

Научная статья

[https://doi.org/ 10.23672/SEM.2023.64.35.001](https://doi.org/10.23672/SEM.2023.64.35.001)

УДК: 808



ЦЕННОСТНО-РЕЧЕВЫЕ ОРИЕНТИРЫ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНЧЕСТВА В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Машкович О.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления "НИНХ"»

Аннотация. *Статья посвящена изучению ценностно-речевых ориентиров студенчества – аудитории, определяющей и формирующей ценностный базис современности. Актуальность исследования определяется социальной нестабильностью и трансформацией культурных и ценностных основ общества в условиях турбулентности и цифровизации. Методом исследования выступило анкетирование. Результаты анкетирования демонстрируют отсутствие единого ценностно-речевого лидера у молодого поколения. В перечне единичных ответов студенты указывают разнообразных медийных личностей и блогеров, что подтверждает гипотезу о трансформации классического понимания оратора в условиях турбулентности общества. В ценностно-речевое ядро, определяющее эффективность речи, вошли аксиологемы преимущественно отечественного риторического идеала, отражающие традиционные ценности речевого идеала. Результаты риторической самодиагностики студентов продемонстрировали необходимость системной риторической подготовки студенчества, формирующей впоследствии не только речевые, но и ценностные эталоны молодого поколения.*

Ключевые слова: *цифровизация, риторический идеал, студенчество, лингвоаксиология, цифровая риторика, анкетирование, турбулентность, ценностно-речевые ориентиры, глобализация, медиакоммуникации.*

VALUES AND SPEECH GUIDELINES OF MODERN STUDENTS IN CONDITIONS OF TURBULENCE AND DIGITIZATION OF SOCIETY

Olga A. Mashkovich

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Novosibirsk State University of Economics and Management"

Abstract. *The article is devoted to the study of the value and speech guidelines of students - the audience that determines and shapes the value basis of our time. The relevance of the study is determined by social instability and the transformation of the cultural and value foundations of society in conditions of turbulence and digitalization. The research method was a questionnaire. The results of the survey demonstrate the absence of a single value-speech ideal among the younger generation. In the list of single answers, students indicate a variety of media personalities*

and bloggers, which confirms the hypothesis about the transformation of the classical understanding of the speaker in the conditions of turbulent society. The value-speech core, which determines the effectiveness of speech, includes axiologems of predominantly the domestic rhetorical ideal, reflecting the traditional values of the domestic speech ideal. The results of rhetorical self-diagnosis of students demonstrated the need for systematic rhetorical training of the younger generation, which subsequently forms not only speech, but also value standards of students.

Key words: digitalization, rhetorical ideal, students, linguoaxiology, digital rhetoric, questioning, turbulence, value-speech guidelines, globalization, media communications.

Введение.

Большинством исследователей современная эпоха по праву считается эпохой турбулентности. Яницкий О.Н. определяет этот социальный феномен как «крайнюю степень нестабильности мировой экономической и политической системы, когда вероятность достижения точки ее бифуркации и/или слома очень высока» [6].

Нестабильность охватывает все сферы человеческой жизни: не только материальные, но и духовные. Трансформации и неопределенности подвергаются культурные и ценностные основы общества. Общественное сознание заполняется новыми моделями поведения, примерами и ориентирами. Безусловно, ведущим инструментом распространения новых ценностных парадигм становятся активно развивающиеся цифровые технологии – «эпоха цифровизации коренным образом меняет эту парадигму, трансформируя, прежде всего, ценностную и смысловую ориентацию» [1, с. 44].

Цифровизация общества трансформирует уже сформировавшиеся сферы знаний. С высокой степенью уверенности можно говорить о формировании новой области цифровой риторики, о возникновении которой

пишет А.А. Шмаков. Согласно его пониманию, цифровая риторика есть «развивающаяся форма коммуникации, созданная и распространяемая через медиатексты, как наука и искусство информирования, убеждения и побуждения к действию аудитории через цифровые каналы» [5, с. 108].

