

Ядвига Тарса

Опольский университет

Польша

<https://orcid.org/0000-0002-4381-2637>

Воспроизводимость сетевых фразеологизмов – универсальное и национальное

Аннотация. Статья посвящена выявлению и описанию универсального и национального в воспроизводимости сетевых фразеологизмов. Автор статьи делит сетевые фразеологизмы на три группы: а) фразеологизмы, которые или воспроизводятся в исходной форме (т.е. на английском языке), или являются кальками с английского языка, б) фразеологизмы, которые не являются кальками английских выражений, они возникли независимо в разных сегментах Интернета, отличаются планом выражения, но у них одинаковый план содержания, воспроизводятся в них одинаковые смыслы, в) фразеологизмы, функционирующие только в определенном сегменте Интернета.

Ключевые слова: *воспроизводимость, сетевой фразеологизм, Интернет, универсальное, национальное*

1. Введение

Близкие международные контакты, возможность жить и работать за границей, появление Интернета привели к языковой глобализации. Это «процесс взаимопроникновения языков в условиях глобализации. “Языковая глобализация” находит выражение прежде всего в широком и повсеместном распространении английского языка, в проникновении в национальные языки англицизмов (американизмов)» (Баско 2016: 59).

В Интернете тоже господствует английский язык, который для интернет-пользователей стал своего рода лингва франка. По данным статистик за 2017 год, 51,2% всех сайтов были на английском языке¹ и 25,3% (т.е. свыше свыше одного миллиарда человек) пользователей говорят на

¹ https://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all

английском языке, причем для статистики был принят только первый язык пользователей². Неудивительно, что именно из этого языка происходит большинство мемов, демотиваторов и фразеологизмов, которые «путешествуют» по Сети, хотя их авторы необязательно англоязычные.

Чтобы говорить об универсальном и национальном в воспроизводимости сетевых фразеологизмов, сначала надо определить, какие единицы языка будут входить в эту группу. На наш взгляд, сетевые фразеологизмы – это устойчивые словосочетания, источником которых является Интернет (мемы, демотиваторы, любительские видеоролики, жаргон папонков и т.п.), а также выражения, происходящие из речи известных лиц, популярных фильмов, литературных произведений, фразеологизовавшиеся в Интернете. Часть из них прочно вошла в язык интернет-пользователей, другие из них пользуются популярностью краткое время и после пика популярности их можно редко встретить. Их популярности способствует то, что очень часто они являются вербальной частью поликодовых текстов (мемов и демотиваторов).

Благодаря различным сайтам можно проследить путешествие сетевых фразеологизмов, которое иногда бывает длинным, а во время этого пути значение некоторых единиц меняется. Иногда трудно найти их источник, так как разные сайты могут приводить разные версии происхождения сетевых фразеологизмов. Примером пусть послужит мем Feels Guy (Wojak), который в Рунете известен как «Я знаю это чувство». Как сообщает сайт memepedia.ru, «это мем-фейс польского происхождения, на котором изображен лысый мужчина с морщинами на лбу»³. Дальше на этом сайте можно прочитать, что впервые этот мем появился в октябре 2009 году на немецком имиджборде Krautchan.net, и сразу получил большую популярность среди англоязычных пользователей. Его авторство приписывают британскому пользователю Falco, который нарисовал его для троллинга польского пользователя Wojak, писавшего на ломаном английском. Другим пользователям этот рисунок понравился, они стали его использовать в комиксах и со временем Wojak стал шаблонным лицом, которые все знают как Feels Guy. Этот мем «символизирует сочувствие или сопереживание, используется в ситуациях когда нам знакомо чувство говорящего»⁴. В свою очередь на сайте knowyourmeme можно прочитать, что автором этого мема является поляк у которо-

² <https://www.internetworldstats.com/stats7.htm>; <http://nauchkor.ru/media/samye-populyarnye-yazyki-interneta-59e51d415f1be76c059e98be>

³ <https://memepedia.ru/feels-guy-wojak/>

⁴ <https://memepedia.ru/feels-guy-wojak/>

го был никнейм Wojak. Этот интернет-пользователь разместил рисунок лица на немецком имиджборде в мае 2010 года и с этого времени мем этот стал популярен среди других интернет-пользователей и стал появляться на итальянском имиджборде Pastachan и российском Dobrochan⁵. Эта краткая история одного мема показывает, что иногда трудно точно определить страну автора данного выражения⁶.

