
ЭТНОС И ЭТНИЧНОСТЬ

Н.А. Завьялова

УНИВЕРСАЛИИ СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

Аннотация. Современная социальная культура пронизана речевыми штампами и коммуникативными формулами-стереотипами. Коммуникативная природа социокультурного пространства приобрела особую значимость в условиях распространения электронных интерактивных СМИ. В статье на материале русского и английского языков анализируется социокультурная природа феномена идиомы — фразеологической единицы — устоявшегося выражения, которое рассматривается нами как отражение национального характера народа. Данный феномен рассматривается как универсалия современного повседневного коммуникативного пространства. Популярность данного феномена свидетельствует о стереотипности мышления представителей современных социумов. Идиоматика маркирует острейшие социологические проблемы повседневности, она используется для описания острейших фрагментов социально-экономической реальности.

В статье описан эксперимент по социальному компьютингу с использованием статусов соцсети знакомств 'Twoo' на английском и русском языках. Зафиксированы универсальные черты фразеологизации и формализации современных нарративов. Набор готовых лексическо-грамматических комплексов существенно сокращает время на обдумывание словесной формулировки идей (будучи по сути проявлением защитной и приспособительной функций организма к современным изменчивым условиям жизни), что является отражением возрастающей скорости смены событий повседневной жизни.

Материалы работы могут быть использованы на лекциях по философии культуры и культурологии. По материалам исследования составлена база данных, отмеченная Свидетельством Роспатента № 2013620397 от 13.03.2013.

Ключевые слова: глобализация, повседневность, национальный характер, фразеологическая единица, идиома, философия, коммуникация, универсалия, соцсеть, формализация.

Современное социокультурное пространство представлено множеством нарративов. Американский философ С. Бенхабиб утверждает основополагающую роль нарратива в становлении культуры: «Культуры не выступают целостностями с четко обозначенными границами; они представляют собой смысловые сети, вновь и вновь переопределяемые через слова и дела своих носителей. Культуры конституируются через нарративы: хотя для культуры также весьма важны материальные объекты и религиозные символы, здания и памятники, города и произведения искусства; эти объекты, памятники и документы должны быть определены, а их цель, значение и смысл — прояснены нарративно»¹. Культура социальных

групп маркирована нарративами, опосредующими идеологию и мировоззрение представителей групп.

«Мозаичность» и «цитатность» современных постмодернистских нарративов проявляет себя по-разному. Объектом нашего исследования социокультурных нарративов является идиоматичность (фразеологизация) или повторы устоявшихся выражений в контексте современных социальных коммуникаций как **универсальное** явление на примере русских и английских текстов. При этом мы производим операцию деконструкции коммуникационной формулы, механизм которой описан в работе С.Н. Амельченко².

Анализируя социальную природу популярности идиом, обратимся к высказыванию амери-

¹ Бенхабиб С. Притязания культуры. Равенство и разнообразие в глобальную эру / пер. с англ.; под ред. В.И. Иноземцева. М.: Логос, 2003. 350 с. С. XXXV.

² Амельченко С.Н. Деконструкция ментального кода российской культуры в контексте глобализации. // Философия и культура. 2013. № 2. С. 171–181.

канского социолога Н. Гольштейна: «Отмечая распространенность рифмованных пословиц, таких как 'Birds of a feather flock together' («Рыбак рыбака видит издалека»), социологи Мэтью МакГлоун и Джессика Тофигбакш решили исследовать, действительно ли зарифмованные сообщения, в отличие от незарифмованных, воспринимаются как более точные. В рамках своего исследования они взяли ряд зарифмованных поговорок, ранее неизвестных участникам, и создали аналогичные, но не зарифмованные версии. Например, сравнительно непонятную поговорку 'Caution and measure will win you treasure' перефразировали в «Осторожность и мера принесут вам богатство». В качестве другого примера они взяли 'What sobriety conceals, alcohol reveals' («Что у трезвого на уме, то у пьяного на языке») и изменили ее на «Алкоголь разоблачает то, что скрывает трезвость».

Затем участники прочитали некоторые из поговорок и оценили каждую по степени жизненности. Исследователи обнаружили: хотя все участники строго придерживались убеждения, что рифма ни в коей мере не является показателем точности информации, тем не менее они восприняли рифмованные высказывания как более точные.

Исследователи объяснили, что рифмованные фразы обеспечивают более высокую беглость восприятия, а это означает, что они легче усваиваются, чем нерифмованные. Поскольку люди склонны основывать точность оценок, по крайней мере, частично, на беглости восприятия, рифмованные высказывания оцениваются как более точные.

Эти открытия имеют широкое применение в повседневной жизни. Во-первых, они показывают, что, когда маркетологи и бизнес-операторы придумывают лозунги, девизы, товарные знаки и рекламные куплеты, они должны понимать: использование рифмы не только повышает привлекательность сообщения, но и вызывают ощущение его правдивости³.

Коммуникативная природа социокультурного пространства приобрела особую значимость в условиях распространения электронных интерактивных СМИ. Думается, что в условиях современности именно они отражают национальный характер.

³ Гольштейн Н. Психология убеждений. 50 доказанных способов быть убедительным / Ноа Гольштейн, Стив Мартин и Роберт Чалдини; пер. с англ. Галины Федотовой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 224 с. С. 146–147.