Процессы же глобализации, деглобализации, информатизации и политической/экономической дестабилизации общества интенсифицируют скорость турбулентной динамики.

Глобализация предполагает «формирование единого мира и взаимосвязи обществ во всех аспектах: политическом, экономическом и культурном» [Петров, с. 83], что ведет к унификации ценностей на всех уровнях существования общества.

В условиях глобальной неустойчивости приоритетом социума становится сохранение культурных ценностей, которые обеспечивают устойчивость и жизнеспособность национальных культур и сообществ.

Обсуждение.

Сфера ценностей описывается и изучается аксиологией. Лингвоаксиология, являющаяся аспектологической частью аксиологии, занимается вопросами формирования коммуни-

кативных ценностей различных обществ и механизмами их выражения [4]. Языковым явлением, связывающим ценности и языковое воплощение, является риторический идеал. Риторический идеал обусловлен слиянием ценностных ориентиров культуры и его языкового воплощения. Он представляет собой "иерархию коммуникативных ценностей, отражающих требования к речи и речевому поведению носителей определенной культуры" [2, с. 47]. Представления о риторическом идеале базируются на ценностных установках и ориентирах, актуальных для общества в конкретный период времени.

Основу исследования составляет концепция А. К. Михальской. По А.К. Михальской, риторический идеал представляет собой "систему наиболее общих требований к речи и речевому поведению, исторически сложившуюся в определенной культуре и отражающую систему ее ценностей – эстетических и этических (нравственных)" [2, с. 34–47].

Типология А. К. Михальской недостаточно полно описывает реальную практику коммуникативного существования в современном обществе.

Глобализационные процессы, активное взаимодействие и слияние культур, а также новые социально-экономические и информационно-коммуникационные условия трансформируют традиционные, уже сложившиеся представления. Эти факторы также подчеркивают необходимость изучения риторического идеала в лингвоаксиологическом контексте с

упором на выявление его ценностных аспектов.

С целью изучения ценностно-речевых ориентиров молодого поколения было проведено анкетирование. Опрос проводился среди студентов вузов России (НГТУ, НГУ, Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС, НГУЭУ, МГУ, СПбГУ, ВГУ, ДФУ, КГУ им. К.Э. Циолковского, РГПУ им. А.И. Герцена, СахГУ, Смоленского государственного медицинского университета и др.) в возрасте от 18 до 23 лет в период с 2015 по 2023 год.

В общей сложности получено 736 анкет, соответственно структуре анкеты, – 5004 реакции. Целевой аудиторией исследования было выбрано современное студенчество, так как именно эта группа активно участвует в существующих коммуникативных ситуациях, а в будущем будет определять и формировать ценностные нормы речевого взаимодействия.

Данная статья представляет собой анализ результатов и наблюдений 2023 года. Количество анкет 2023 года составило 161 единицу и 1094 реакции.

Результаты.

Первый вопрос был ориентирован на выявление риторических лидеров современного студенчества: *«Назовите российского современника из числа известных широкой общественности лиц, которого Вы считаете успешным оратором».*

Характерной особенностью ответов 2023 года является преобладание единичных уникальных ответов. Можно утверждать, что у молодого поколения отсутствует единый ценностно-речевой лидер. В своих ответах студенты указывают на самых разных медийных личностей и блогеров, что отражает изменения в представлении о риторике в условиях цифровизации. Теперь ораторами становятся не только традиционные публичные спикеры, но и лидеры мнений в онлайн-среде, ведущие общение с аудиторией в формате блогов и через различные цифровые платформы. Наиболее часто упоминаемыми речевыми лидерами стали: Владимир Путин, Сергей Лавров, Ирина Хакамада, Андрей Курпатов, Сергей Минаев, Ксения Собчак, Артемий Лебедев и другие.