2. Англоязычные сетевые фразеологизмы

Как кажется, сетевые фразеологизмы можно разделить на три группы. Первая группа – это фразеологизмы, которые или воспроизводятся в исходной форме, или являются кальками с английского языка. Как уже было раньше сказано, английский язык господствует в Интернете и оттуда большое количество англоязычных сетевых фразеологизмов.

Среди самых популярных интернетовских устойчивых английских словосочетаний можно назвать фразу This is Sparta! Фраза эта появилась в фильме «300 спартанцев», а произносит ее спартанский царь Леонид, сбрасывая в колодец персидского посла. Чаще всего она появляется в варианте под разного рода графикой, являющейся или кадром из фильма, или ассоциирующейся с этим кадром. Так как в этом выражении очень легко заменить последний компонент, то интернет-пользователи, актуализируя значение этого фразеологизма, вместо слова Спарта употребляют другие слова This is Cavia!, This is gniazdooo!, This is RZĄD!, This is пятницаа!!!, This is экзамен!!! Только в нескольких демотиваторах эта фраза была использована в переводном варианте.



⁵ <https://knowyourmeme.com/memes/wojak-feels-guy>

⁶ О проблемах с определением источника мемы пишет Барбара Коцур-Волек в статье Memy internetowe wobec umowy ACTA (Wolek-Kocur 2012).

Другой пример – это выражение *будет весело, говорили они* (*będzie fajnie, mówili*). На сайте netlore.ru можно причитать, что фраза *It will be fun, they said* возникла не позже 2009 года и применяется к странным картинкам. «Одна из наиболее распространенных картинок – персонаж, известный как прачечный викинг, молодой человек, плывущий в тазу по затопленной прачечной. Надпись гласила: “Мне сказали: «постирай, будет прикольно», – они сказали”. Макрос подразумевает, что персонажа спровоцировали на некое необдуманное действие, приведшее к неожиданному печальному результату»⁷. Можно сказать, что инвариант этого фразеологизма состоит из двух частей: первая это – *сделай что-то говорили они*, а вторая – *будет весело говорили они*. В польском и русском сегментах Интернета можно найти демотиваторы, в которых воспроизводится не только калькированный фразеологизм, но и графика, к ко-



⁷ <http://www.netlore.ru/it-will-be-fun>

торой он относится (например фотография огромного паука на стенке палатки или человека, у которого под ногтем крючок для рыбалки). В Рунете в первой части этого фразеологизма появляются названия туристического поселка Лосево и деревни Ивантеево, в которой на 2015 год были три улицы, а население (по данным на 2013 г.) составляло 3 человека. В польских демотиваторах появляются названия городов (Лодзь, Нова-Хута), которые ассоциируются с большой преступностью.