Автор нашумевшего медийного бестселлера «Новостная интернет-журналистика», преподаватель журфака МГУ и основатель медиа-консалтинга «Алекс и Алекс», А. Амзин, в своем посте «5 ошибок Интернет-СМИ» обращает внимание на следующую особенность электронного новостного сообщения: «...исследователи обнаружили, что посетитель принимает решение о закрытии веб-страницы или навигации по ней в течение 10 секунд после захода (вернее, после клика на предыдущую ссылку...). Также верно, что, скажем, новостная пирамида с помощью которой подается значительная часть материалов, не способствует длинному чтению. Ведь подобные материалы дают основные факты в рамках уже первого абзаца, а то и заголовка»⁴. Возросшая роль заголовка стимулирует авторов к созданию многочисленных авторских преобразований идиоматических выражений, призванных привлечь внимание читателей оригинальной интерпретацией устоявшихся коммуникативных формул: «16 марта: Экспресс-курс «Познай мир тестировщика!» Или «Шерше ля ба!» от Naumen»⁵. E96.ru нашел миллиард рублей и нового совладельца. Оборот компании **растет как на дрожжах**⁶. «Дальний Восток становится ближним»⁷, «Европейцы в поисках «своего угла»: откуда берется стремление жителей ЕС к независимости?»⁸. Долгая дорога к Сердюкову. Почему он стал подозреваемым только сейчас⁹.

⁴ Амзин А. 5 ошибок интернет-СМИ (URL: <http://research.alex-alex.ru/post/18306114639> (дата обращения — 23.02.2013)).

⁵ Современный корпус американского варианта английского языка (COCA) (URL: <http://corpus.byu.edu/coca/> (дата обращения — 28.12.2012)).

⁶ 16 марта: Экспресс-курс «Познай мир тестировщика!» // It-eburg. 12.03.13. (URL: http://it-eburg.com/text/article/16_marta_ehkspress_kurs_poznai_mir_testirovshchika/ (дата обращения — 16.03.2013)).

⁷ Лукьянов Ф. Дальний Восток становится ближним // Россия в глобальной политике. 11.12.2013 (URL: <http://www.globalaffairs.ru/redcol/Dalnii-Vostok-stanovitsya-blizhnim-16239> (дата обращения — 11.12.2013)).

⁸ Лукьянов Ф. Европейцы в поисках «своего угла»: откуда берется стремление жителей ЕС к независимости? // Радио «Голос России». 07.12.13 (URL: http://rus.ruvr.ru/2013_12_07/Evropejci-v-poiskah-svoego-ugla-otkuda-beretsja-stremlenie-zhitelej-ES-k-nezavisimosti-1700/ (Дата обращения: 07.12.2013)).

⁹ Малашенко У. Долгая дорога к Сердюкову. Почему он стал подозреваемым только сейчас // Телеканал

«**Чем бы дитя ни тешилось...**» Геи выходят на митинг у «Останкино». А все из-за Мамонтова и Челябинского метеорита. ВИДЕО¹⁰. Приведем еще несколько примеров на английском языке: «*Oscars red carpet 2013: In pictures*»¹¹, «*From Russia with money*»¹².

Уральский шоу-коллектив «Уральские пельмени» запомнился зрителям следующими яркими заголовками проектов с перифразированными ФЕ: «*Красота спасет мырм*», «*Тень знаний*», «*Снега и зрелищ*», «*Гори оно ... все конем!*», «*Шагом фарш — Аватар*»¹³. Отметим, что веселые фразы, построенные по принципу перефразирования ФЕ, контаминации исходного выражения, в силу своей броскости и оригинальной тематики эффективны для улучшения психологического климата в коллективе. О прямой корреляции юмора и финансового успеха находим интересные замечания в работе «*Have fun, make money: Can humor increase workplace effectiveness?*»¹⁴: «*...successful businesses have been built on phrases like "have fun, make money". Indeed, some use measures of humor within their selection systems and report impressive results. For instance, Southwest Airlines screens for a 'light-hearted attitude', declaring that this leads to greater employee camaraderie and performance, as well as enhancing customer satisfaction. Humor has been part of every culture throughout history, with sayings along the lines of 'laughter is the best medicine'.*

Россияне в условиях господства агонального дискурса нередко обращаются к идиоматике как

к средству эмоционального воздействия. «*Голкипер петербургского «Зенита» Вячеслав Малафеев отсудил у телекомментатора Дмитрия Губерниева 75 тысяч рублей по иску о защите чести и достоинства, сообщили РАПСИ во вторник в пресс-службе Мособлсуда... В августе 2011 года Губерниев в перерыве матча 22-го тура чемпионата России по футболу между столичными «Спартак» и ЦСКА в эфире позволил себе оскорбительное высказывание, которое касалось вратарской линии сборной России. Также телекомментатор коснулся обстоятельств смерти жены Малафеева, погибшей в автомобильной аварии в марте того же года. Комментатор не знал, что его переговоры с коллегой транслируются в интернете на сайте Sportbox.ru... Губерниев извинений Малафееву не принес, лишь выразив сожаление, что в эфире прозвучали «идиоматические выражения» в его исполнении. Позднее руководство «России 2» временно отстранило Губерниева от работы в программах, связанных с футболом»¹⁵.*

Отметим нашумевший политический скандал, в основе которого лежит авторское преобразование идиомы терминологического характера. «*Возмущение парламентариев вызвал комментарий Владимира Познера в авторской программе «Познер», где журналист раскритиковал «закон Димы Яковлева», запрещающий американцам усыновление детей из России. В письме отмечается, что господин Познер никогда не допускает оскорбительных оговорок в отношении страны «родного языка» (в воскресной передаче он, оговорившись, назвал Госдуму «государственной дурой». — «Ъ»)*»¹⁶.