Первая группа упомянутых личностей (В. Путин, С. Лавров) представляет собой медийных персон, которые часто упоминаются и популярны как в традиционных, так и в цифровых медиа благодаря активности в определенных политических и социальных событиях.

Вторая категория отмеченных риторических лидеров взаимодействует со своей аудиторией в основном через социальные сети и различные видео-платформы, такие форматы как вертикальное/горизонтальное видео, влоги, обзоры, сторис и другие форматы, а также проводят стримы, подкасты и публикуют текстовые сообщения в виде постов.

В совокупности, эти две группы формируют речевые, ценностные и

культурные ориентиры, идентичность молодой аудитории.

Важно отметить, что студенты выбирают риторических лидеров не на основе оценки и анализа их выступлений, а исходя из уровня популярности и активности в цифровом пространстве. Цифровая трансформация средств массовой информации и общения требует от лидеров мнений создания контента и перманентного присутствия в медийной и онлайн-среде. Личность человека существует лишь в том случае, если она отражена и зафиксирована в цифровом формате.

Также, студентам было необходимо выделить свойства, обеспечивающие речевую успешность: *«В приведенном ниже списке отметьте свойства, которые, на ваш взгляд, обеспечивают успех речи».*

- Демонстрация уважения аудитории.
- Установка на успешность речи.
- Соревновательность речи и стремление одержать победу посредством речи.
- Естественность.
- Стремление к гармонизации диалога со слушателями.
- Агрессивность.
- Истинность.
- Нравственность.
- Скромность.
- Диалогичность в отношении к аудитории.

В рамках опроса с множественным выбором результаты распредели-

лись следующим образом: 77% участников выделили естественность, понимаемую как открытое выражение желаний и эмоций говорящего; 58% участников выбрали демонстрацию уважения к аудитории в качестве фактора речевой успешности; 53% участников указали стремление к гармо-

ничному взаимодействию с аудиторией; 41% участников отметили истинность как критерий речевой эффективности; установка на успех получила 40% голосов; диалогичность – 36%; нравственность – 12%; соревновательность в речи – 6%; агрессивность – 3%; скромность – 0%. (рис. 1).

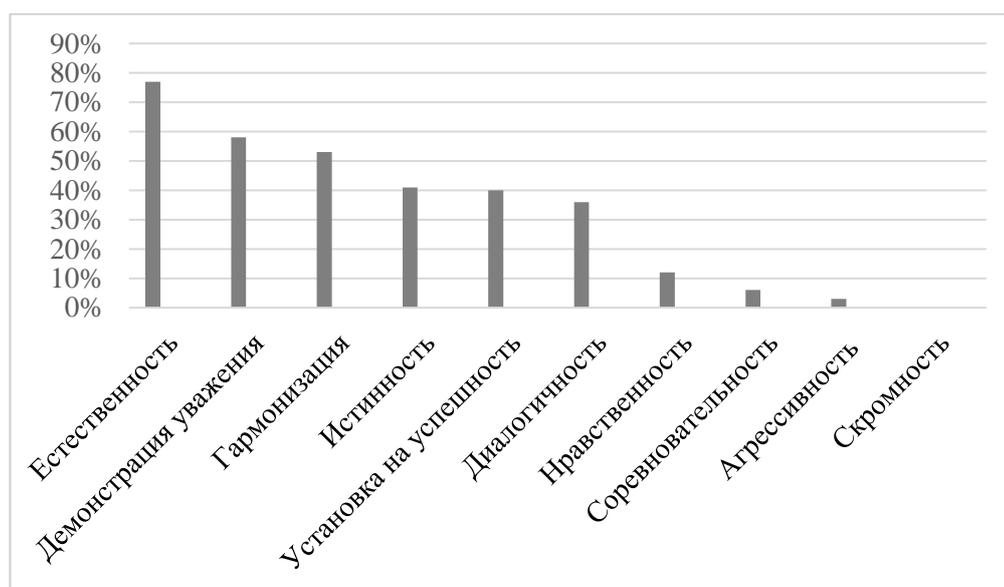


Рисунок 1. Распределение ответов испытуемых о свойствах, обеспечивающих успех речи (%).

