

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2021, №4, Том 12 / 2021, No 4, Vol 12 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2021.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/40FLSK421.pdf>

DOI: 10.15862/40FLSK421 (<https://doi.org/10.15862/40FLSK421>)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Щетинина, А. В. Иллюзорный индивидуализм и ложный коллективизм: новые номинации сетевых отношений / А. В. Щетинина // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2021. — Т. 12. — № 4. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/40FLSK421.pdf> DOI: 10.15862/40FLSK421

For citation:

Shchetinina A.V. Illusory individualism and false collectivism: new nominations for networking. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 4(12): 40FLSK421. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/40FLSK421.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.). DOI: 10.15862/40FLSK421

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31221

Щетинина Анна Викторовна

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»,
Екатеринбург, Россия

Институт экономики и управления

Доцент кафедры «Языков массовых коммуникаций»

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: anna-73.schetinina@yandex.ru

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=316036

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/F-7289-2016>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57191403652>

Иллюзорный индивидуализм и ложный коллективизм: новые номинации сетевых отношений

Аннотация. Рассматривается вопрос о современной коммуникации в сети Интернет в аспекте идеи о трансформации молодежных ценностей, в частности идеи об индивидуализме как характерной черте молодежи в XXI веке. Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31221. Цель исследования — проанализировать лексическую репрезентацию идей индивидуализма и коллективизма в интернет-общении как двух концептуальных взглядов на жизнь. Методами компонентного, контекстного, интерпретационного видов анализа изучаются неологизмы, которые появились в русском языке в последние 20 лет как номинации новых для российской действительности реалий, связанных с проявлениями индивидуализма и коллективизма в интернет-взаимодействии. Подчеркивается, что особым пространством для коммуникации молодежи стали социальные сети, которые создали новые условия для появления и развития не известных ранее форм коммуникации, таких как инфлюенсерство, кибербуллинг, шейминг, партизанский маркетинг и др. Анализируются значения новых слов и их речевое употребление. Результаты показывают, что представления об индивидуализме современной молодежи не столь однозначны, как это может показаться на первый взгляд. Доказывается, что ряд новых слов, таких как инфлюенсерство, амбассадорство, евангелизм и др., называющих феномены, казалось бы, связанные с индивидуалистическими проявлениями личности, актуализируют семантику зависимости человека от общественного мнения, лайков и дизлайков, одобрения фолловеров и под., а не противопоставления себя коллективу, как это представлено в определении слова индивидуализм. Отмечается, что в то же время стремление человека к

объединению с другими людьми в социальных сетях никуда не исчезло, оно проявляется в образовании сообществ, групп, в общении на форумах, однако приобрело форму неустойчивых связей, поскольку серьезных оснований для объединения мало. Данные лингвистического анализа частично верифицируют результаты исследований индивидуализма, полученные социологами, педагогами, психологами и другими представителями других наук.

Ключевые слова: индивидуализм; коллективизм; неологизмы; семантика; сетевая коммуникация; ценности молодежи

Катю Кищук зашеймили подписчики!

www.loveradio.ru

Индивидуализм губит индивидуальность людей, областей и наций

К.Н. Леонтьев. Византизм и славянство, 1875

Взгляд на современную коммуникацию в социальных сетях в свете проявления в ней принципов индивидуализма и коллективизма, свойственного тем или иным участникам, наводит на мысль о ее амбивалентности. С одной стороны, индивидуализм, который видится одной из характерных черт современной молодежи, отмечается многими исследователями: социологами, философами, педагогами, психологами, филологами [1–9 и др.]. Исследования молодежных ценностей показывают, что «четко выраженная вербализация своей индивидуалистской ориентированности объединяет примерно половину городской молодежи» [3, с. 125]. С другой стороны, исследователи говорят и о стремлении молодых людей к взаимодействию с другими, к объединению в группы, причем группы как позитивного, так и негативного характера. Так, в социальных сетях можно «найти не только работу, покупателя для своих товаров или идей, необходимые товары, но и, что собственно и привлекает в социальных сетях, возможность найти или создать необходимую даже для индивидуалиста поддерживающую группу, которая разделяет его интересы. Значимость подобной группы для индивида определяется ценностями данной группы, их важностью для него. Переход из одной группы в другую обуславливается и переходом от одних ценностей к другим» [1, с. 273]. В то же время отмечается, что на одной из наиболее популярных площадок общения — в социальных сетях — наблюдается «цифровой раскол»: «Глобализирующийся мир одновременно вовлекает человека во множество новых социальных взаимодействий и превращает цели, смысл этих взаимодействий в нечто относительное, ситуационное, преходящее, что не способно формировать устойчивые человеческие общности» [5, с. 239]. Е.С. Воронкова делает вывод, что, «быстро завязывая общение и весьма просто его обрывая, индивид по сути является одиноким, следующим по пути достижения собственных целей» [1, с. 273].