Идиоматика маркирует острейшие социологические проблемы повседневности. Современное образование — тема, широко обсуждаемая как в России, так и за рубежом. В англосаксонском социокультурном коде находим ФЕ, которая наилучшим образом отражает корень большинства проблем: **brain dump**, букв. мозговая помойка. Так называется система образования, при которой учащимся предоставляются большие объемы информации для запоминания. Цель обучения — вы-

«Дождь» (URL: http://tvrain.ru/articles/dolgaja_doroga_k_serdjukovu_pochemu_on_stal_podozrevaemym_tolko_sejchas-357690?autoplay=false (дата обращения — 28.11.2013)).

¹⁰ Варкентин А. «Чем бы дитя ни тешилось...» Геи выходят на митинг у «Останкино». А все из-за Мамонтова и Челябинского метеорита. Видео // Служба новостей «URA.Ru» 14.11.2013 (URL: <http://ura.ru/content/chel/14-11-2013/news/1052169048.html> (дата обращения — 14.11.2013)).

¹¹ Mareckova M. From Russia with money // Twist. 2011. Issue 31. P. 22–23.

¹² Kuiper Koenraad. Phraseology in a time of crisis: The language of bank advertisements before and during the financial crisis of 2008–2010. Walter de Gruyter GmbH and Co. Kg Berlin. New York, 2010. P. 12–20.

¹³ Официальный сайт шоу коллектива «Уральские пельмени» (URL: <http://pelmeny.com/> (дата обращения — 20.02.13)).

¹⁴ E96.ru нашел миллиард рублей и нового совладельца. Оборот компании растет как на дрожжах. // it-eburg 02.04.2013 (URL: http://it-eburg.com/text/article/e96_nashel_milliard_rublei_i_novogo_sovladelca/?utm_source (дата обращения — 02.04.2013)).

¹⁵ Вячеслав Малафеев отсудил у Дмитрия Губерниева 75 тысяч рублей // РАПСИ: российское агентство правовой и судебной информации (URL: http://rapsinews.ru/judicial_news/20121030/265173555.html (дата обращения — 03.11.2012)).

¹⁶ Парабеллум А., Мрочковский Н. Выжми из бизнеса все! 200 способов повысить продажи и прибыль. СПб.: Питер, 2011.

полнение тестов, при этом игнорируется развитие мышления. Цитата из современного электронного корпуса американского английского (COCA) следующим образом в контексте раскрывает содержание данного понятия. *MR-PAYNE: The parents come in with the expectation that this is going to be a very, umm, umm, sort of rote learning, umm, traditionally paced, traditionally reported back kind of school, it isn't going to suit their needs. The idea here is, umm, to as great an extent as possible, uh, rather than, umm, umm, doing what is being commonly referred to today as the **brain dump** where you open up a kid's head and you pour the information in and then they put it back out on a test, our goal is to, umm, find ways for students to, umm, actively participate in the creation and sharing of knowledge* (PBS_Newshour. Corporate Classroom; Dictator's Demise. 1991 (19910522))¹⁷.

Заметим, что идиоматика используется для описания острейших фрагментов социально-экономической повседневности. Немецкий фразеолог Конрад Купер (Koenraad Kuiper) проанализировал корпус фразеологизмов, которыми описывались события финансового кризиса 2008–2010 гг.¹⁸. Отметим рекламное объявление уральского банка, предлагающего ипотеку: «**Круглая сумма на квадратные метры**» (реклама банка «Демидов»), «Молодым — своя **жизнь-площадь**. Жилой дом «на Индустрии»» (реклама программы ипотеки «Газпромбанка»). «**Двойной удар: быстрая ипотека и снижение цены на квартиру**» (рекламный слоган «Газпромбанка»). «**Выжми из бизнеса все! 200 способов повысить продажи и прибыль**»¹⁹. «**Делай дело смело!**» (реклама средств, повышающих потенцию, в магазине «Казанова»). «В подавляющем большинстве бизнесов продажи представляют собой настоящий **черный ящик**»²⁰. «**Так закрываются** дорогие отели? Нуатт признался в тяже-

лом финансовом положении. Вынудила мэрия Екатеринбурга»²¹.

Устоявшиеся тексты-формулы обладают магической силой **оживать** сквозь время и пространство. В 2006 г. в Москве в Музее Московского Кремля состоялась выставка «Дары вождям», на которой были представлены подарки советским вождям, от В.И. Ленина до М.С. Горбачева. Куратор выставки Н. Скорин-Чайков в своей статье «Gift/Knowledge Relatins at the Exhibition of Gifts to Soviet Leaders/Отношение дара/знания на выставке подарков советским вождям»²² анализирует записи в книге отзывов посетителей выставки. В отзывах находим многочисленные идиомы-штампы, характерные для эпохи СССР: «the state was giving us the opportunity to implement Lenin's slogan, "Study, study and, one more time, study" («государство давало нам возможность осуществить девиз Ленина «Учиться, учиться и, еще раз, учиться»»); ... thanking the state and Stalin for «our happy childhood» and «happy life» («спасибо товарищу Сталину за наше счастливое детство» и «счастливую жизнь»). Даже кратковременное предъявление предметов ушедшей эпохи вызвало бурный всплеск идиоматических реакций.

