

УДК 811.161.1

ДЕФРАЗЕОЛОГИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ФЕ «НАСТУПАТЬ НА ТЕ ЖЕ ГРАБЛИ»)

Иерусалимская А.А.

ГОУ ВПО «Марийский государственный университет», Йошкар-Ола, e-mail: ieanna@rambler.ru

Интернет-коммуникация – это стремительно развивающаяся речевая формация, характеризующаяся многообразием коммуникативных форм и ролей, выбираемых пользователями (пользователь может предстать в образе «тролля», доброжелателя или молчаливого свидетеля). Различные коммуникативные формы (чаты, блоги, сетевые группы по интересам) предоставляют пользователям сети возможности для общения, которыми они уже пользуются в реальном общении, а также раздвигают границы, добавляя к характеристикам реального общения такие, которые невозможно реализовать в жизни (анонимность и карнавальность). Данные специфические характеристики непосредственно влияют на речевые стратегии, избираемые пользователями (стремление к экспрессивации речи). Подобные стратегии часто реализуются в стилистическом приеме языковой игры, в которую включаются все уровни языка, в том числе и фразеологический. В языковую игру на фразеологическом уровне включаются чаще всего единицы, которые легко подвергаются дефразеологизации.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, языковая игра, фразеологические единицы, дефразеологизация

DEFRAZEOLGIZATION AS A WAY OF SELF-REPRESENTING IN THE INTERNET (BASED ON PHRASEOLOGICAL UNIT «NASTUPAT NA TE ZHE GRABLI»)

Ierusalimskaya A.A.

Mari State University, Yoshkar-Ola, e-mail: ieanna@rambler.ru

Internet communication is a rapidly developing speech formation characterized by a variety of communication forms and roles, users can select (the user can appear in the image of a «troll», a well-wisher or a silent witness). Various forms of communication (chat rooms, blogs, online interest groups) provide users with network opportunities for communication which they already use in real life communication as well as pushing the boundaries and adding new characteristics to communication which are impossible real life (anonymity and carnivalization). These specific characteristics directly affect language strategy chosen by users (they tend to add more expressive elements to their texts). These strategies are often implemented in a language game which includes all levels of language, including phrasology. Most of the units involved in the language game on the phraseological level include ones which can be easily split into separate components.

Keywords: Internet communication, language game, phraseological units, dephraseologization

К специфическим характеристикам интернет-коммуникации можно отнести анонимность и карнавальность общения, кроме того, некоторые исследователи отмечают, что на специфичность общения в сети влияют также неоднородность социальной среды Интернета, иллюзия свободы, практическое отсутствие элементов невербального общения, письменный характер коммуникации, толерантность общения, распространение стратегии дотраивания коммуникативной ситуации [3].

Интернет как анонимная среда представляется пользователю безопасным местом, где пользователь сети может свободно конструировать свою «новую» идентичность, соответствие которой реальному Я будет потенциально известно только самому пользователю. Пользователи стремятся подчеркнуть свои самые лучшие, оригинальные стороны, поскольку интернет-среда позволяет полностью управлять впечатлениями о себе. Так,

к примеру, А.Е. Жичкина и Е.П. Белинская [5] пишут о том, что степень отличия виртуальной саморепрезентации от реальной идентичности напрямую зависит от степени неудовлетворенности человека социальной категоризацией в реальном общении. Выделяют следующие причины создания новой виртуальной идентичности: стремление изменить свой пол, возраст, этническую принадлежность, т.е. практически полностью избавиться на время виртуальной сессии от реальной идентичности [5; 6; 8]. Также пользователи стремятся создать новый виртуальный образ, реализуя желание осуществить свою мечту и стать на время виртуального контакта стройнее, моложе, поменять пол и т.п. Одной из причин конструирования нового виртуального образа может стать стремление к экспериментированию, наблюдению, приобретению новых знаний. Таким образом, анонимность и чувство безопасности в сети являются важными факторами самопрезентации

пользователя, которые оказывают влияние на его речевое поведение.

Благодаря анонимности, социальные статусы пользователя в сети стираются: адресат и адресант имеют возможность коммуницировать на равных, что характерно для карнаваловых шествий, в которых стирается разделение между исполнителем и зрителем. То есть к важнейшим факторам, определяющим речевое поведение адресантов в интернет-коммуникации, относятся карнавальность или «масочность». Исследователь Е.В. Савенкова, указывает на основные функции карнавальности в сети: снятие социальных ограничений, высмеивание социальных структур и статусов, проверка на прочность механизма запрета. Е.В. Савенкова проводит параллели между карнавальным действием и виртуальной реальностью: «...виртуальное пространство достаточно точно и абсолютно ненамеренно воспроизводит структуры карнавального праздника. Налицо и двумерность, и снятие границ и запретов, и наличие масок, даже смеховая культура и гротеск» [8, 35]. Стратегии коммуникативного поведения пользователей сети являются одновременно причиной и следствием общей карнавальности и масочности виртуального пространства: адресант и адресат в интернет-коммуникации стремятся привлечь внимание к своим новым сетевым идентичностям различными средствами (докоммуникативными, коммуникативными). Докоммуникативные (аватарки и ники) средства саморепрезентации реализуются в визуальных образах, выставляемых пользователем на всеобщее ознакомление, тогда как коммуникативные средства саморепрезентации пользователя выражаются в новых эффективных и эффектных речевых проекциях идентичности, создаваемой в сети.