Лингвистические работы, в которых изучается функционирование в разных видах дискурса слова *индивидуализм*, показывают, что отношение к явлению, воплощенному в данной языковой единице, никогда не было однозначным: оно оценивалось от крайне негативного, главным образом в публицистических текстах, написанных в XX веке, «до преимущественно позитивного в толковых словарях и публицистических текстах XXI в. и исключительно позитивного в современной рекламе» [9, с. 144].

Парадоксально, но психологи отмечают связь между индивидуализмом и формами коллективных отношений с негативными целями, в частности травлей: *В молодежную эпоху*

индивидуализма буллинг стал вполне закономерным явлением. Желание отличиться и показать свою уникальность сегодня все чаще вызывает ненависть и травлю среди сверстников. Об этом корреспонденту ФАН рассказала доктор психологических наук, профессор, детский психолог Оксана Заширинская¹.

В толковых словарях русского языка² слово *индивидуализм* представлено в двух значениях: (1) как составляющая часть идеологии: ‘нравственный принцип идеологии и морали’, ‘нравственный принцип буржуазной идеологии и морали’, ‘воззрение’ — интегральные семы, ‘интересы отдельной личности выше интересов общества’ — дифференциальные; (2) как характеристика личности: ‘стремление’, ‘поведение’ — интегральные семы, ‘к выражению своей личности’, ‘своей индивидуальности’, ‘своих интересов’, ‘в противопоставлении себя коллективу’ — дифференциальные. В дискурсе разной тематики (политика, социум, мода и стиль, музыка и др.), посвященном молодому поколению, актуализируются оба значения. Так, индивидуализм как современная идеология, нравственный принцип молодежи определяет поступки и поведение групп или целых поколений: *В завершении конференции выступили представители духовенства... Господин Биргалин объяснил акты терроризма, в частности трагедию в школе в Казани, влиянием Запада, у которого Россия заимствовала принципы «крайнего индивидуализма», «потакания прихотям и страстям». Вербовщики, по словам муфтия, используют «либеральный прозападный тезис псевдогуманизации — отделения человека от общества»³; Зумеры меньше обращают внимание на сами бренды, но стремятся к товарам, которые могут, по их мнению, подчеркнуть уникальность и/или индивидуальность их личности. В этом можно рассмотреть определенное сходство зумеров с иккерами, которые в отличие от миллениалов менее склонны к коллективизму и больше сосредоточены на индивидуализме⁴.*

Индивидуализм как стремление к выражению своей личности, ее особенностей, интересов также обсуждается в текстах СМИ, посвященных молодежи: — *Наступил век индивидуализма. Мы воспринимаем себя как главных людей в своей жизни. Любое «я» — священный объект, поэтому мы боремся за свои права, автономию, интересы и увлечения, за частное пространство⁵.*

При этом актуализация сем значения слова индивидуализм ‘интересы отдельной личности выше интересов общества’, ‘противопоставление себя коллективу’ в современных текстах молодежи и о молодежи не столь очевидна, как актуализация интегральных сем ‘нравственный принцип идеологии и морали’, ‘воззрение’, ‘стремление’, ‘поведение’. В интернет-пространстве блогерами, исследователями, журналистами активно представляется характеристика индивидуализма как стремления, воззрения, манеры поведения молодых

¹ Буллинг: что вызывает ненависть и травлю среди сверстников // РИА ФАН. URL: <https://riafan.ru/1540273-bulling-chno-vyzyvaet-nenavist-i-travlyu-sredi-sverstnikov> (дата обращения 20.11.2020).

² Большой толковый словарь русского языка / Ин-т лингвист. исслед.; авт., сост., глав. ред. С.А. Кузнецов. — СПб: НОРИНТ, 1998. — 1535 с.; Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. 2-е изд., доп. — М.: Русский язык, 2000; Словарь русского языка: в 4-х т. / под ред. А.П. Евгеньевой. — М.: Русский язык; Полиграфресурсы, 1999 и др.

³ «Либо это место займет шайтан» // Коммерсантъ Уфа. 26.05.2021. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4827377> (дата обращения 23.11.2020).

⁴ Е. Хвостик. «Хотящее несоответствие обществу и прошлым поколениям» // Бизнес. Коммерсантъ. 03.05.2021. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4800125> (дата обращения 23.11.2020).

⁵ Д. Тюкова. Россияне разучились смеяться над собой // Московский комсомолец, 2018. URL: <https://www.mk.ru/social/2018/03/30/rossiyane-razuchilis-smeyatsya-nad-soboy-poprobuy-tolko-nazvat-moego-vanechku-vanyatkoy.html> (дата обращения 23.11.2020).

поколений, например *центениалов*: В конце 2016 года Сбербанк совместно с агентством Validata провели исследование среди людей от 5 до 25 лет. В обзоре представлены такие аспекты жизни молодых людей как обработка информации, отношения с родителями, самовосприятие, установка и ценности, фрустрация и страхи, ожидания от будущего <...> Факт 20. *Установка на индивидуализм* Представители поколения Z не думают о том, чтобы менять мир или человечество, в первую очередь они хотят сделать комфортной свою жизнь и жизнь близких⁶.

