

НЕНОРМАТИВНАЯ ЛЕКСИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И НА ВИДЕО-ПЛАТФОРМАХ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНО-РЕЧЕВОЙ КАРТИНЫ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ

Машкович Ольга Александровна

Кандидат филологических наук, доцент, Новосибирский государственный университет экономики и управления
mashkovich.olya@yandex.ru

ABNORMAL VOCABULARY IN SOCIAL NETWORKS AND VIDEO PLATFORMS AS A WAY TO FORM THE VALUES AND SPEECH PICTURE OF THE YOUNG GENERATION

O. Mashkovich

Summary. The aim of the study is to identify the degree of influence of profanity in social networks and video platforms on the value-speech picture of the younger generation. The article describes the grounds for studying the phenomenon of obscene vocabulary in the context of the modern information field, the development of a questionnaire as a tool for sociological research, and the questionnaire procedure. The scientific novelty lies in the definition of a new function of obscene language, used today as a leading tool for attracting an audience and forming value-speech norms of modern students in the context of consumption of content on social networks and video platforms. The results of the study demonstrated the loss of taboo, familiarity and mass presence of obscene language in the information field of the younger generation. It is determined that the mat is becoming one of the leading tools for engaging a young audience in the context of digital consumerism, high content competition and the mediatization of the information space. It was revealed that the vast majority of modern students assess the presence of a mat in the information field neutrally, do not consider prohibitions on obscene language necessary, and also do not associate the influence of a mat in the media space on the amount of obscene language in their own speech.

Keywords: sociolinguistics, obscene vocabulary, value-speech picture of the world, mediatization, social networks, modern students.

Аннотация. Целью исследования является выявление степени влияния ненормативной лексики в социальных сетях и видео-платформах на ценностно-речевую картину молодого поколения. В статье описаны основания изучения феномена обценной лексики в контексте современного инфополя, разработка анкеты как инструмента социолингвистического исследования, процедура анкетирования. Научная новизна заключается в определении новой функции нецензурной лексики, используемой сегодня как ведущий инструмент привлечения аудитории и формирования ценностно-речевых норм современного студенчества в условиях потребления контента социальных сетей и видео-платформ. Результаты исследования продемонстрировали утрату табуированности, привычность и массовость присутствия нецензурной лексики в инфополе молодого поколения. Определено, что мат становится одним из ведущих инструментов вовлечения молодой аудитории в условиях цифрового консьюмеризма, высокой контентной конкуренции и медиатизации информационного пространства. Выявлено, что подавляющее большинство современных студентов оценивает присутствие мата в инфополе нейтрально, не считает запреты на обценную лексику необходимыми, а также не связывает влияние мата в медиaprостранстве на количество нецензурной лексики в их собственной речи.

Ключевые слова: социолингвистика, обценная лексика, ценностно-речевая картина мира, медиатизация, социальные сети, современное студенчество.

Введение

Значительную роль в формировании современной коммуникативной культуры, помимо традиционных офлайн-форм межличностной, групповой и массовой коммуникации, играет онлайн-пространство, включающее социальные сети и видео-платформы как каналы трансляции и обмена сообщениями в обществе.

Согласно данным ВЦИОМ за 2023 год, 92 % молодежи в возрасте от 18 до 24 лет ежедневно проводят время в социальных сетях, а среднее количество минут в день составляет 272 (<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechenost-i-predpochtenija>). Очевидно, что подоб-

ный высокий уровень вовлеченности оказывает влияние на формирование представления молодого поколения о современных ценностно-речевых нормах поведения, транслируемых в новых медиа. *Актуальность исследования* определяется тем, что транслируемые речевые модели, содержащие нецензурную лексику, трансформируют традиционные речевые паттерны, отдаляют потребителей подобного контента от традиционных литературных норм русского языка, что, несомненно, становится причиной ценностно-речевой деградации молодого поколения.

Изучению и оценке феномена мата в речи молодого поколения посвящены исследования И.В. Высоцкой, Н.В. Максимовой [3], И.В. Мешковой, Л.П. Завьяловой [8].

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

- Осмыслить теоретические основания изучения феномена обсценной лексики.
- Разработать содержание анкеты как инструмента социологического исследования.
- Провести процедуру анкетирования, осуществить обработку данных, представить результаты исследования.