Таким образом, анонимность и карнавальность в интернет-коммуникации являются определяющими специфическими факторами, характерными для всех коммуникативных процессов. Анонимность и карнавальность (наиболее ценные характеристики для коммуникантов интернет-общения) не имеют аналогов в реальном общении. Эти факторы не только дают коммуникантам безграничную свободу выражения, но и «обязывают» адресанта быть максимально экспрессивными в своем речевом поведении, чтобы привлечь как можно больше внимания пользователей. Реализация данной задачи требует от коммуниканта достаточно высокой степени экспрессивации речи.

Языковая экспрессия – важнейшая стилистическая категория, такое «свойство текста или части текста, которое передает

смысл с увеличенной интенсивностью, выражая внутреннее состояние говорящего, и имеет своим результатом эмоциональное или логическое усиление, которое может быть, а может и не быть образным» [1, 62]. Использование языковой экспрессии в интернет-коммуникации дает возможность пользователю реализовать требование временной компактности. Пользователи в условиях стремительного интерактивного общения стараются «скорее пошутить», привлечь внимание к своему виртуальному Я, стать «лидером» полилога. С другой стороны, современные объемы информации требуют от коммуникантов коротких, емких сообщений, в которых максимально компактно выражен максимум смысла и эмоций.

Экспрессия в потоке интернет-коммуникации реализуется пользователями чаще всего на основе эффекта языковой игры. Языковая игра – это «определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном и продуманном) нарушении системных отношений языка, т.е. на деструкции речевой нормы с целью создания неканонических речевых форм и структур, приобретающих в результате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызвать у слушателя/читателя эстетический и в целом стилистический эффект. Чаще всего языковая игра связана с выражением в речи комических смыслов или с желанием создать «свежий, новый образ»» [10, 660].

Требование постоянно создавать новый, «свежий», креативный образ – характерная ведущая стилевая черта интернет-коммуникации. Некоторые сетевые жанры направлены на то, чтобы пользователи специально «соревновались» в остроумии (различные сетевые группы по интересам), другие сетевые жанры (например, Живой Журнал), даже не подразумевают подобных стратегий, все равно демонстрируют стремление виртуальной коммуникации к карнавализации, что приводит к усилению экспрессивации речи пользователей. Языковая экспрессия на просторах интернета часто выражается на основе языковой игры, основанной на дефразеологизации фразеологических единиц.

В данной работе мы будем придерживаться широкого понимания фразеологии, в которое включаются не только фразеологические сращения, единства, сочетания, а также пословицы и поговорки. Паремии вплетены в устную и письменную речь людей, они являются важнейшим элементом языковой картины мира, поэтому включение паремий в языковую игру является закономерным и в отношении требования экспрессивации речи достаточно эффективным.

Материалом для данного исследования послужили примеры, полученные методом сплошной выборки с сайтов: www.statusy.info, www.jumorok.com, www.mnogostatusov.ru. Данные сайты предлагают пользователям различные статусы, которые позволяют привлечь внимание других пользователей своей оригинальностью. Данные ресурсы собирают и создают популярные статусы в социальных сетях. Статус, установленный пользователем на его странице в социальной сети, представляется таким же важным элементом докоммуникативной саморепрезентации пользователя, как и аватарка.

Одна из самых популярных фразеологических единиц (по данным нашей картотеки) пословица «**Наступить на те же грабли**». Анализ фразеологической конструкции и сверка с данными традиционных фразеологических словарей позволяет констатировать, что данная фразеологическая единица в классических словарях отсутствует («Фразеологический словарь русского языка» под ред. А.И. Молоткова; В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитина «Большой словарь русских поговорок»). При этом в словарях зафиксированы такие фразеологические единицы как *наступить на язык*, *наступить на хвост*, *наступить на пятки*, *наступить на ногу*, *наступить на любимую мозоль*, *наступить на горло* [11]. Однако недавно изданные фразеологические словари фиксируют данную единицу: **Наступить (наступить) на грабли**. – Разг., ирон. Сделать так, что последствия дадут о себе знать; совершить ошибку [12, 228]. или **Наступить на те же грабли (дважды)**. – Повторно совершать ту же ошибку, не сделав выводов из прежних промахов, не воспользоваться печальным опытом других [4, 73].