Интересным примером англоязычного сетевого фразеологизма является выражение *Билл умный. Будь как Билл*. Его автором является живущий в Милане молдавский интернет-предприниматель Евгений Кройтору. В январе 2016 года он создал картинку с текстом «Bill is on the internet. Bill sees something that offends him. Bill moves one. Bill is smart. Be like Bill» («Билл сидит в интернете. Билл видит что-то, что его задевает. Билл проходит мимо. Билл умный. Будь как Билл»). В Рунете уже 22 января 2016 года появилась серия картинок с Биллом, который в русскоязычном Интернете получил имя Петя. Это были картинки с переведенными с английского текстами, напр.: Это Петя. Ретя веган. Петя не рассказывает всем об этом. *Петя умный. Будь как Петя.*; Это Петя. Петя просыпается и видит, что на улице идет снег. Петя не пишет об этом в соцсети, потому что он знает, что у его друзей тоже есть окна. *Петя умный. Будь как Петя.* В скорое время у Пети появилась спутница – Маша. В польском Интернете у Билла нет одного имени. На первых картинках, которые появились в начале 2016 года у него имя Марцин. Но потом появляется много других имен: Войтек, Богдан, Бартек, Янек. И в польском Интернете есть умная девушка, которая дает советы, как правильно вести себя в виртуальном и реальном мире. И у нее тоже нет одного имени – это может быть Марлена, Мартына, Мариола или Магда. Причем интересно тоже, что в Рунете имена Петя и Маша были придуманы не интернет-пользователями, как это было в Польше, а официальными сайтами. Билла решил адаптировать сайт «Медуза», а Маша это идея сайта cosmo.ru. и редакторов независимого журнала о PR [Mediabitch](http://mediabitch.com).

Примерами других сетевых фразеологизмов-интернационализмов могут быть: *сильная, независимая женщина (silna, niezalezna kobieta)*, *это неловкое чувство (to niezręczne uczucie)*, *то чувство, когда (to uczucie, gdy)*. Чаще всего эти фразеологизмы используются в качестве вербальной части демотиваторов.

Конечно, не все англоязычные сетевые фразеологизмы получают популярность в других сегментах Интернета. К примеру, в России «фраза “Спасибо, Кэп” вошла в сленг и активно используется как в интерне-

те, так и в устной речи. Ее произносят, чтобы дать понять, что человек сказал то, что все и так давно знают». Она связана с Капитаном Очевидность (персонажем, олицетворяющим человека, говорящего банальные вещи, которые все давно знают и без него) очень популярным в Рунете, а практически отсутствующим в польском сегменте Интернета. О нем можно только прочитать на сайте nonsensopedia⁸.

То, что появляется в Интернете может стать толчком для возникновения фразеологизма в одном из его сегментов. Так было в случае польского фразеологизма *co ja paczę*. В 2010 г. на английских имиджбордах появилась фотография кошки породы британская золотая шиншилла из российского питомника. Ее «изображение используется в качестве выражения удивления и несогласия с чем-либо. В России же – считается, что она любит играть в игрушки и охотится на пассивных мужеложников»⁹. Хелия (так зовут кошку) стала мемом и получила название *Grafics Cat*, *Starecat*, а в Рунете ее зовут Котенька и она является мемом-картинкой. В польском сегменте Интернета Котенька породила фразеологизм *co ja paczę*. Эта стилистически и фонетически неправильная фраза стала очень популярная и многократно трансформировалась. Сайт *memowisko.com* приводит 45 разных вариантов: «*Co ja sucham?*; *Co ja susze?*; *Co ja kiszę?*; *Co ja wiecze?*; *Co ja ucze?*; *Co ja burze?*; *Co ja pierę?*; *Co ja siedze?*; *Co ja liczę?* (dziwnym zbiegiem okoliczności napisane bez błędów); *Co ja miele?*; *Co Ty paczysz?*; *Co ja pale?*; *Co ja rządze?*; *Al paczino*; *Co ja czynam?*; *Co ja krzycze?* (inspirowane grą *The Elder Scroll V: Skyrim*); *Co ja fprowadzam?* (w rocznicę rozpoczęcia stanu wojennego); *Zaopaczenie*; *Matka wie że paczysz?* (odniesienie do pytania o wiedzę rodziców pytanego na temat jego kontaktów z substancjami odurzającymi); *Lubię gdy paczysz jak pacze*; *Co ja szprecham?*; *Cóż żem ja obaczył?*; *Co ja pacze? A nie, dobrze pacze*; *Podać coś? Nie pacze tylko*; *Co ja studjuje?*; *Kiedy pacze tak na Ciebie jesteś fajna...*; *Chłopaki nie paczą*; *Wyznaje cojapaczizm* (nawiązanie do pastafarian?); *Miej serce i paczaj w serce* (*Paolo Kotehlo*); *Zdaje ze widziałem kotecka* (z gościnnym udziałem *Twitty’ego*); *Co ja płace?*; *Co sie paczysz?*; *Zakaz paczenia*; *Kot “Co ja pacze?” z wizytą w miejscowości Paczyna*; *Pacność koty!*; *Co ja szczelam* (a.k.a. *lizaki szczelające*); *Co cię nie zabije, to cię wypaczy*; *Tupacz* (1971–1996); *Co ja tocze?*; *Która godzina? Czynasta. Nie, co ja pacze, czecia*; *Co ja płacze?*; *Co ja głosuje?* (nawiązanie do głosowania nad ACTA); *Co ja pącze* (wydanie na tłusty czwartek