В ходе работы были использованы следующие *методы исследования*: описательно-аналитический метод позволил сформировать представление о признаках, параметрах и характеристиках изучаемого объекта; метод анкетирования и количественно-статистический метод с использованием онлайн-сервиса для онлайн-тестирования и опросов Google Forms позволили собрать, систематизировать, проанализировать и привести реакции респондентов к количественным показателям. Общенаучные методы и приемы сравнения и сопоставления позволили выявить ценностно-речевые трансформации современной речевой картины в сравнении с традиционными литературными речевыми нормами.

Материалом исследования послужили результаты анкетирования студентов Новосибирского государственного университета экономики и управления в возрасте 17–23 лет. Общее количество анкет составило 163 единицы.

Теоретическую базу исследования составили работы Б.А. Успенского [10], посвященные русской экспрессивной фразеологии; исследования И.В. Высоцкой и Н.В. Максимовой [3], И.В. Мешковой и Л.П. Завьяловой [8] об обсценной лексике и ее использовании молодым поколением в современной коммуникативной ситуации; труды А.М. Шилина [11] и А.В. Васильева [2], описывающие современную коммуникативную культуру в эпоху глобализации и информатизации; исследования А.В. Гурьяновой и А.В. Тимофеева [4], раскрывающие специфику возникновения общества цифрового консьюмеризма, определенного одной из ведущих причин трансформации отношения молодого поколения к ненормативной лексике; а также труды М.М. Бахтина [1] и И.М. Дзялошинского [5], позволившие интерпретировать полученные результаты через призму феномена медиакарнализации.

Практическая значимость исследования состоит в возможности и необходимости использования полученных результатов в коррекции существующей медийной информационно-речевой парадигмы в соответствии с традиционными речевыми ценностями русской культуры. Материалы исследования также могут быть использованы в рамках курсов, связанных с культурой речи и медиакоммуникациями, а также в создании учебных пособий по одноименным дисциплинам.

Обсуждение и результаты

Русскоязычный Интернет рассматривается как особое информационное, социальное, психологическое и лингвистическое пространство [6, с. 46]. К характерным признакам интернет-среды относят виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность и мозаичность [9]. Указанные характеристики интернет-пространства в полной мере соответствуют правилам и нормам социальных сетей и видеохостингов. Контент в социальных сетях и на видео-платформах характеризуется ярко выраженной экспрессивностью и креативностью. Условия высокой контентной конкуренции и цифрового консьюмеризма, понимаемого как «стремление людей к непрерывному потреблению информации» [4] определяют характер подачи информации, специфику транслируемых ценностей, коммуникации и речи. Каждый член глобального цифрового общества выступает активным потребителем / производителем / распространителем цифровой продукции / контента.

Вслед за М.М. Бахтиным [1] и И.М. Дзялошинским [5] резонно говорить о карнализации информационного поля и речевого взаимодействия в интернет-пространстве.

Одним из инструментов экспрессии и захвата внимания аудитории в условиях свободы и отсутствия строгой цензуры в социальных сетях и на видео-платформах, следуя всем принципам медиакарнализации, становится обсценная лексика, распространение которой активизируется в эпоху информатизации [11], цифровизации [7], глобализации [2] и медиатизации [5]. Отличительной чертой современного интернет-пространства становится не просто активное оперирование ненормативной лексикой, а абсолютная потеря такой отличительной и определяющей феномен обсценной лексики черты как табуированность, учитывая, что традиционно «запреты на соответствующие выражения носят абсолютный, а не относительный характер» [10 с. 200]. Современные же видеоролики на видео-платформах и в социальных сетях изобилуют матерной лексикой настолько, что их наличие и употребление становится привычной нормой, а отсутствие мата и оперирование исключительно русским литературным языком переходят в разряд уникальной, нетипичной подачи информации.

Для определения степени влияния нецензурной лексики соцсетей и видео-платформ на ценностно-речевую картину молодого поколения было проведено социолингвистическое исследование, главным инструментом которого стало анкетирование. Респондентами опроса были выбраны студенты Новосибирского государственного университета экономики и управления в возрасте 17–23 лет. Выбор данной целевой аудитории объясняет

ся тем, что именно ценностно-речевые ориентиры молодого поколения формируют современную коммуникационную действительность и будут определять нормы будущего речевого социального взаимодействия.