Уникальность социальной ситуации в настоящее время заключается в том, что молодежь проводит значительную часть своей жизни в сетевом взаимодействии, которое основывается как на индивидуалистических, так и на коллективистских принципах и правилах поведения участников коммуникации, при этом трансформируя их под новые форматы общения. Особенности интернет-взаимодействия получили отражение в новой лексике, которая появилась или актуализировалась в XXI веке.

Цель данной статьи — проанализировать значения и употребление неологизмов, называющих факты сетевой жизни в свете представления о современной молодежной культуре как культуре индивидуализма.

С точки зрения оценки роли *социальных сетей* (фразеологизм XXI века) в современном мире уже можно утверждать, что это организованная система, имеющая свою идеологию, правила, инструменты воздействия, регулирования и др., «мы видим, что сегодня социальная сеть становится социокультурным феноменом, обуславливающим ценности, нормы и правила современного общества» [10, с. 36]. О наличии новой сконструированной реальности (у каждой сети есть создатель и владелец, определяющие ее идеологию и соответствующий функционал) свидетельствует, например, и анализ названия научных публикаций, посвященных данному феномену, сравним: «Социальная сеть как средство удовлетворения потребностей человека в условиях виртуальной реальности», «Социальная сеть Instagram как часть культуры общества», «Социальная сеть Youtube как площадка для продвижения и монетизации контента мировых каналов», «Социальная сеть ВКонтакте как способ этнической манифестации коренных народов Сибири», «Социальная сеть Tik Tok как инструмент распространения идеологии терроризма и экстремизма» и др.⁷ То, как виртуальная реальность может влиять на современный мир, получает отражение и в языке, например, появилась номинация *твиттер-революция* ‘акция протеста, организуемая и регулируемая с использованием социальной сети Twitter как инструмента информирования участников’⁸, то есть социальные сети в современном мире могут оказывать практически неограниченное влияние на участников сетевой коммуникации. При этом самые активные пользователи данной сферы — молодые люди, что обусловило появление таких номинаций, как *цифровые аборигены*, *цифровые иммигранты* — ‘поколения, которые родились и живут в эпоху социальных сетей и с ранних лет вовлечены в сетевую коммуникацию’.

В последние десятилетия широкое распространение в интернете получила *блогосфера* — новое явление и, соответственно, новая номинация для современного русского языка. Создатели *блогов* и *влогов* — контент в текстовом и видеоформате — *блогеры* / *влогеры* /

⁶ 30 фактов о молодёжи двадцать первого века. URL: <https://pics.ru/30-faktov-o-sovremennoj-molodezhi> (дата обращения 23.11.2020).

⁷ eLIBRARY.RU. Результаты поискового запроса // URL: https://www.elibrary.ru/query_results.asp (дата обращения 20.11.2020).

⁸ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 343. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

инстаграм-блогеры / интернет-блогеры стремятся стать (и многие из них становятся) *лидерами мнения* (иначе их называют *ЛОМами*) или *инфлюенсерами / цифровыми инфлюенсерами*. *Инфлюенсер* — это ‘реальный или виртуальный пользователь социальных сетей, проявляющий большую активность в интернет-коммуникации, занимающийся ведением своего блога, сайта, аккаунта или подобного ресурса и имеющий обширную и лояльную аудиторию подписчиков, на которую может оказывать влияние’⁹. Проанализируем семантику данной лексемы в ее связи с разными значениями полисеманта *индивидуализм*. Для этого зададим несколько вопросов, ответы на которые коррелируют с компонентами семантемы слова *инфлюенсер*:

Кто такой *инфлюенсер*? — ‘пользователь социальных сетей’, то есть априори часть большой группы;

Что делает *инфлюенсер*? — ‘ведет свой блог, сайт, аккаунт или подобный ресурс’, то есть из всей массы блогеров он старается выделиться чем-то интересным, необычным. При этом мы согласны с А.И. Шипициным, который пишет следующее: «Формированием своего “идеализированного образа” в виртуальной среде занимаются практически все, причем этот процесс перманентен по той причине, что в современной культуре идеальные образцы и модели, выступающие для индивида в качестве ориентиров, непрерывно разрушаются, не могут быть сколько-нибудь устойчивыми» [8, с. 38]. Таким образом, *инфлюенсер* находится в поиске тем, инструментов, способов создания своего ресурса;

Для чего *инфлюенсер* создает свой ресурс? — чтобы ‘оказывать влияние’;

С какой целью *инфлюенсер* хочет оказывать влияние? — чтобы ‘иметь обширную и лояльную аудиторию подписчиков’ (подписчики называются в сетевом взаимодействии *фолловеры* или *друзья*).