Фразеология (идиоматика) — социокультурное явление, где **социальный** фактор обусловлен функцией транслирования знаний от поколения к поколению посредством фразеознаков, что обеспечивает воспроизводимую устойчивость общества, а **культурный** фактор обусловлен процессом смыслогенеза, отраженного во фразеологических знаках. «... культура возникает вместе с появлением разума, точнее, мышления как механизма творчества, позволяющего людям осмысливать не только окружающий мир, жизненный и исторический опыт множества людей, но и энергетические импульсы, идущие от круга вечно воспроизводящихся и возникающих вновь потребностей личного, группового и общественного масштаба. Седиментация опыта (осаждение опыта действий и переживаний в сознании), его хабиутализация (опривычивание) сопровождаются фундаментальным процессом — в сознании людей

¹⁷ Ромашкова Н., Тихонов Д. Депутаты попросили Владимира Познера определиться с отношением к России // Коммерсантъ-Online, 27.12.2012 (URL: <http://www.kommersant.ru/docrm/2100406> (дата обращения — 28.12.2012)).

¹⁸ Have fun, make money: Can humor increase workplace effectiveness? (Review) [No author name available] // Strategic Direction. 2013. Vol. 29. № 1. P. 20–22.

¹⁹ Парабеллум А., Мрочковский Н. Бизнес без правил. Как разрушать стереотипы и получать сверхприбыль. СПб.: Питер, 2012.

²⁰ Парабеллум А., Мрочковский Н. Бизнес без правил. Как разрушать стереотипы и получать сверхприбыль. СПб.: Питер, 2012.

²¹ Курносенко А. Так закрываются дорогие отели? Нуатт признался в тяжелом финансовом положении. Вынудила мэрия Екатеринбурга // Служба новостей «URA.Ru» (URL: <http://ura.ru/content/svrd/14-11-2013/news/1052169009.html> (дата обращения — 14.11.2013)).

²² Oscars red carpet 2013: In pictures // BBC News. — 25.02.13 (URL: <http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-21569975> (дата обращения — 25.02.13)).

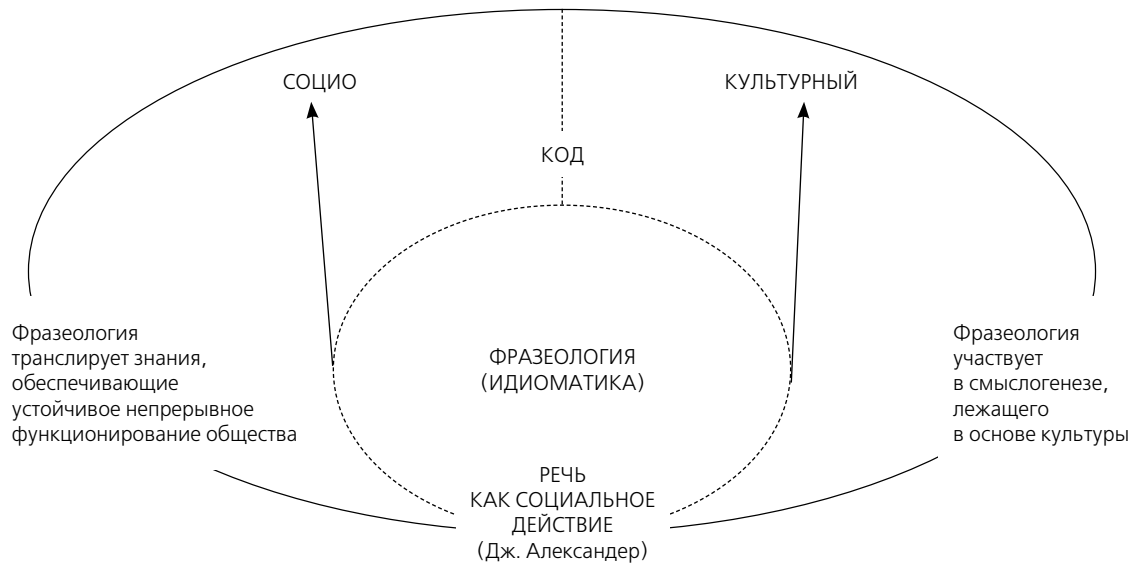


Схема 1. Фразеология как составляющая социокультурного кода нации

отпечатывается прежде всего позитивный опыт, ведущий к полезному и эстетически привлекательно-му результату. Типизируясь далее с помощью языка, он превращается в образец действия и движется в двух направлениях: в системе ролевых функций (в виде ролевых репертуаров живых индивидов) и в знаковых (семиотических) системах. Последнее обеспечивает возможность трансляции таким образом отобранного опыта в пространстве и во времени (истории)»²³.