Данная пословица часто используется коммуникантами в виртуальном общении в качестве элемента экспрессивации речи: *я не хочу ступать на эти грабли снова, играть в игру не находя ни слова...*, *Который раз зарекаюсь не привязываться ни к кому, потому что потом будет плохо, и все равно наступаю на те же грабли; Если вам надоело наступать на старые грабли, значит пора покупать новые; В результате выборов президента Украины выяснилось, что: 35% украинцев не наступят второй раз на одни и те же грабли; 25% – наступят; 5% наступят и попрыгают...; Где же можно купить гордость, чтобы не наступать на одни и те же грабли???* [2] и т.д. В данных примерах фразеологическая единица используется в неизменном виде, однако следует отметить, что часто языковая игра, а следовательно, и элемент экспрессивации, реализуются на основе дефразеологизации. Дефразеологизация как контекстуальное окказиональное преобразование фразеоло-

гической единицы реализуется в двух стилистических приемах: структурно-семантических преобразованиях и семантических преобразованиях.

Семантические преобразования реализуются на основе стилистического приема буквализации: *Думал, наступил на грабли – но промах; фермер Иван встает в шесть утра и наступает на грабли; Умные тоже наступают на грабли, но только для того, чтобы поднять их с земли, не нагибаясь; Ну что же ты делаешь?! – Не видно что ли?! наступаю на те же грабли...* [2]; *Наступая в очередной раз на грабли... однажды я наступлю на черенок! Наступив на грабли – наслаждайся фейерверком* [7] и т.д. Следует отметить, что при буквализации компоненты фразеологической единицы реализуют свое прямое значение, создавая эффект комизма и привлекая внимания адресанта к оставленному сообщению. Однако даже когда пользователь реализует эффект комизма на основе буквализации, все же сохраняется метафорический парный образ «наступать» (ошибаться) – «грабли» (ошибка).

Структурно-семантические преобразования реализуются на основе нескольких стилистических приемов. По данным нашей картотеки, наиболее востребованным приемом структурно-стилистической дефразеологизации является усечение фразеологической единицы: *Аттракцион «те же грабли» – любимая забава русских женщин!); Грабли. Они преследуют меня. Я обойду!; Грабли – моя стихия...; Так приятно знать, что ты чьи-то грабли...; История стара как мир, добро пожаловать на грабли!; Чему бы не учили советы, у каждого должны быть собственные грабли. Жизненный опыт приходит либо с палками либо с граблями...; – Он был твоей первой любовью? – Нет, он был моими первыми граблями...; привет, грабли, давно не виделись* [2] и т.п. Следует отметить, что пользователи эксплуатируют компонент «грабли» и игнорируют компонент «наступать». Образ «граблей» более узнаваем, тогда как компонент фразеологической единицы «наступать» без пары «грабли» не воспринимается адресатом как самостоятельная метафора.

Контаминирование, по данным нашей картотеки, является вторым по популярности среди пользователей: *чихала на правила об те же грабли...; в одну реку дважды не войдешь и на грабли дважды не наступишь; [2] У вас нож в спине. У меня грабли в сердце; Старые мосты могут еще пригодиться. Лучшие сжигать старые грабли* [7] и т.п. Адресанты соединяют два устойчивых выражения, при этом часто именно компоненты пословицы («наступать на те же грабли») буквализируются. Так же часто

пользователи соединяют в рамках одного высказывания пословицы и афоризмы различной коннотации, например: Думаю, мы подружимся; есть еще много граблей, на которые не ступала нога человека [2].

Наименее востребованным приемом структурно-семантической дефразеологизации является замена компонентов фразеологической единицы: Гуляю по граблям; Бег по граблям как вид спорта? Мощное и неудержимое наступление на... грабли [9]. Необходимо отметить, что замене подвергается только компонент «наступать», поскольку замена компонента «грабли» делает иронию, задуманную адресантом, неузнаваемой.

Из всего вышесказанного можно сделать следующие выводы. Безусловно, анонимность и карнавальность как неотъемлемые характеристики сетевого общения оказывают значительное влияние на речевое поведение участников такого общения. Речевое поведение сетевых коммуникантов характеризуется экспрессивностью, т.к. пользователи стремятся привлечь как можно больше внимания к своему посту или комментарию. Языковая игра как стилистический прием на службе экспрессивации речи реализуется на всех уровнях языка, в том числе и на фразеологическом. Рассмотрев и проанализировав многочисленные примеры (более 3000 примеров, извлеченных методом сплошной выборки) фразеологических единиц в интернет-коммуникации, необходимо отметить, что сетевые коммуниканты используют достаточно ограниченный ряд фразеологических единиц. Популярными среди пользователей фразеологические единицы обычно обладают несколькими общими чертами: они легко узнаваемы, они обладают либо сниженной, либо книжной коннотацией, их легко разбить на отдельные компоненты (по этой причине фразеологические сращения и единства употребляются коммуникантами с целью создания эффекта языковой игры в сети достаточно редко). Однако количественно ограниченный фразеологический корпус, используемый сетевыми коммуникантами, является основой для бесчисленных окказиональных преобразований, придумывая которые, пользователь одновременно проявляет свои креативные стороны и делает свое высказывание более выразительным.