Следующий вопрос вытекает из двух предыдущих: в чем состоит интерес *инфлюенсера* влиять на свою целевую аудиторию, для чего ему это нужно (опустим личные мотивы, например желание власти)? Язык дает ответ и на этот вопрос посредством неологизмов: *инфлюенс-маркетинг* привлекает блогера с большой аудиторией как *агента влияния* ‘человек, который под видом обычного пользователя интернета, используя скрытые инструменты продвигает компанию, услугу, товар и др.’ (кстати, у такого вида маркетинга также есть новое для русского языка выражение — *партизанский маркетинг*), *амбассадора* (‘человек, который по найму или безвозмездно занимается продвижением бренда, создавая его позитивный образ посредством демонстрации приверженности продукту’¹⁰, *евангелистов* (‘человек, который настолько глубоко признает продукт, услуги компании или деятельность сообщества, что он искренне, добровольно и бесплатно становится сторонником бренда или идеи и распространителем информации о них’¹¹).

⁹ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 184. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

¹⁰ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 44. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

¹¹ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 159–160. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

Как определяется результат влияния? — Количеством подписчиков, лайков и дизлайков. Таким образом, инфлюенсер вовлечен в активную коммуникацию, зависит от подписчиков и их одобрения: *Кибербуллинг процветает в соцсетях, и многие инфлюенсеры гонятся за «лайками» до полного выгорания*¹².

Зависимость от одобрения людей, подавляющее большинство которых вне сетей не знакомы с инфлюенсером, противоречит семантике слова *индивидуализм* в обоих значениях, потому что инфлюенсеру нельзя говорить о воззрениях (хотя они могут быть внутренними, но не озвучиваемыми), в свете которых интересы отдельной личности ставятся выше интересов общества. Скорее наоборот, *инфлюенсер* зависит от сообщества *друзей / фолловеров / подписчиков*, которые могут влиять на его успешность через лайки, дизлайки и возможность *отписаться* от блогера. При этом массовый характер актора «отписки» и зачастую при этом очень частный повод впечатляют: *Чарльз попытался извиниться перед Тати в своем блоге, но не позвонил ей лично, чем окончательно испортил отношения. В отместку Вестбрук раскрыла несколько секретов предателя: в частности, обвинила его в использовании популярности ради знакомства с другими геями и в попытках соблазнения натуралов при помощи угроз. В результате пострадали оба участника конфликта. От Чарльза за неделю отписались почти полтора миллиона человек, а Вестбрук потеряла несколько сотен тысяч фанатов, потому что вынесла сор из избы*¹³.

Более того, противопоставление себя коллективу может послужить поводом для отмены, *канселинга*. Выражение *культура отмены* ‘форма воздействия на человека в социальных или профессиональных группах, при которой он на основании каких-либо обвинений лишается поддержки и подвергается порицанию как в онлайн-пространстве, так и в реальном мире’¹⁴, как и само явление *отмены / канселинга*, получило широкое распространение в XXI веке благодаря социальным сетям, в которых пользователи активно выражают свое отношение ко всем и всему: *Один из первых случаев «канселинга» в России произошел после скандального высказывания Регины Тодоренко. В интервью на YouTube-канале Fometime TV телеведущая призналась, что не понимает женщин, которые публично рассказывают о пережитом домашнем насилии*¹⁵. И здесь, казалось бы, как раз реализуется особенность индивидуализма: наличие своего мнения, расходящееся с мнением коллектива, вплоть до противопоставления себя коллективу. Однако давление (*Несколько крупных брендов моментально разорвали с Региной рекламные контракты, журнал Glamour лишил ее премии «Женщина года», а подписчики оставили сотни гневных комментариев в Instagram*¹⁵) заставляет осуждаемых персон принимать коллективное мнение, извиняться, вплоть до самоуничтожения: *Телеведущая Регина Тодоренко извинилась за свои высказывания о домашнем насилии. <...> «...Но я благодарна своему глупому языку за то, что стала триггером, который помог десяткам тысяч женщин высказаться. Спасибо, что вы показали мне гнусные реалии,*

¹² Как изменят “Инстаграм” невидимые “лайки” // K-News, 2019. URL: <https://knews.kg/2019/09/02/kak-izmenyat-instagram-nevidimye-lajki/> (дата обращения 20.11.2020).

¹³ А. Глинкин. «Я постоянно ошибаюсь, но как-то исправляюсь» // lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/articles/2019/12/27/youtube2019/> (дата обращения 21.11.2020).

¹⁴ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 236. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

¹⁵ Что такое «культура отмены», и как звезды поплатились за содеянное // Рамблер / женский. URL: https://womanrambler.ru/stars/46554122/?utm_content=woman_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения 20.11.2020).

о которых я даже не подозревала в силу своей неосведомлённости и необразованности», — написала телеведущая¹⁶.

Таким образом, некоторые наблюдения социологов, психологов, педагогов и других специалистов, интересующихся коммуникацией в социальных сетях, верифицируются языковыми данными: неологизмы называют участников, процессы, инструменты и другие компоненты сетевой коммуникации, которые ставят под сомнение существование индивидуализма как свойства современной молодежной культуры, по крайней мере представленной в сетях. Как декларируемый тренд — да, индивидуализм активно обсуждается. Интересно, что он нивелируется в социальных сетях и в то же время, несмотря на массовый характер коммуникации, не превращается в коллективизм как «преданность единственной команде».

