

Использование буквы «ё» в современном медийном пространстве (на примере российских журналов)

Шкапина Майя Аркадьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: mayashkapina@gmail.com

Вопрос использования буквы «ё» обсуждается не только в литературных сообществах и в современном медиапространстве, но и на законодательном уровне. Однако решение 2007 года о необязательном использовании седьмой буквы алфавита в употреблении при письме влечет за собой распространение смысловых, фактических и орфоэпических ошибок при прочтении и понимании текста [5]. В некоторых случаях выбор произношения «е» или «ё» может зависеть от контекста, как в случаях с «её», «перевернём», «упрощённый» и так далее. Однако разночтение появляется в таких словах, как «передохнем» и «передохнём», «осел» и «осёл», «все» и «всё» и прочее.

Именно поэтому российские СМИ разнятся в мнении о букве «ё» в материалах: с одной стороны, международные стандарты, а с другой — полнота языка [3]. В определении позиций по поводу седьмой буквы алфавита в медиапространстве, тенденций и закономерностей ее использования в зависимости от возраста аудитории и заключается цель данного исследования. Для этого были выбраны журналы, ориентированные на разные возрастные группы: «Нож», «N+1», «Мел», «Кинжал», «Дилетант» и «Вокруг света». Также стоит отметить, что под понятием «молодая аудитория» понимается группа людей до 25-30 лет.

В редакционных стандартах журнала «Нож» заявлено, что у него адресная и молодежная аудитория. Издатели сообщают, что они «проще», чем серьезные научные СМИ, такие как «N+1», но и не слишком «легкие о легком», как «Афиша Daily» [2]. Так, изучив Telegram-канал и сайт «Ножа», мы выяснили, что как минимум в 788 материалах с момента создания аккаунта в вышеупомянутой соцсети была использована буква «ё».

После анализа контента на сайте и в Telegram-канале журнала «N+1» мы обнаружили, что на основной платформе буква «ё» употребляется только при использовании терминов, которые могут привести к разночтению без таковой. Тем не менее в Telegram-канале издания постоянно используют рассматриваемую букву по назначению — в таких словах, как «учёный», «всё», «её» и пр. На странице «Рекламодателям» журнала «N+1» указано, что молодая часть аудитории от общего числа составляет всего 10%.

У журнала «Кинжал» нет установленных стандартов. После анализа материалов издания было выявлено, что буква «ё» используется повсеместно. Это распространяется и на сайт, и на Telegram-канал. Аудиторией же журнала, по комментарию главного редактора [4], являются молодые люди возрастом 20-35 лет.

Самая интересная история у журнала «Мел» — издания «о детях, родителях, воспитании и образовании». Букву «ё» используют во всех материалах, как в Telegram-канале, так и на сайте. Тем не менее самый большой процент аудитории — люди возрастом 35-44 года. Можно заключить, что это молодые родители, читающие про воспитание детей. Здесь выявляется непрямая закономерность употребления буквы «ё» среди молодой аудитории.

Дополняет список научно-популярных журналов издание «Вокруг света». На сайте и в Telegram-канале буква «ё» не употребляется. Однако её использование уместно в этом журнале при употреблении терминов с ней. При этом аудитория издания в большей мере (на 28%) — люди 25-40 лет.

Последний из рассматриваемых журналов — «Дилетант». Как заявлено на странице сайта «Реклама на Дилетанте», основная часть аудитории — 55+ лет (27%). Нарушая тенденцию, буква «ё» в журнале активно используется. Это было выявлено после анализа сайта и Telegram-канала. Однако стоит отметить тематику издания — история. Сохранение использования всех букв алфавита также может быть рассмотрено со стороны культуры [1].

Из приведенных тезисов следует, что СМИ с молодой аудиторией до 25-30 лет используют букву «ё» гораздо чаще, чем издания с более зрелой аудиторией. Бесспорно, это также коррелирует с тематикой издания, но закономерности использования седьмой буквы алфавита подтверждаются благодаря проведенному исследованию.

Источники и литература

- 1) Зеленкова Л.В. Журнал «Дилетант»: стилевые особенности издания // Время науки, 2021, №1, с. 13–21
- 2) Максимова Н.В. Структура и предметное наполнение онлайн-журнала «Нож» // Медиасреда, 2020 №1, с. 158-162
- 3) Распопова С.С., Редакционный стандарт как механизм независимого СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2021, №2 (40), с. 200–204
- 4) Филиппова А., Максим Ильяхов о «Кинжале»: «Настоящее — в мемах, гайдах, карточках, коротких форматах» // Журналист, 16.07.2021 №7
- 5) Чумаков В.Т., Буква ё в современном русском языке // Народное образование, 2010 №6, с. 72–76
- 6) Вокруг света, сайт, <https://www.vokrugsveta.ru>
- 7) Вокруг света, Telegram-канал, <https://t.me/vokrugsveta1861>
- 8) Дилетант, сайт, <https://diletant.media>
- 9) Дилетант, Telegram-канал, <https://t.me/diletantmagazine>
- 10) Кинжал, сайт, <https://kinzhal.media>
- 11) Кинжал, Telegram-канал, https://t.me/Le_kinzhal
- 12) Мел, сайт, <https://mel.fm>
- 13) Мел, Telegram-канал, <https://t.me/melfm>
- 14) Нож, сайт, <https://knife.media>
- 15) Нож, Telegram-канал, <https://t.me/knifemedia>
- 16) N+1, сайт, <https://nplus1.ru>
- 17) N+1, Telegram-канал, <https://t.me/nplusone>