Далее опишем следующий социокультурный эксперимент. Мы рассматривали примеры использования ФЕ (фразеологические единицы, идиомы) в условиях электронной коммуникации социальных сетей. Для проведения данного эксперимента по социальному компьютерингу мы воспользовались международной социальной сетью знакомств Twoo²⁴. Ежемесячно данную сеть посещают более 10 миллионов человек со всего мира. Для заполнения основных рубрик профиля требуется знание английского языка, однако существуют рубрики, где желающие могут оставить небольшое послание на родном языке. Именно данные послания мы и проанализировали с позиции нарративных стратегий, которыми пользуются участники коммуникации. Рассмотрим анкеты **американских и британских мужчин**.

²³ Минюшев Ф.И. Социология культуры: учебное пособие. 2-е изд., испр., доп. М.: КДУ, 2009. 254 с. С. 14–15.

²⁴ Ssorin-Chaikov N. Gift/Knowledge Relations at the Exhibition of Gifts to Soviet Leaders // Laboratorium. 2013. 5(2): 166–192 pp.

Hany, 39 Lives in Boston, United States .Lawyer
Single
Wants to meet women between 18 & 60 years old
Текст: Who is looking for romantic man
Позиционирует себя как романтического мужчину. Ключевые коммуникативные стратегии: • вопросительное предложение, выраженное вопросительным местоимением who; • позиционирование себя как романтического мужчины; • употребление фразового глагола-фразеологизма to look for, стимулирующего активный поиск.

Jose Santos, 28 .Lives in Framing-ham, United States
Single
Wants to meet women between 18 & 40 years old
Текст: thanks for those who like me thank you for the one who does not like the life I am not master of the world I am more like nature
Выражение благодарности за любовь к себе, за не любовь к себе. Не считает себя хозяином мира, считает себя схожим с природой. Ключевые коммуникативные стратегии: • высказывание не разделено знаками препинания, построено по принципу подхвата конца фразы и использования его в качестве начала (анадиплосис); • анафорические повторы с использованием фразового глагола – фразеологизма thank(s) for; • выражение благодарности за симпатию/антипатию к себе (амбивалентность высказывания), подчеркивание собственной близости к природе как антитеза «хозяев мира», к которому он себя не относит; • использование ФЕ master of the world

Farley, 33
Lives in Chelsea, United States
.Married
Wants to meet women between 24 & 38 years old
Текст: Just Ask !
Побуждает обратиться к нему с вопросом, просьбой. Ключевые коммуникативные стратегии: • Побудительное предложение, оформленное восклицательным знаком в конце, которое носит характер фразеологизированной коммуникативной формулы, клише Just Ask!

Anibuokwudili, 34
.Lives in Montserrat, United States
.Single
Wants to meet women between 21 & 45 years old
Текст: !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!True real faithful!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
Позиционирует себя как настоящего и реально верного. Ключевые коммуникативные стратегии: • графически высказывание оформлено повторяющимися знаками восклицания перед лексическим комплексом и после; • лексический комплекс представляет собой клише, коммуникативную формулу, ФЕ true real faithful

Fred, 34
.Lives in Boston, United States
.Accounts manager
.Single
Wants to meet women between 21 & 40 years old
Текст: Perfection isn't in this life, there's always a part that you need to sacrifice ...
Позиционирует себя как философа, рассуждающего о жизни и жертвах, на которые приходится в ней идти. Ключевые коммуникативные стратегии: • в качестве резюмирующего свой профиль высказывания использует перефразированную ФЕ 'Life isn't perfect...'

Bilal, 29
.Lives in Westlands, United States
.Single
Wants to meet women between 18 & 30 years old
Текст: the heart is capable of loving any girl regardless of color, distance or religion. its a matter of personal choice. never live in the past coz it gone instead focus on the present to build a happy future. and don't wait for things to happen make them happen. that's bill 4 u
Позиционирует себя как человека, способного полюбить женщину с любым цветом кожи, на любом расстоянии и любой религии, так как религия — дело личного выбора. Призывает не жить в прошлом, так как оно прошло, сосредоточиться на настоящем, для того чтобы построить счастливое будущее. Призывает не ждать, когда что-то произойдет, а вместо этого самому начать осуществлять перемены. Ключевые коммуникативные стратегии: • затрагивает вопросы расы и религии — ключевых тем афроамериканцев, будучи афроамериканцем; • использует ФЕ-речевые клише, коммуникативные формулы: a matter of personal choice, never live in the past, to build a happy future; • использует числовой код и способы шифровки фразы 'for you' при помощи сочетания цифры и буквы 4 u — разновидность языковой игры;

Tim Shields, 38
.Lives in Walpole, United States
.Shipping agent
.Single
Wants to meet women between 25 & 42 years old
Текст: Looking up have some fun with someone special
Сообщает о том, что ищет особенную женщину, чтобы немного повеселиться с ней. Ключевые коммуникативные стратегии: Использование сразу нескольких ФЕ в одном высказывании: look up (фразовый глагол-фразеологизм), have some fun, someone special.