Одним из феноменов интернет-коммуникации стала травля в социальных сетях, называемая новыми словами *интернет-буллинг, кибербуллинг, кибермоббинг, троллинг, хейтинг, шейминг*. Отличаясь, на наш взгляд, незначительно, по форме, все эти действия в интернете объединяет публично выражаемое агрессивное отношение к другому человеку, осуждение его взглядов, действий. Создается своеобразная «форма коллективного индивидуализма»: с одной стороны, каждый стремится к выражению своей личности, своего отношения, декларированию позиции, причем часто анонимно, с другой — чаще всего травят (*буллят*), обвиняют (*хейтят*), стыдят (*шеймят*) массово, присоединяясь к хору других голосов, (типичная сочетаемость: *накрыла волна / обрушился шквал / получить порцию хейта, налетели хейтеры, форум хейтеров; атаки троллей, налетели тролли*), человека, который проявляет свою индивидуальность, выражает личное мнение. И коллективное мнение влияет на личность. Она поступает вопреки своим желаниям, мнениям, принципам: *Стать жертвой шейминга в современном мире можно, просто отправившись на каникулы. «В начале года в ленте Instagram все начали извиняться за... свой январский отдых! Каются за красивые закаты, просят прощения за то, что решили задержаться на океане еще на пару дней. Недоумеваю, откуда это чувство вины и почему люди должны извиняться за отпуск? И вообще, за свою счастливую беззаботную жизнь? Наслаждайтесь!»* — прокомментировала Бали-шейминг главный редактор Elle Екатерина Мухина¹⁷.

В социальных сетях и СМИ активно продвигаются различные тенденции, идеи, которые декларируют любовь к себе, индивидуализм, в то же время отвергая противоположные тренды, мнения и другие проявления индивидуальности. Так, *бодишейминг* ‘негативное отношение, в том числе публично выражаемое, к человеку, внешность которого из-за полноты или других особенностей не отвечает современным стандартам красоты’¹⁸, не приемлет *бодипозитив* ‘социальное движение, отвергающее стандарты красоты, пропагандирующее положительное отношение к своему телу вне зависимости от его особенностей, а также к внешнему виду вообще, призывающее к свободе самовыражения и принятию любого внешнего вида других

¹⁶ «Я оступилась и ошиблась»: Регина Тодоренко извинилась за слова о домашнем насилии // РТ на русском. URL: <https://russian.rt.com/nopolitics/article/740732-todorenko-izviniya-nasilie> (дата обращения 20.11.2020).

¹⁷ А. Галкина. Пластик-шейминг, Бали-шейминг и другие поводы (не)заслуженно пристыдить знакомых // Жизнь: РБК Стиль, 2020. URL: <https://style.rbc.ru/life/5e282ebd9a7947fe4d4de7c0> (дата обращения 22.11.2020).

¹⁸ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 86. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

людей¹⁹. В значении каждого слова выявляются семы неприемлемости другого: ‘негативное отношение’, ‘отвергающее стандарты красоты’. Семы дискриминации присутствуют и в значении слова *лукизм* ‘дискриминирующее отношение к человеку на основе оценивания его внешних данных с точки зрения их соответствия принятым в обществе нормам, стандартам, предрассудкам’²⁰.

Другая пара слов прямо включена в антонимические связи, обозначая отношение к возрастным особенностям человека: *эйджизм* ‘практика дискриминационного отношения на основе возрастного критерия, проявляющегося в сотрудничестве с людьми определенного возраста’²¹ vs *антиэйджизм* ‘практика свободного выбора образа жизни, поведения, внешнего вида вне зависимости от возрастного критерия; отрицание возрастных стереотипов’²². Отметим, что дискриминация возможна в отношении людей любого возраста: *В 20 лет тебя не возьмут на работу, потому что «эта соплячка ничего не умеет». В 25 откажут, ведь «всё равно уйдете в декрет». В 30 назовут старородящей. В 40 твоё резюме не глядя удалят, а гинеколог сообщит, что падение либидо — нормальное явление и «ничего тут лечить». В 50 не запишут в школу танцев, потому что «вы не выдержите нагрузок». В 60 врач не отправит на МРТ, объяснив, что «у всех пожилых болит спина, ничего не поделаешь»*²³.