Написано при поддержке Российского Гуманитарного Фонда (РГНФ). Проект № 14-34-01011.

Список литературы

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – М.: Флинта, 2002. – 384 с.
2. Все статусы рунета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.statusy.info>.html (дата обращения 20.01.2015).
3. Горошко Е.К. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Орел: Картуш, 2007. – Выпуск 5. – С. 223–237.

4. Жгучий глагол: словарь народной фразеологии / сост. В.К. Белко. – Зеленый век, 2000. – 448 с.

5. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии саморепрезентации в Интернет и их связь с реальностью [Электронный ресурс] // Флогистон: сайт. – URL:<http://http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> (дата обращения 5.03.2015).

6. Зудилина Н.В. Мотивы использования анонимности в киберпространстве интернета как фактор формирования идентичности человека // Известия ВолГТУ. – Волгоград, 2013. – № 9 (112). – Т. 13. – С. 63–68

7. Лучшие статусы для vkontakte [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<http://www.vk-statys.ru>.html (дата обращения 20.01.2015).

8. Савенкова Е.В. Карнавальная составляющая виртуального общения // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». – Самара, 2010. – № 1(7). – С. 33–41.

9. Статусы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.mnogostatusov.ru>.html (дата обращения 20.01.2015).

10. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 696 с.

11. Фразеологический словарь русского языка / под ред. А.И. Молоткова. М.: Советская энциклопедия, 1968. – 543 с.

12. Фразеологический словарь современного русского языка / сост. Ю.А. Ларионова. – М.: Аделант, 2014. – 512 с.

13. Юморок-сайт веселого настроения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.jumorok.com>.html (дата обращения 20.01.2015).

References

1. Arnold I.V. Stilistika sovremenno anglijskogoazyka [Modern English stylistics]. Moscow, 2002. 384 p.

2. Vse statusy runeta. Available at: URL: <http://www.statusy.info>.html (accessed 20 January 2015).

3. Goroshko E.K. Lingvistika Interneta: formirovanie disciplinarnoj paradigmy. Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse. Orel: Kartush, 2007. no 5. pp. 223–237.

4. Belko V.K. Zhguchij glagol: slovar narodnoj frazeologii [Peoples' phraseology dictionary]. Zelenyj vek. 2000. 448 p.

5. Zhichkina A.E., Belinskaja E.P. Strategii samoreprezentacii v Internet i ih svjz s real'nost'ju. Flogiston: site. Available at: URL:<http://http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> (accessed 5 March 2015).

6. Zudilina N.V. Motivy ispolzovaniya anonimnosti v kiberprostranstve interneta kak faktor formirovaniya identichnosti cheloveka. Izvestiya VolgGTU. 2013. no. 9 (112). vol. 13. pp. 63–68.

7. Luchshie statusy dlja vkontakte. Available at: URL: <http://www.vk-statys.ru>.html (accessed 20 January 2015).

8. Savenkova E.V. Karnavalnaya sostavlyayushhaya virtualnogo obshheniya. Vestnik Samarskoj gumanitarnoj akademii. Seriya «Filosofiya. Filologiya». Samara, 2010. no. 1(7). pp. 33–41.

9. Statusy. Available at: URL:<http://www.mnogostatusov.ru>.html (accessed 20 January 2015).

10. Kozhina M.N. Stilisticheskij enciklopedicheskij slovar russkogoazyka [Russian stylistics dictionary]. Moscow: Flinta: Nauka, 2006. 696 p.

11. Molotkov A.I. Frazeologicheskij slovar russkogoazyka [Russian phraseology dictionary]. Moscow: Sovetskaya e'nciklopediya, 1968. 543 p.

12. Larionova Yu.A. Frazeologicheskij slovar sovremenno gorusskogoazyka [Modern Russian phraseology dictionary]. Moscow: Adelant. 2014. 512 p.

13. Jumorok – site veselogo nastroenija. Available at: URL: <http://www.jumorok.com>.html (accessed 20 January 2015).

Рецензенты:

Карташова Е.П., д.фил.н., профессор, зав. кафедрой русского и общего языкознания, ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола;

Калинина А.А., д.фил.н., профессор кафедры русского и общего языкознания, историко-филологического факультета, ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола.

Работа поступила в редакцию 10.04.2015.