих задач:

- изучить результаты опроса, проведенного языковой платформой Preply в 2023 г., и выявить профессиональные сферы, в которых наиболее часто встречаются англоамериканизмы;
- отобрать с использованием немецкоязычных веб-страниц вакансии распространенные англоамериканизмы, обозначающие должности;
- определить основные тенденции в употреблении англоязычных заимствований в современном немецком языке.

Выбор методов исследования обусловлен целью и совокупностью поставленных задач. Для отбора материала использовался метод контролируемого отбора и количественного анализа, согласно установленным критериям, так как необходимо было проанализировать частотность употребления заимствованных англоязычных лексических единиц и определить профессиональные сферы, в которых данные англоамериканизмы чаще всего встречаются. Также в работе использовались дескриптивный метод, элементы дискурсивного, лингвопрагматического, семантического и словообразовательного анализа для описания отобранных единиц, интерпретации полученного материала с целью определения актуальных тенденций в употреблении англоязычных заимствований.

Актуальность исследования обусловлена материалом и целью исследования, так как определение новых тенденций в употреблении англоязычных лексем позволит лучше понять носителей немецкого языка, чей вокабуляр немалым на данном этапе развития языка без англоамериканизмов. Более полное понимание будет способствовать, в свою очередь, успешной коммуникации и в профессиональной сфере.

Научная новизна заключается в том, что, в отличие от целого ряда работ, посвященных общим, часто теоретическим, вопросам процесса заимствования, настоящее исследование направлено на установление тенденций употребления англоязычных лексем в современном языке, основываясь на актуальном практическом материале.

Теоретическая значимость исследования заключается в выявлении новых актуальных тенденций в употреблении англоязычных лексических заимствований в современном немецком языке, что позволит, в свою очередь, более детально рассмотреть в дальнейшем процесс заимствования на данном этапе развития языка.

Практическая значимость работы видится нам в том, что материалы исследования могут быть использованы как на практических занятиях по немецкому языку, так и на занятиях по обучению профессиональному переводу, а также для составления глоссария современных англоязычных заимствований.

Уже около 80 лет английский язык благодаря своему статусу языка международного общения пополняет немецкий язык многочисленными заимствованиями. Многие ученые заговорили об «англоамериканизации» немецкого языка (Ch. Meier [1], N. Plümer [2], Hermann Zabel [3], D. E. Zimmer [4], М.И. Дойникова [5], Л.М. Шатилова [6] и др.).

Исследования, посвященные процессам заимствования, указывают на то, что количество англоамериканизмов/англицизмов в современном немецком языке за последние 10 лет выросло вдвое [7, с. 135]. Данный факт объясняется тем, что, как подчеркивает С.А. Жилюк, «в отличие от ситуации в прошлом, когда заимствования употреблялись элитой общества, в современном немецком языке они используются широкими слоями, ...вошли в моду» [8, с. 253].

Так, по-прежнему наблюдается заимствование множества терминов из области информационных технологий и употребление их именно в этой профессиональной сфере.

Проведенное исследование с опорой на актуальный материал языковой платформы Preply позволило выявить тенденцию к активному употреблению англоамериканизмов в маркетинге, финансах и бухгалтерском учете. Наиболее распространенными англицизмами в рабочей среде были названы следующие: Meeting (встреча), Feedback (обратная связь), Multitasking (многозадачность), Newsletter (информационная рассылка), Workshop (мастер-класс), Full-time (полный рабочий день), Teambuilding (создание команды), Call (звонок), Brainstorming (мозговой штурм), Deadline (крайний срок), Timing (планирование времени).