Gabbi, 30
.Lives in Worcester, United States
.Admin assistant
.Single
Wants to meet women between 22 & 34 years old
Текст: Blessed is the hand that giveth n the one that takes it
Позиционирует себя как религиозный человек, используя ФЕ-цитату из Библии

Prinzy, 32
.Lives in Edgware, United Kingdom
.Single
Wants to meet women between 23 & 40 years old
Текст: Am just me. Nothing more, Nothing less.
Подчеркивает ценность собственного «я». «Я — это только я. Ни больше, ни меньше». Ключевые коммуникативные стратегии: • использование ФЕ-коммуникативной формулы, в основе которой лежит анафорический повтор и антитеза. Nothing more, Nothing less.

Danny, 36
.Lives in Glasgow, United Kingdom
.Single
Wants to meet women between 20 & 60 years old
Текст: Down to earth guy whos always up for a laugh. Send me a message and i will 100% reply x x
Позиционирует себя как простого парня, который всегда готов посмеяться. Призывает отправлять ему сообщения и обещает ответить на 100%. Ключевые коммуникативные стратегии: • употребление разговорных ФЕ down to earth, up for a laugh; • употребление нумерологического кода 100%.

Проведенное наблюдение свидетельствует о межкультурном разнообразии современных жителей США и Великобритании. В поисках подруги в соцсети они активно обращаются к сюжетам из Библии, используя фразовые глаголы, нумерологический код как шифр собственных посланий, короткие высказывания из 2–3-х знаков. Данный тип нарратива характерен для электронной коммуникации в целом.

Далее рассмотрим анкеты **русских мужчин**.

Роман, 37
.Lives in Moscow
Single
Wants to meet women between 18 & 40 years old
Текст: Ласковый, Нежный, Зверь!
В высказывании содержится ФЕ, которую можно рассматривать как пример идиоматичности цитации с небольшими орфографическими преобразованиями: ласковый, нежный, зверь!

Matthew, 38
.Lives in Moscow
Single
Wants to meet women between 26 & 45 years old
Текст: Даже если что-то сильно беспокоит, не стоит принимать близко к сердцу. Воспользоваться обстоятельствами и преобразовывать
Позиционирует себя как человека, склонного к философским рассуждениям. Ключевые коммуникативные стратегии: • в высказывании содержится ФЕ-коммуникативные формулы разговорного характера принимать близко к сердцу, воспользоваться обстоятельствами.

Александр, 29
.Lives in Saint-Petersburg
Married
Wants to meet women between 21 & 33 years old
Текст: мне бы подружку без интима и отношений. прогулки с детьми... может есть такие...
Использует стратегию иронии, отрицая привычные шаблоны, выраженные ФЕ-коммуникативными формулами без интима и отношений.

Vladimir, 31
.Lives in Saint-Petersburg
Single
Wants to meet women between 23 & 36 years old
Текст: Тайный Властелин Планеты.
Использует ФЕ, идиоматичную по параметру «идиоматичность цитации», Властелин Планеты (по аналогии с романом Дж.Р. Толкина «Властелин Колец»). Все лексемы даны с заглавной буквы.

Илья, 31
.Lives in Saint-Petersburg
Single
Wants to meet women between 22 & 36 years old
Текст: Когда я получаю новые задания, то мой организационный талант расцветает. Я охотно беру на себя планирование и реализацию. И я знаю, что все будет сделано наилучшим образом.
Использует ФЕ-коммуникативную формулу наилучшим образом.

Алексей, 35
.Lives in Yekaterinburg
Single
Wants to meet women between 25 & 33 years old
Текст: Я очень ценю сотрудничество и командный дух. Я чувствую себя хорошо в кругу друзей.
Использует ФЕ-коммуникативную формулу в кругу друзей.

Сергей, 38
.Lives in Moscow
Single
Wants to meet women between 20 & 35 years old
Текст: Я придерживаюсь точки зрения, что вместо можно достичь всего, чего угодно. Нужно только идти навстречу другим людям, быть честным и открытым человеком.
Использует ФЕ-коммуникативную формулу точки зрения.

Андрей, 38
.Lives in Moscow
Single
Wants to meet women between 20 & 35 years old
Текст: Если я ставлю перед собой цель, то я ее добиваюсь. Я верю что в жизни, как и в любви, благодаря целеустремленности, дружелюбию и общительности, можно достичь очень многого.
Использует ФЕ-коммуникативную формулу ставлю...цель.

Сергей, 25
.Lives in Moscow
Single
Wants to meet women between 20 & 35 years old
Текст: Мой план на выходные всегда расписан по минутам. Я хочу успеть все попробовать, по возможности, в окружении своих друзей.
Использует ФЕ-коммуникативную формулу расписан по минутам.

Сергей, 34
.Lives in Moscow
Single
Wants to meet women between 25 & 35 years old
Текст: Я очень активный человек, который хорошо себя чувствует в компании. Я с удовольствием знакомлюсь с новыми людьми.
Использует ФЕ-коммуникативную формулу хорошо себя чувствую.

Русские мужчины также активно обращаются к идиоматизированным цитатам, предлагая короткие и простые для понимания речевые штампы. Отметим обращение к англосаксонским образцам, что может быть объяснено общей модой на американские штампы в современном российском масскульте. Тактики заимствований — вечный

процесс взаимодействия цивилизаций в истории их развития. «Когда мы изучаем историю мира, очень важно понимать, что это история отдельных цивилизаций. Цивилизации контактировали друг с другом, и между ними существовала определенная взаимосвязь. Я всегда воспринимал историю мира не как историю отдельных цивилизаций, а как историю мировых цивилизаций, развивавшихся порой одинаковыми, порой разными путями, но всегда взаимодействовавших друг с другом»²⁵.