⁸ <https://memepedia.ru/kapitan-oczevidnost/>;
http://nonsensopedia.wikia.com/wiki/Kapitan_Oczywisty

⁹ <http://www.netlore.ru/starecat-grafics-cat>

ze strony paczaizmu na FB); *Ściana paczu; Margaret Paczer*»¹⁰. Конечно, это не все возможные варинаты этого сетевого фразеологизма. Хотя пик его популярности прошел, то время от времени появляются его новые модификации.

3. Универсальные концепты в сетевых фразеологизмах

Вторая группа – это фразеологизмы, которые не являются кальками английских выражений, они возникли независимо в разных сегментах Интернета, отличаются планом выражения, но у них одинаковый план содержания, воспроизодятся в них одинаковые смыслы.

Одним из них является выражение *кто-то/что-то 80 lvl*, имеющее свои корни в компьютерной игре. Как можно прочесть в *Антологии сетевого фольклора*, «восьмидесятый уровень до недавнего времени максимально достижимый для развития персонажа в World of Warcraft популярнейшей игре MMORPG. *Эльф или паладин восьмидесятого уровня* до недавнего времени был стереотипом до крайности понруженного в интернет гика, утратившего все связи с реальностью. Однако, относительно недавно у восьмидесятого уровня появилось новое значение – высочайшая степень какого-либо мастерства»¹¹. В демотиваторах эта фраза может или действительно означать похвалу мастерства (как в демотиваторе, в котором очень удачно спряталась кошка) или иронически характеризовать какое-либо явление. В польском Интернете существует выражение *kto/co poziom ekspert* (*кто/что на уровне эксперта*), которое используется в таких же ситуациях, как и русское выражение *80 lvl*, но оно не связано с конкретной компьютерной игрой.

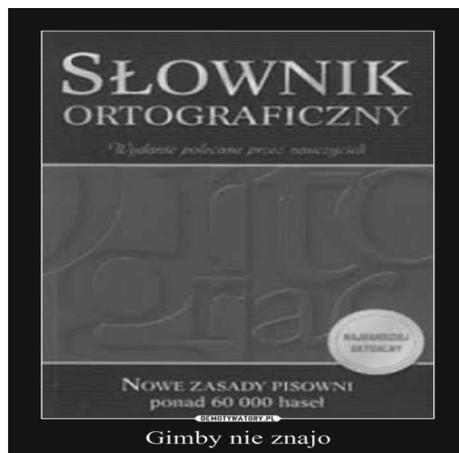
Среди сетевых фразеологизмов есть и такие, которых этимологию трудно определить, они возникли независимо друг от друга в разных сегментах Интернета и характеризуются одинаковым планом содержания. В русском Интернете функционирует выражение *школоте не понять*, а в польском – *gimby nie znajo*. Школота – это «оскорбительное наименование лиц школьного возраста и им подобных персонажей, имеющих низкий уровень интеллектуального развития»¹². Gimby – это уничижительное название учеников гимназий. Оба эти выражения употребляют-

¹⁰ <http://www.memowisko.com/2011/12/co-ja-pacze-czyli-starecat-po-polsku.html>

¹¹ <http://www.netlore.ru/80-lvl>

¹² <http://novopedia.net/wiki/%D0%A8%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%82%D0%B0>