Итак, новейшая лексика репрезентирует, с одной стороны, установки на исключительность личности, поскольку *лидер мнения*, *инфлюенсер*, *амбассадор* должен демонстрировать качества, которые отличают его от окружающих, делают заметным, а с другой — номинации видов коммуникации (*хейтинг*), ее участников (*хейтеры*), их действий (*хейтить*), характеристик (*хейтерский*) показывают, что в социальных сетях активно проявляется нетерпимость к чужому мнению, которое осуждается целыми группами (*хейт-группа*), более того, это осуждение может иметь системный характер или даже организовываться (*хейт-кампания*). В результате под давлением пользователей сетей лидеры мнения меняют свои взгляды, хотя, если рассматривать словарные толкования слова *индивидуализм*, должны противопоставлять их обществу, быть независимыми от чужого взгляда. Сетевые *лидеры мнения*, наоборот, зависят от одобрения *фолловеров*, которые, в свою очередь, коллективно нападая на инфлюенсера, при этом не знают друг друга, и, кроме процесса коммуникации, в котором они выражают свое мнение (не факт, что это действительно принципиальная позиция, а не подстраивание под ставший модным, общий *хейт*), их как коллектив ничто не объединяет. В этом отношении интересно замечание Е.Е. Семенова, который говорит о феномене «расколота личности», у которой «в эпоху усиливающейся экспансии новых медиа» утрачивается чувство причастности «к системе общих жизненных ценностей и смыслов» [5, с. 40]. И далее: «Невозможность удовлетворить потребность в

¹⁹ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 80. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

²⁰ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 248. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

²¹ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 416. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

²² Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 66. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

²³ Обыкновенный эйджизм: как женщины всех возрастов сталкиваются с дискриминацией. URL: <https://www.cosmo.ru/koronavirus/society/obyknovenny-eydzhizm-pochemu-v-lyubom-vozraste-my-plohi-dlya-obshchestva/> (дата обращения 21.11.2020).

коммуникации с равными себе, своеобразное фиаско групповой коммуникации, которое мы наблюдаем на пространстве сетевых коммуникативных сервисов» [5, с. 40].

Наряду с *инфлюенсерством* и *хейтингом* в социальных сетях находят проявления и другие феномены, также называемые новыми словами, значения которых можно рассматривать в аспекте семантических связей с полисемантом *индивидуализм*. Проанализируем значение и употребление лексемы *сейфтизм* 'концепция защиты человека от любого негативного воздействия на него (информации, слов, событий и др.)'²⁴: — *Это современный тренд: только поглаживания, только сочувствие, ни слова критики, — считает психолог Анастасия Александрова. — Хотя это почти отменяет работу над собой, к которой так стремится молодежь*²⁵. В данном случае индивидуализм, проявляющийся в культивировании своих только положительных эмоций, связан не с выражением своей личности, индивидуальности, противопоставлением себя коллективу, а в защите от него. Данное явление можно охарактеризовать словами Е.С. Воронковой: «...индивидуализм — это, прежде всего, защита собственных интересов и стремлений, однако в понимании многих он сводится как раз к эгоистичному потреблению. Поколение равнодушных взяло себе на вооружение эгоистический индивидуализм» [1, с. 271]. В то же время анализ контекстов показывает, что, защищая себя, сейфтисты агрессивно не приемлют другого мнения, таким образом не только противопоставляя себя обществу, но и не признавая право на иное мнение: *Вы представляете сторону, которая не «нападает» (то есть просто выражает своё отношение), а запрещает, принуждает, ограничивает. Наша сторона ничего подобного не делает, пусть сейфтисты живут как им угодно, нам до этого дела нет. Собственно, сейфтист, который не стремится принуждать других к своему образу жизни, и не сейфтист вовсе, а Обережный Герой, например. Потому что сейфтизм обязательно подразумевает насилие и принуждение*²⁶. В этом контексте сейфтист тоже ищет союзников, стремится, скорее, навязать свое видение жизни другим людям, нежели отделиться от них.

Пожалуй, наиболее показательным с точки зрения актуализации семантики *индивидуализма* в молодежной культуре слово *осознанность* как 'свойство человека, который постоянно наблюдает за своими переживаниями, чтобы их осознать и отстраниться от них, не отвлекается на воспоминания о прошлом и не беспокоится о будущем; живет текущей минутой, отвергает зависимость от обстоятельств, переживаний, попыток других людей оказать воздействие'²⁷. Интересна типовая сочетаемость лексемы. С одной стороны, это свойство, присущее человеку, о чем свидетельствует сочетаемость *повышение осознанности, обрести осознанность, развить осознанность, лидерская осознанность*. С другой — сочетания *практиковать осознанность, знакомиться с осознанностью, находиться в осознанности, прийти к осознанности, внедрять осознанность* показывают, что это состояние человека. С третьей стороны, *принципы осознанности, мастера осознанности, тренд на осознанность*,

²⁴ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 309. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 20.11.2020).

²⁵ Д. Тюкова. Россияне разучились смеяться над собой // Московский комсомолец. 30.03.2018. URL: <https://www.mk.ru/social/2018/03/30/rossiyane-razuchilis-smeyatsya-nad-soboy-poprobuy-tolko-nazvat-moego-vanechku-vanyatkoy.html?sa=X&ved=2ahUKEwikqISW6pDIAhUDr6QKHXL8CpUQ9QEwBnoECAkQBg> (дата обращения 20.11.2020).