Современные социокультурные нарративы подвергаются процессу фразеологизации и формализации, что объясняется прагматическими целями. Данные процессы носят универсальный характер в русскоязычных и англоязычных дискурсах. Набор готовых лексическо-грамматических

комплексов существенно сокращает время на обдумывание словесной формулировки идей (будучи по сути проявлением защитной и приспособительной функций организма к современным изменчивым условиям жизни), что является отражением возрастающей скорости смены событий повседневной жизни. Данный процесс можно расценивать как глобальную всеобщую черту национальных нарративов, что свидетельствует о стирании социокультурных границ. Полагаем, что изучение фразеологии в качестве современных устойчивых формул коммуникации позволит описать национальный характер и менталитет в условиях распространения сетевого виртуального взаимодействия, где готовые коммуникационные формулы играют роль ориентиров, меток пространства глобального взаимодействия.

Список литературы:

1. Александер Дж.С. Аналитические дебаты: понимание относительной автономии культуры // Социологическое обозрение. Т. 6. 2007. № 1. С. 17–37.
2. Амельченко С.Н. Деконструкция ментального кода российской культуры в контексте глобализации // Философия и культура. 2013. № 2. С. 171–181.
3. Амзин А. 5 ошибок интернет-СМИ (URL: <http://research.alex-alex.ru/post/18306114639> (дата обращения — 23.02.2013)).
4. Бенхабиб С. Притязания культуры. Равенство и разнообразие в глобальную эру / пер. с англ.; под ред. В.И. Иноземцева. М.: Логос, 2003. 350 с. XXXV.
5. Варкентин А. «Чем бы дитя ни тешилось...» Геи выходят на митинг у «Останкино». А все из-за Мамонтова и Челябинского метеорита. Видео // Служба новостей «URA.Ru» 14.11.2013 (URL: <http://ura.ru/content/chel/14-11-2013/news/1052169048.html> (дата обращения — 14.11.2013)).
6. Вячеслав Малафеев отсудил у Дмитрия Губерниева 75 тысяч рублей // РАПСИ: российское агентство правовой и судебной информации (URL: http://rapsinews.ru/judicial_news/20121030/265173555.html (дата обращения — 03.11.2012)).
7. Гольдштейн Н. Психология убеждений. 50 доказанных способов быть убедительным / Ноа Гольдштейн, Стив Мартин и Роберт Чалдини; пер. с англ. Галины Федотовой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 224 с.
8. Курносенко А. Так закрываются дорогие отели? Hyatt признался в тяжелом финансовом положении. Вынудила мэрия Екатеринбурга // Служба новостей «URA.Ru» (URL: <http://ura.ru/content/svrd/14-11-2013/news/1052169009.html> (дата обращения — 14.11.2013)).
9. Лукьянов Ф. Дальний Восток становится ближним // Россия в глобальной политике. 11.12.2013 (URL: <http://www.globalaffairs.ru/redcol/Dalnii-Vostok-stanovitsya-blizhnim-16239> (дата обращения — 11.12.2013)).
10. Лукьянов Ф. Европейцы в поисках «своего угла»: откуда берется стремление жителей ЕС к независимости? // Радио «Голос России». 07.12.13 (URL: http://rus.ruvr.ru/2013_12_07/Evropejci-v-poiskah-svoego-ugla-otkuda-beretsja-stremlenie-zhitelej-ES-k-nezavisimosti-1700/ (Дата обращения: 07.12.2013)).
11. Малашенко У. Долгая дорога к Сердюкову. Почему он стал подозреваемым только сейчас // Телеканал «Дождь» (URL: http://tvrain.ru/articles/dolgaja_doroga_k_serdjukovu_pochemu_on_stal_podozrevaemym_tolko_sejchas-357690/?autoplay=false (дата обращения — 28.11.2013)).

²⁵ Макгрегор Н. История мира в 100 предметах / пер. с англ. Г.В. Сахацкого. М.: Эксмо, 2012. 800 с.: ил. С. 746.