Согласно результатам опроса, ценностно-речевое ядро, определяющее эффективность речи, включает аксиологемы преимущественно отечественного РИ. В тройку лидирующих свойств вошли: демонстрация уважения собеседнику и гармонизация, отражающие традиционные ценности отечественного речевого идеала. Требование естественности, получившее максимальное количество голосов, отражает ценностно-речевые ориентиры американизированного РИ. Подобный результат демонстрирует трансформацию представлений о речевом поведении в условиях информатизации и цифровизации общества,

где в перманентном потоке информации становится необходимым выделяться и устанавливать контакт с аудиторией посредством эмоциональной связи, которая создается, в том числе, за счет естественного речевого поведения, предполагающего свободную демонстрацию эмоций и взаимодействия.

В следующем вопросе студентам требовалось охарактеризовать речевое поведение россиян: «Отметьте три свойства речи, характеризующие речевое поведение россиян». Целью данного вопроса являлась необходимость в разграничении

идеализированных ожиданий и представлений о речи (полученных в предыдущем задании) от реальной ежедневно наблюдаемой речевой практики современного студенчества.

Здесь лидирующее количество голосов было отдано аксиологеме естественности – 57%, соревнователь-

ность в речи отметили 47%, агрессивность – 46%, нравственность – 30%, диалогичность указали 30%, истинность – 24%, установку на успешность – 19%, стремление к гармонизации диалога – 18%, демонстрацию уважения – 16%, скромность была отмечена 14% (рис. 2).

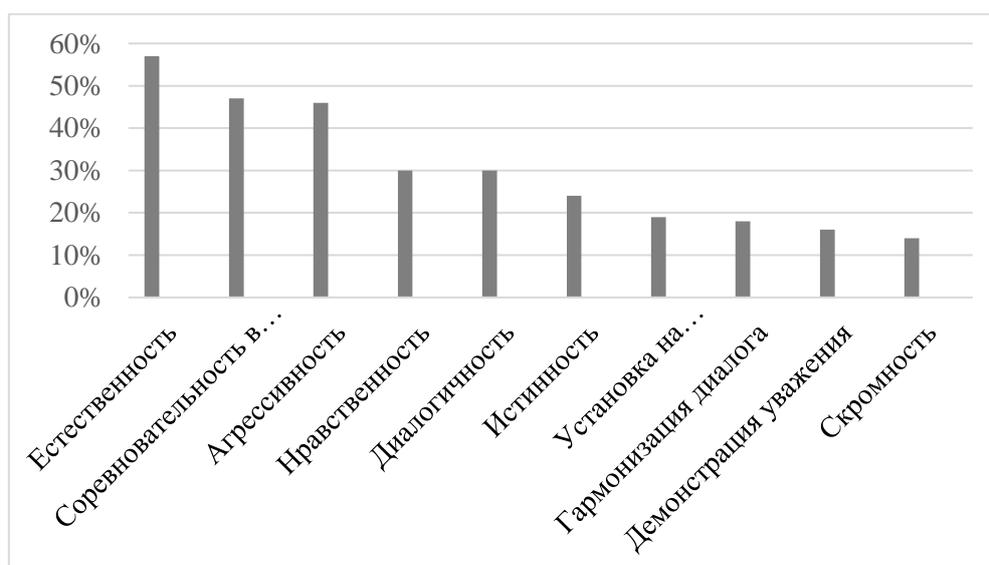


Рисунок 2. Распределение ответов испытуемых о свойствах, характеризующих речевое поведение россиян (%)

Вновь лидирующей ценностью стала естественность речевого поведения. Также, в ядро характеристик речевого поведения россиян вошли соревновательность и агрессивность. Такую интерпретацию мы обуславливаем практическим опытом студентов, полученным в результате наблюдений за современными массовыми медийными продуктами, которые акцентируют внимание на агрессивном и эмоциональном речевом поведении.