ся обычно в демотиваторах, которые выражают ностальгию по молодости и отношение старшего поколения (т.е. людей, которым в настоящее время сорок или тридцать лет) к современным школьникам или указывают на низкий уровень образования и интеллекта молодого поколения. Их иконический элемент составляют фотографии предметов, которые были частью жизни в 80-х и 90-х годах. Это могут быть детские игрушки, старые компьютерные игры, уже не производимые марки машин, орфографические словари и т.п. Существование такого рода фразеологизмов можно объяснить эмоциями, которые для представителей разных национальностей одинаковы. «Универсальные черты фразеологической системы обнаруживаются, прежде всего, благодаря общности человеческих эмоций. Поскольку легко воспроизводимые единицы языка связаны в большинстве случаев с эмоциями, базовые эмоции психики человека универсальны для любого индивида, они характерны для всего человечества в целом, их не всегда можно контролировать, они возникают как ответная реакция на раздражитель. Поэтому эмотивная фразеология в первую очередь представляет яркий межкультурный уровень» (Сопова 2011: 174).



Упомянутое раньше устойчивое словосочетание *сильная, независимая женщина* (*silna, niezależna kobieta*) тоже показывает, что образ женщины, у которой нет ни мужа, ни детей, в холодильнике только шоколад и вино, а единственный спутник жизни это кошка (или несколько кошек) является общим для разных культур. В нем видим стереотипное видение мира и ироническое отношение к одиноким женщинам, которым за сорок. Хотя в последнее время стали появляться демотиваторы с вер-

бальной частью сильный, независимый мужчина, который тоже живет с кошками, вечера проводит у компьютера, а питается он китайской лапшой быстрого приготовления и запивает ее коньяком.

4. Национальные сетевые фразеологизмы

Как в польском, так и в российском сегментах Интернета, третью группу сетевых фразеологизмов, имеющих свои источники в Сети составляют слова, прозвучавшие в любительских роликах (*Дверь запили!*; *chytra baba z Radomia*), высказывания интернет-пользователей (*Moped (мотороллер) не мой, я просто разместил объяву; to je amelinium*), выражения, происходящие из речи известных лиц, популярных фильмов, литературных произведений, фразеологизовавшиеся в Интернете. В Польше из любительских видео происходят фразы *jestem hardkorem, daj kamienia, będą grał w grę* и *ale urwał*. Слова *jestem hardkorem* произносит герой короткого фильмика, который пытается подняться на крышу пятиэтажного дома по молниеотводу. Его начинает ругать женщина, живущая на первом этаже этого дома. Парень спускается вниз с высоты третьего этажа и возмущенной женщине говорит *jestem hardkorem*. В настоящее время слова эти употребляются (часто с ироническим оттенком) человеком, который совершает какие-то экстремальные действия или глупости. У этого видео несколько миллионов просмотров, на его основе возникла компьютерная игра, а сама фраза вошла в молодежный лексикон.



Когда бывший польский президент Польши Лех Валенса в 2016 году написал на Фейсбуке, что именно он в 2010 году посоветовал Дональду Трампу баллотироваться в президенты, в Интернете сразу появилась целая серия демотиваторов, вербальную часть которых составляли слова

i wtedy ja tu mówię (I wtedy tu mówię, bierz tabliczkę i pisz. 1. Nie będziesz miał bogów cudzych przede mną; I wtedy ja tu mówię Luke, I am Your Father). Этот сетевой фразеологизм не теряет своей актуальности и до сих пор популярен среди интернет-пользователей. Так было и в случае слов *Просто нет денег. Найдем деньги – будет индексация. Вы держитесь здесь, вам всего доброго, хорошего настроения и здоровья*, произнесенных Дмитрием Медведевым на встрече с жителями Феодосии. Этот сетевой фразеологизм появляется в демотиваторах как в инварианте, так и разнообразных модификациях: *клея нет, но вы держитесь* (Как клеить обои. Мастер-класс от Д. Медведева), *свободных дорог нет, но вы там держитесь, удачи, добра и хорошего настроения*; *бумаги нет, но вы держитесь, всего доброго, хорошего настроения и здоровья*.