²⁶ E. Gleizerov. ChessPro online // Шахматный форум. 20.07.2020. URL: <https://chesspro.ru/guestnew/looknullmessage/?themeid=49&id=54&page=365> (дата обращения 20.11.2020).

²⁷ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. — Екатеринбург: Ажур, 2021. — С. 278. ISBN: 978-5-91256-535-9. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105710> (дата обращения 22.11.2020).

добиться результатов с осознанностью, осознанность становится популярной наводят на мысли о практике. Но, по сути, общей чертой свойства, состояния и практики является концентрация на своих ощущениях, переживаниях в данный момент, независимость от воздействия окружающих. Это, на наш взгляд, своеобразная установка на отсутствие внутренних переживаний, мучений, сомнений и под. Ее можно даже «прокачивать» (тренировать, совершенствовать) как навык: *Безотносительно к религии осознанность — это навык психики, который можно развить и прокачивать на протяжении жизни. Каждый человек способен внедрять осознанность в свою повседневность без необходимости произносить молитвы или совершать ритуалы*²⁸; сделать привычкой: *8 причин сделать осознанность привычкой, и она сделает жизнь восхитительной, а вас — счастливым*²⁹. При этом в текстах можно увидеть утверждения, что *осознанность — это образ жизни, который постепенно создает новое общество*³⁰, правда, потом авторы связывают его с вполне конкретным образом жизни, который сами на своем ресурсе и продвигают, например вегетарианство и под. В информационном пространстве встречается мнение, что слишком много появилось навязчивой информации об осознанности, этот термин западной психологии стал использоваться в манипулятивных целях: *Отличный термин, если бы он не звучал из каждого утюга. <...> В век, когда инстаграмным гуру может стать каждый и не проходит ни дня, чтобы не появился новый марафон «осознанной жизни», большинству людей хочется закрыть уши и наконец-то перестать слышать про потоки, вибрации, сонастройку... Чтобы просто жить, просто дышать, просто быть человеком*³¹; *То водку рекламируют эти осознанные — то клей вредный для здоровья глупых подростков. А так — совершенно не опасны. Ум у них отключен. Внутренний диалог — тоже. Привязок никаких нет. Эго — нет. Ничего нет!*³². В то же время встречаются мысли о снобизме людей, считающих себя осознанными: *Попахивает снобизмом: ты неосознанный ещё? Тогда нам не о чем с тобой говорить*³².

Таким образом, анализ неологизмов XXI века в аспекте изучения идеи индивидуализма как характерной черты современной молодежи показал, что появились языковые единицы, которые называют современные формы взаимодействия. Современную коммуникацию с точки зрения проявлений в ней индивидуализма и коллективизма изучают представители и других наук. Так, политолог Е.М. Костюк пишет: «В современном же обществе индивидуализм и коллективизм являются базовыми ценностями молодёжи» [11, с. 63], при этом, как отмечают другие исследователи, «1. предпочтение коллективистских или индивидуалистических ценностей тесно связано с социальным окружением и носит скорее ситуативный характер; 2. в области личностных характеристик значимо противоречие, заключающееся в том, что предпочтение коллективистских утверждений имеет корреляцию с индивидуалистическими ценностями» [12, с. 1373]. Взаимодействие молодых людей в социальных сетях можно, на наш взгляд, рассматривать как ситуативное взаимодействие, условия которого позволяют проявляться индивидуализму и коллективизму неоднозначно, например, возможность

²⁸ 6 мифов об осознанности // BURO. 2021. URL: <https://www.buro247.ru/beauty/expert/20-sep-2021-myths-about-mindfulness.html> (дата обращения 22.11.2020).

²⁹ 8 причин... 22.01.2018. URL: <https://lifelifehack.ru/mindfulness/> (дата обращения 24.11.2020).

³⁰ Ж. Фатанянц. Новое общество осознанных людей // <https://vegjournal.com/filosofiya/tochka-zreniya/1807-novoe-obshchestvo-osoznannykh-lyudey.html> (дата обращения 24.11.2020).

³¹ К. Телешова. Осознанность и личностный рост: почему нас бесят инфоцыгане // PSYCHOLOGIES. URL: <https://www.psychologies.ru/standpoint/osoznannost-i-lichnostnyi-rost-pochemu-nas-besyat-infocygane/> (дата обращения 24.11.2020).

³² Опасны ли осознанные люди? // Тонкий Мир. 2012. URL: <https://tonkimir.ru/viewtopic.php?t=110103> (дата обращения 24.11.2020).