Следующий вопрос был направлен на риторическую самодиагностику студенчества. 57% опрошенных студентов не оценивают себя в качестве успешных ораторов. 22% опреде-

ляют себя успешными ораторами в зависимости от аудитории и нуждаются в дополнительной практике и обучении для достижения более высокого результата. Лишь 21% студентов оценивают свои ораторские навыки как успешные. Это свидетельствует о необходимости развития всесторонней риторической подготовки для молодого поколения, способной формировать не только умения выступать публично, но и ценностные установки.

Заключение.

Активно развивающиеся цифровые форматы и платформы формируют и трансформируют речевые иде-

алы молодого поколения. Возможности цифрового формата видеоконтента увеличивают количество речевых лидеров, повышая уровень конкурентности и необходимости привлекать и удерживать внимание получателя сообщения/потребителя контента, что закономерно ведет к доминированию требования естественности речи, предполагающей яркую и открытую демонстрацию эмоций и желаний.

Несмотря на изменения условий коммуникативного и медийного

состояния общества, влияние цифровизации, информатизации и глобализации, ядро ценностно-речевых представлений молодого поколения составляют традиционные ценности демонстрации уважения собеседнику и гармонизации коммуникации, что в условиях турбулентности является положительной тенденцией, способствующей сохранению национальной идентичности, являющейся, по мнению автора статьи, одной из ключевых задач современности.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература:

1. Замараева Е.И. Социокультурные трансформации в эпоху цифровизации // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2021; 11 (1). С. 43–48.
2. Михальская А. К. Сравнительно-историческая риторика: учеб. пособие. М., 2015.
3. Петров И.Ф. Глобализация и культурная универсализация потребления // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. №7-1. С. 83–86.
4. Сидорова, Н. А. Основы лингвоаксиологической концепции речевой коммуникации: автореферат дис. ... д-ра филологических наук. М., 2011.
5. Шмаков А.А., Ермишина А.А. Цифровая риторика как инструмент создания позитивного речевого образа власти // Алтайский вестник государственной и муниципальной службы. 2020. № 18. С. 107–109.
6. Яницкий О.Н. «Турбулентные времена»: слоган или проблема социологии? URL: http://www.ssa-rss.ru/index.php?id=508&page_id=19 (дата обращения: 21.11.2023)].

References:

1. Zamaraeva E.I. Sociocultural transformations in the era of digitalization // Humanities. Bulletin of the Financial University. 2021; 11(1). pp. 43–48.
2. Mikhalskaya A.K. Comparative-historical rhetoric: textbook. allowance. M., 2015.
3. Petrov I.F. Globalization and cultural universalization of consumption // International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2020. No. 7-1. pp. 83–86.
4. Sidorova, N. A. Fundamentals of the linguoaxiological concept of speech communication: abstract of thesis. ... Doctor of Philological Sciences. M., 2011.
5. Shmakov A.A., Ermishina A.A. Digital rhetoric as a tool for creating a positive speech image of power // Altai Bulletin of State and Municipal Service. 2020. No. 18. pp. 107–109.

6. Yanitsky O.N. "Turbulent times": slogan or problem of sociology? URL: http://www.ssa-rss.ru/index.php?id=508&page_id=19 (access date: 11/21/2023)].

Информация об авторе:

Машкович Ольга Александровна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью, факультета корпоративной экономики и права, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления "НИНХ"». Новосибирск, Россия., mashkovich.olya@yandex.ru

Olga A. Mashkovich, PhD in Philology, Senior Lecturer at the Department of Marketing, Advertising and Public Relations, Faculty of Corporate Economics and Law, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Novosibirsk State University of Economics and Management "NINH"". Novosibirsk, Russia.