Первый вопрос в анкете был направлен на общую диагностику частотности использования нецензурной лексики в речи современного студента.

1. Как часто вы используете в своей речи нецензурную лексику?

Согласно полученным ответам 62,6 % студентов используют в своей речи мат часто, каждый день, 30,7 % опрошенных прибегают к обсценной лексике в эмоциональных, напряженных ситуациях, 5,5 % используют мат редко и 1,2 % не используют в своей речи нецензурную лексику.

Результаты ответов подтверждают предположения и наблюдения о повсеместной распространенности нецензурной лексики. Отдельное внимание уделим ответу об использовании мата в эмоциональных ситуациях, что отсылает данное явление к карнавальной составляющей современного медиапространства (Рис. 1).

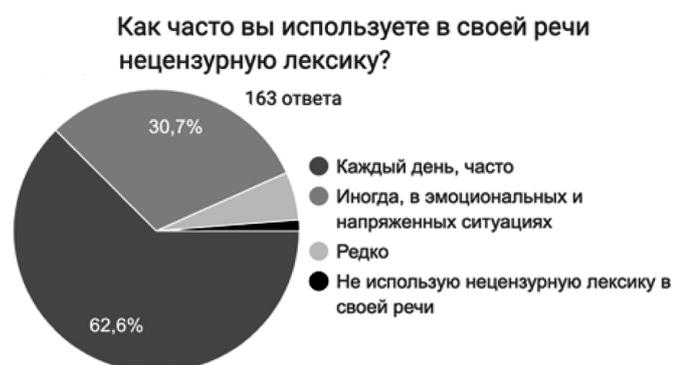


Рис. 1. Частотность использования нецензурной речи современным студенчеством

Второй вопрос был направлен на выявление типичных ситуаций для использования студентами исследуемого пласта лексики.

2. В каких ситуациях вы используете нецензурную лексику?

В результате множественного варианта ответов лидирующими контекстами использования обсценной лексики стали: общение с друзьями (93,9 %), общение в мессенджерах (81 %), дом (56,4 %), университет (53,4 %), в социальных сетях (42,3 %), на работе (30,1 %), другое (8,6 %). Использование мата в социальных сетях занимает одну из лидирующих позиций, что подтверждает доминирующее влияние этой платформы на формирование ценностно-речевой картины молодого поколения (Рис. 2)

Целью *третьего вопроса* было определить отношение респондентов к обсценной лексике.

3. Использовать мат — это нормально?

Большинство, 63,2 %, студентов считают, что использование мата может быть уместным и зависит от ситуации, 33,1 % убеждены, что использование мата является нормой в целом и только 3,7 % опрошенных считают использование мата неприемлемым. Подобные результаты демонстрируют негативную тенденцию, так как 96,3 % опрошенных толерантны к использованию нецензурной лексики и даже считают это нормой (Рис. 3).

Четвертый вопрос был направлен на определение необходимости границ и запретов в использовании мата в представлении студентов.

4. Необходимы ли в обществе границы и запреты в использовании мата?

В каких ситуациях вы используете нецензурную лексику?

163 ответа

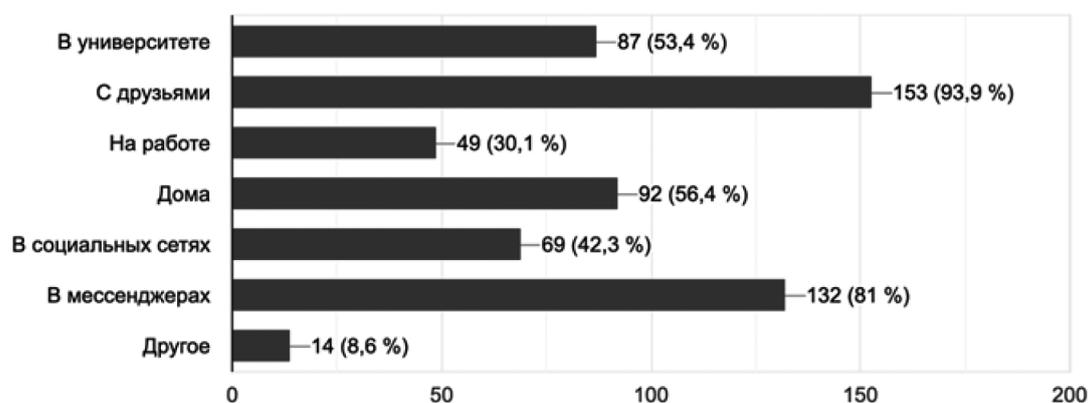


Рис. 2. Частотные контексты использования нецензурной лексики современным студенчеством

Использовать мат – это нормально?