5. Выводы

Возникновение и популярность сетевых фразеологизмов можно объяснить возможностями, которые предоставляет Интернет (неограниченное количество пользователей, мгновенность обмена информацией), а также характером общения в Сети. Н.Б. Мечковская замечает, что в значительной части компьютерных жанров «преобладает шутливо-ироническое и/или игровое (по некоторым оценкам, даже “игроделическое”) отношение к самой сетевой коммуникации, к собеседнику, теме и языку Сети» (Мечковская 2006: 168). На игровой характер общения в Интернете указывает тоже Н.Г. Шаповалова: «Обратим внимание, что online-мир уже есть некоторое “иное бытие”, технические возможности которого значительно усиливают игровой эффект общения. Кроме того, Интернет как новая ментальная культура связан с миропониманием эпохи постмодерна, для которой характерны атомизация социального, отстаивание права на альтернативный образ жизни, образование множества гибких сетей языковых игр как следствия этого процесса» (Шаповалова 2007: 171).

Можно заметить, что в сетевых фразеологизмах, независимо от их источника отображается карнавальный характер общения. В разных сегментах Интернета воспроизводятся те устойчивые словосочетания, которые несут в себе юмор, шутку, иронию, стеб. Приведенные в данной статье примеры показывают тоже стереотипность мышления интернет-пользователей, независимую от национальности и общие источники новых фразеологизмов (высказывания политиков, фразы прозвучавшие в любительских видеороликах и т.п.).

Библиография

- Баско, Нина В. 2016. Фразеологические неологизмы русского политического дискурса. *Политическая лингвистика* 1 (55): 58–65.
- Мечковская, Нина Б. 2006. Естественный язык и метаязыковая рефлексия в век Интернета. *Русский язык в научном освещении* № 2: 165–185.
- Сопова, Ирина В. 2011. Фразеологические единицы: связи языка, культуры и мышления. *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*, № 1 (13): 173–178.
- Шаповалова, Надежда Г. 2007. Карнавальное общение в Интернете (на материале сайта www.udaff.com). *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*. Выпуск 16, № 20 (98): 169–173.
- Wolek-Kocur, Barbara. 2012. Memy internetowe wobec umowy АСТА. *Teksty z Ulicy nr 14. Zeszyt memetyczny*: 71–80.
- <http://www.netlore.ru/starecat-grafics-cat>
- <http://mydocx.ru/8-76225.html>
- https://lurkmore.co/Категория:Отечественные_мемы
- <https://memepedia.ru/memoteka/>
- <https://memepedia.ru/feels-guy-wojak/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=uCgEW4ZokxU> то чувство когда
- <http://lgz.ru/article/N5--6356--2012-02-08-/Globalizatsiya-i-sudyb%D1%8B-yaz%D1%8Bkov18254/>

Reproducibility of Internet idioms – universal and national

Summary

This article discusses the problem of idioms reproducibility on the Internet. The Author tries to define internet idioms, answering the question which of them have the biggest chance of becoming known by almost all Internet users and which will remain only an item of communication in the national Internet segments. The research has proved the thesis claiming that idioms which have appeared in an English-speaking environment have the biggest chance of entering the lexicon of the wide range of users. They can be found in various segments due to the fact that than in most cases they are the verbal part of demotivators. Generally, they are used in the source language or they are calqued. The second group of idioms are such units which are not the English language calques, they have appeared autonomously in the different segments of the Internet, they vary in their figurativeness but their meaning is the same. The third group is formed by idioms characteristic for one segment of the Internet for they relate to the events, realities and statements of various people connected with a given country. The conducted analysis has also proved that Internet idioms, regardless of their origin, mirror the carnivalisation of Internet communication.