оказывать влияние, демонстрируя свою индивидуальность (инфлюенсерство), ставит самого блогера в зависимое положение от коллективного мнения подписчиков/фолловеров, которых в сети «ВКонтакте» называют *друзьями*, что не соответствует традиционному представлению о дружбе. При этом индивидуализм, согласно словарным дефинициям, репрезентирует семантику независимости индивидуалиста от мнения общественности, а не подчинение ему. Культура отмены позволяет исключить из социальной и профессиональной жизни (уволить, расторгнуть контракт, лишит премии и др.) любого человека, имеющего собственное мнение, расходящееся с мнением части общества, при декларируемой этой же частью общества свободе слова. Хейтерство, шеймерство, интернет-буллинг предполагают объединение пользователей интернета, но основанием для него является желание осудить, оскорбить, унижить других людей, чаще всего скрываясь за сетевыми именами, не соответствующими реальным, хотя коллективизм, если опираться на словарное толкование, обозначает 'общность, коллективное начало как принцип общественной жизни и деятельности людей, противоположный индивидуализму'³³. Вряд ли объединение в социальных сетях с целью психологического насилия над одним из пользователей или группой пользователей можно назвать принципом общественной жизни, скорее, ситуативной возможностью выплеснуть негативные эмоции. Таким образом, мы полагаем, что коммуникация в интернете актуализирует иллюзорный индивидуализм и ложный коллективизм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воронкова Е.С. Индивидуалистические ориентации ценностной сферы современной молодежи // Система ценностей современного общества. — 2012. — № 23. — С. 271–275.
2. Гайдукова О.В., Маркина Н.А. Индивидуализм и коллективизм в сознании русских и европейцев // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие: материалы научно-практической конференции XIX Кирилло-Мефодиевских чтений / отв. ред. И.А. Лешутина. — М., 2018. — С. 470–475.
3. Давыдова М.А. Приверженность молодежи ценностям индивидуализма: характеристики терминальных и инструментальных ценностей // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. — 2012. — № 4. — С. 125–131.
4. Олейник Ю.Н. Индивидуализм // Знание, понимание, умение. — 2006. — № 1. — С. 184–186.
5. Семенов Е.Е. «Расколота личность» в пространстве социальных сетей глобального мира // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2013. — № 4–2. — С. 239–242.
6. Тульнова М.А. Динамика развития концепта «индивидуализм» в аспекте глобализации // Известия ВГПУ. — 2009. — № 7. — С. 121–124.

³³ Коллективизм // Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. Т. 2. К—О. — С. 73.

7. Уразова С.Л. Социальные сети как форма общественного диалога и массовых коммуникаций // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. — 2016. — Т. 150. — № 2. — С. 26–33.
8. Шипицин А.И. Феномен социальных сетей в современной культуре // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2011. — Т. 57, № 3. — С. 36–40.
9. Щетинина А.В., Кислицина А.Н. Индивидуализм в восприятии носителя русского языка (по данным словарей и анализа сочетаемости) // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире. — 2020. — № 4. — С. 138–145. — DOI 10.25586/RNU.V925X.20.04.P.138.
10. Морозова А.А. Мультимедийные возможности социальной сети Вконтакте // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2019. — № 1(31). — С. 200–208.
11. Костюк М.Е. Индивидуализм и коллективизм как базовые ценности человека и социума // Вестник Университета Российской академии образования. — 2013. — № 5. — С. 59–64.
12. Жарова Е.Н. «Индивидуализм — коллективизм» в ценностных ориентациях студенческой молодежи // Высшее образование в России. — 2009. — № 2. — С. 132–137.

Shchetinina Anna Victorovna

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia
Institute of Economics and Management
E-mail: anna-73.schetinina@yandex.ru

RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=316036

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/F-7289-2016>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57191403652>

Illusory individualism and false collectivism: new nominations for networking

Abstract. The issue of modern communication on the Internet in the aspect of the idea of the transformation of youth values, in particular the idea of individualism as a characteristic feature of youth in the XXI century is considered in the article. The work was carried out with financial support from the Russian Foundation for Basic Research and the EISR within the framework of scientific project No. 21-011-31221. The aim of the study is to consider the lexical representation of the ideas of individualism and collectivism in Internet communication as two conceptual views on life. The methods of component, contextual, interpretive types of analysis are used to study neologisms that have appeared in the Russian language in the last 20 years as nominations new for Russian reality associated with manifestations of individualism and collectivism in Internet interaction. It is emphasized that social networks have become a special space for youth communication, which created new conditions for the emergence and development of previously unknown forms of communication, such as influencers, cyberbullying, shaming, guerrilla marketing, etc. The meanings of new words and their speech use are analyzed. The results show that the ideas about the individualism of modern youth are not as unambiguous as it might seem at first glance. It is proved that a number of new words, such as influencer, ambassadorship, evangelism, etc., which name phenomena that seem to be associated with individualistic manifestations of personality, actualize the semantics of a person's dependence on public opinion, likes and dislikes, approval of followers, etc., and not opposing oneself to the collective, as presented in the definition of the word individualism. It is noted that at the same time, a person's desire to unite with other people in social networks has not disappeared anywhere, it manifests itself in the formation of communities, groups, in communication on forums, however, it has acquired the form of unstable ties, since there are few serious grounds for unification. The data of linguistic analysis partially verify the results of studies of individualism obtained by sociologists, educators, psychologists and other representatives of other sciences.

Keywords: individualism; collectivism; neologisms; semantics; network communication; values of youth