163 ответа

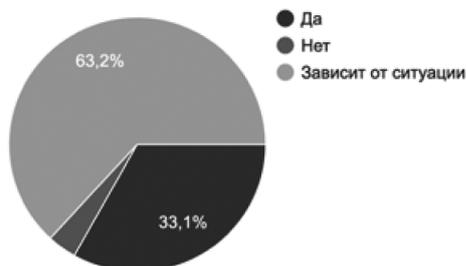


Рис. 3. Отношение современного студенчества к использованию нецензурной лексики

Необходимы ли в обществе границы и запреты в использовании мата?

163 ответа

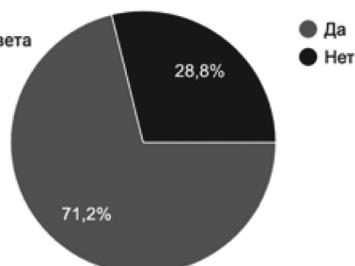


Рис. 4. Представление современного студенчества о необходимости границ и запретов в использовании мата

Подавляющее большинство, 71,2 % опрошенных, считает запреты и ограничения в обществе необходимыми, 28,8 % придерживаются противоположного мнения (Рис. 4).

В ответе на *пятый вопрос* респонденты должны были дать оценку использованию мата в социальных сетях.

5. Использовать мат в социальных сетях — это нормально?

65 % оценивают присутствие нецензурной лексики нейтрально — они могут потреблять контент с матом и без него, 25,8 % считают наличие мата нормальным и только 9,2 % респондентов оценивают использование мата в соцсетях негативно, что также подтверждает важность влияния речевого пространства социальных сетей на формирование речевой картины мира исследуемой аудитории. Мы видим, что для 90,8 % наличие и контентно-информационное потребление мата в социальных сетях является абсолютной нормой (Рис. 5).

В *шестом вопросе* студенты должны были дать оценку использованию мата на различных видео-платформах. 47,9 % относятся к этому нейтрально 42,3 % — нормально, 9,8 % — отрицательно (Рис. 6).

6. Как вы оцениваете использование мата на различных видео-платформах?

Использовать мат в социальных сетях – это нормально?

163 ответа

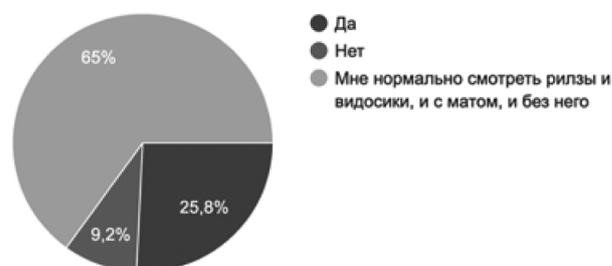


Рис. 5. Распределение ответов респондентов о приемлимости использования мата в социальных сетях

Как вы оцениваете использование мата на различных видео-платформах?

163 ответа

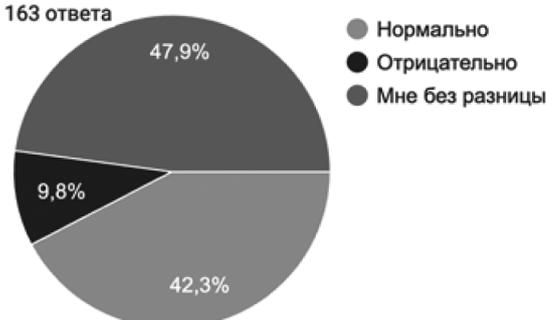


Рис. 6. Распределение ответов респондентов об использовании нецензурной лексики на различных видео-платформах

В *седьмом открытом вопросе* студентам было необходимо указать причины, по которым люди используют обсценную лексику в социальных сетях.

7. Как вы думаете, зачем люди в социальных сетях используют мат?

Преобладающими причинами по мнению студентов являются: «чтобы выразить эмоции», «чтобы вызывать эмоции», «по привычке», «быть на волне с аудиторией», «казаться крутыми», что вновь отсылает нас к эмоциональной, карнавальной функции лексики.

Целью *восьмого вопроса* было выяснить, влияет ли наличие мата в социальных сетях и на видео-платформах на количество нецензурной лексики в речи студентов.

8. Влияет ли свободное использование мата в социальных сетях и на видео платформах на количество мата в вашей речи?

73,5 % опрошенных считают, что это никак не взаимосвязано 26,5 % отмечают влияние нецензурной лексики интернет-пространства на их собственную речь (Рис. 8).

Влияет ли свободное использование мата в социальных сетях и на видео платформах на количество мата в вашей речи?

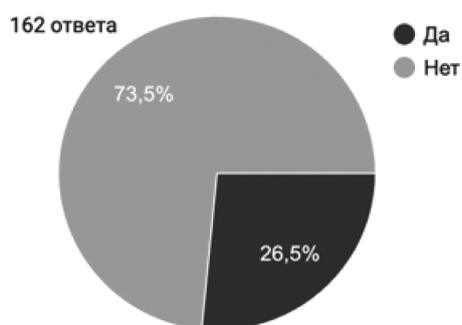


Рис. 7. Распределение ответов испытуемых на вопрос о влиянии мата в социальных сетях на речь респондентов

Вас устраивает сложившаяся ситуация?

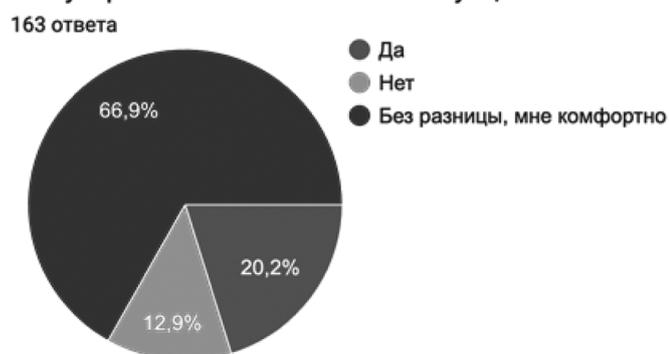


Рис. 8. Распределение ответов испытуемых об отношении респондентов к трансформации современного медиаполя

Девятый вопрос анкеты был направлен на саморефлексию студентов по поводу сложившейся ситуации.

9. Вас устраивает сложившаяся ситуация?

66,9 % относятся к наличию и активному использованию нецензурной лексики в соцсетях и на видео-платформах нейтрально, отмечая, что в целом, им без разницы. 20,2 % студентов все устраивает, 12,9 % не довольны сложившихся ситуацией (Рис. 8).

Десятый вопрос анкеты был направлен на диагностику дальнейших действий респондентов.

10. Планируете ли вы работать над своей речью и уменьшать количество мата в вашей речи?

45,4 % студентов ответили, что не планируют работать над своей речью и уменьшать количество мата, 54,6 % отметили, что планируют уменьшить количество нецензурной лексики (Рис. 9).

Планируете ли вы работать над своей речью и уменьшать количество мата в вашей речи?

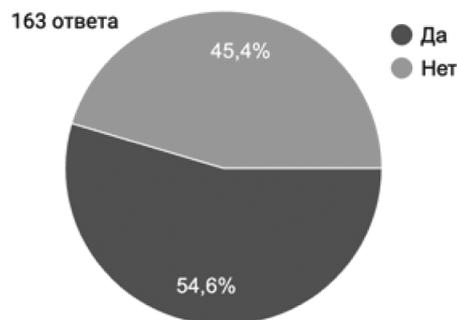


Рис. 9. Распределение ответов респондентов на вопрос о дальнейшей работе над своей речью

Стремление 54,6 % опрошенных студентов к работе над своей речью, безусловно, дает надежды на изменение текущей ситуации, тем не менее, опасной зоной остаются ответы почти половины респондентов, не планирующих изменять что-либо.

Полученные в ходе ответов наблюдения свидетельствуют о фактической трансформации ценностно-речевой картины мира молодого поколения, об отсутствии речевых ограничений и норм, навязывающих новые речевые паттерны, а также о необходимости коррекции и регулирования современного коммуникативного взаимодействия в информационном и медиаполях.

Заключение

Результаты обработки и анализа, полученных в ходе анкетирования студентов данных, позволили прийти к следующим выводам:

1. Выявлено активное использование, а также привычность и массовость потребления нецензурной лексики в инфополе молодого поколения. Подобная привычность и обыденность существования табуированной лексики объясняется процессом цифровой консьюмеризации и высоким уровнем контентной конкуренции, где ради вовлечения аудитории, привлечения внимания и продвижения контента стирается граница между бытовым и медийным, личным и общественным, табуированным и дозволенным. Цифровой консьюмеризм и конкурирование за аудиторию определяют характер повествования и коммуникации, где развлечение и завоевывание внимания становятся самоцелью и главным воздействующим инструментом коммуникации.
2. В вышеперечисленных условиях именно нецензурная лексика, мат теряет свою табуированность и становится одним из ведущих инструментов, вызывая и создавая эмоциональную связь и ока-

зывая эмоциональное воздействие на получателей сообщений, тем самым автоматически трансформируя традиционные представления о норме и ценностно-речевую картину мира молодого поколения.

3. Отношение студентов к трансформации традиционных литературных медийных норм на новые ценностно-речевые практики определено как безразличное, что, несомненно, вызывает тревожность и озабоченность. Парадоксально, что при подобных ответах респонденты убеждены в том, что мат в медиапространстве никак не влияет на их собственную речь, что свидетельствует об отсутствии достаточного уровня рефлексии и самоанализа у современного студенчества

и подтверждает необходимость / актуальность коррекции существующей медийной информационно-речевой парадигмы в соответствии с традиционными литературными речевыми ценностями русской культуры.

Перспективами дальнейшего исследования видятся увеличение количества анкетированных, углубление и расширение экспериментальной части исследования, а также разработка научных и образовательных материалов / курсов / дисциплин, направленных на формирование традиционной ценностно-речевой картины мира молодого поколения, стремящейся к идеалам речевого поведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Худ. лит., 1965.
2. Васильев А.В. Культура коммуникаций в условиях информационной глобализации: монография. Москва: Якутский гуманитарный институт, 2019.
3. Высоцкая В.В., Максимова Н.В. Общественная лексика в современной коммуникативной ситуации (по результатам анкетирования новосибирских вузов) // Коммуникативная культура: история и современность материалы XII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Новосибирск: ИПЦ НГУ, 2022.
4. Гурьянова А.В., Тимофеев А.В. Трансформация консьюмеризма в современном обществе потребления: от классического к цифровому консьюмеризму // ЭСГИ. 2023. №2 (38).
5. Дзялошинский И.М. Медиакарнавал в эпоху глобализации // Меди@льманах. 2019. №3 (92).
6. Литневская Е.И. Психолингвистические особенности Интернета и некоторые языковые особенности чата как исконного сетевого жанра // Вестник Московского университета. 2005. № 6.
7. Мамедов А.К. Виртуальная личность: социальный эскапизм или новое поле креативности // Экономика. Социология. Право. (2019) No 1 (13).
8. Мешкова И.В., Завьялова Л.П. Отношение современной молодежи к ненормативной лексике в контексте воспитания подрастающего поколения // Мир науки. Педагогика и психология, 2021. №4.
9. Михайлов В.А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004.
10. Успенский Б.А. Исследования по русской литературе, фольклору и мифологии. М.: Common place, 2018.
11. Шилин А.М. Актуальные проблемы изучения русского слова: функционирование языка в эпоху информатизации // В сборнике: С любовью к Слову. Сборник статей участников Всероссийской с международным участием научной конференции, приуроченной к 80-летию юбилею доктора филологических наук, профессора Людмилы Алексеевны Климковой, специалиста в области лексикологии, диалектологии, ономастики, словообразования. Арзамас. 2021.

© Машкович Ольга Александровна (mashkovich.olya@yandex.ru)
Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»