12. Макгрегор Н. История мира в 100 предметах / пер. с англ. Г.В. Сахацкого. М.: Эксмо, 2012. 800 с.: ил.
13. Минюшев Ф.И. Социология культуры: учебное пособие. 2-е изд., испр., доп. М.: КДУ, 2009. 254 с. С. 14–15.
14. Официальный сайт шоу коллектива «Уральские пельмени» (URL: <http://pelmeny.com/> (дата обращения — 20.02.13)).
15. Парабеллум А., Мрочковский Н. Бизнес без правил. Как разрушать стереотипы и получать сверхприбыль. СПб.: Питер, 2012.
16. Парабеллум А., Мрочковский Н. Выжми из бизнеса все! 200 способов повысить продажи и прибыль. СПб.: Питер, 2011.
17. Ромашкова Н., Тихонов Д. Депутаты попросили Владимира Познера определиться с отношением к России // Коммерсантъ-Online», 27.12.2012 (URL: <http://www.kommersant.ru/doc-rm/2100406> (дата обращения — 28.12.2012)).
18. Современный корпус американского варианта английского языка (COCA) (URL: <http://corpus.byu.edu/coca/> (дата обращения — 28.12.2012)).
19. 16 марта: Экспресс-курс «Познай мир тестировщика!» // It-eburg. 12.03.13. (URL: http://it-eburg.com/text/article/16_marta_ehkspress_kurs_poznai_mir_testirovshchika/ (дата обращения — 16.03.2013)).
20. E96.ru нашел миллиард рублей и нового совладельца. Оборот компании растет как на дрожжах. // it-eburg 02.04.2013 (URL: http://it-eburg.com/text/article/e96_nashel_milliard_rublei_i_novogo_sovladelca/?utm_source (дата обращения — 02.04.2013)).
21. Have fun, make money: Can humor increase workplace effectiveness? (Review) [No author name available] // Strategic Direction. 2013. Vol. 29. № 1. P. 20–22.
22. Kuiper Koenraad. Phraseology in a time of crisis: The language of bank advertisements before and during the financial crisis of 2008–2010. Walter de Gruyter GmbH and Co. Kg Berlin / New York, 2010. P. 12–20.
23. Mareckova M. From Russia with money // Twist. 2011. Issue 31. P. 22–23.
24. Oscars red carpet 2013: In pictures // BBC News. — 25.02.13 (URL: <http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-21569975> (дата обращения — 25.02.13)).
25. Ssorin-Chaikov N. Gift/Knowledge Relations at the Exhibition of Gifts to Soviet Leaders // Laboratorium. 2013. 5(2): 166–192 pp.
26. Twoo: социальная сеть знакомств (URL: <http://www.twoo.com/discoverystream#> (дата обращения: 22.07.13)).

References (transliteration):

1. Aleksander Dzh.S. Analiticheskie debaty: ponimanie odnositel'noi avtonomii kul'tury // Sotsiologicheskoe obozrenie. T. 6. 2007. № 1. S. 17–37.
2. Amel'chenko S.N. Dekonstruksiya mental'nogo koda rossiiskoi kul'tury v kontekste globalizatsii // Filosofiya i kul'tura. 2013. № 2. S. 171–181.
3. Amzin A. 5 oshibok internet-SMI (URL: <http://research.alex-alex.ru/post/18306114639> (data obrashcheniya — 23.02.2013)).
4. Benkhabib S. Prityazaniya kul'tury. Ravenstvo i raznoobrazie v global'nuyu eru / per. s angl.; pod red. V.I. Inozemtseva. M.: Logos, 2003. 350 s.
5. Varkentin A. «Chem by ditya ni teshilos'...» Gei vykhodyat na miting u «Ostankino». A vse iz-za Mamontova i Chelyabinskogo meteorita. Video // Sluzhba novostei «URA.Ru» 14.11.2013 (URL: <http://ura.ru/content/chel/14-11-2013/news/1052169048.html> (data obrashcheniya — 14.11.2013)).
6. Vyacheslav Malafeev otsudil u Dmitriya Gubernieva 75 tysyach rublei // RAPSİ: rossiiskoe agentstvo pravovoi i sudebnoi informatsii (URL: http://rapsinews.ru/judicial_news/20121030/265173555.html (data obrashcheniya — 03.11.2012)).
7. Gol'dshtein N. Psikhologiya ubezhdenni. 50 dokazannykh sposobov byt' ubeditel'nym / Noa Gol'dshtein, Stiv Martin i Robert Chaldini; per. s angl. Galiny Fedotovoi. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2013.
8. Kurnosenko A. Tak zakryvayutsya dorogie oteli? Hyatt priznalsya v tyazhelom finansovom polozhenii. Vynudila meriya Ekaterinburga // Sluzhba novostei «URA.Ru» (URL: <http://ura.ru/content/svrd/14-11-2013/news/1052169009.html> (data obrashcheniya — 14.11.2013)).

9. Luk'yanov F. Dal'nii Vostok stanovitsya blizhnim // Rossiya v global'noi politike. 11.12.2013 (URL: <http://www.globalaffairs.ru/redcol/Dalnii-Vostok-stanovitsya-blizhnim-16239> (data obrashcheniya — 11.12.2013)).
10. Luk'yanov F. Evropeitsy v poiskakh «svoego ugla»: otkuda beretsya stremlenie zhitelei ES k nezavisimosti? // Radio «Golos Rossii». 07.12.13 (URL: http://rus.ruvr.ru/2013_12_07/Evropejci-v-poiskah-svoego-ugla-otkuda-beretsja-stremlenie-zhitelej-ES-k-nezavisimosti-1700/ (Data obrashcheniya: 07.12.2013)).
11. Malashenko U. Dolgaya doroga k Serdyukovu. Pochemu on stal podozrevaemym tol'ko seichas // Telekanal «Dozhd'» (URL: http://tvrain.ru/articles/dolgaja_doroga_k_serdjukovu_pochemu_on_stal_podozrevaemym_tolko_sejchas-357690/?autoplay=false (data obrashcheniya — 28.11.2013)).
12. Makgregor N. Istoriya mira v 100 predmetakh / per. s angl. G.V. Sakhatskogo. M.: Eksmo, 2012. 800 s.: il.
13. Minyushev F.I. Sotsiologiya kul'tury : uchebnoe posobie. 2-e izd., ispr., dop. M.: KDU, 2009.
14. Ofitsial'nyi sait shou kollektiva «Ural'skie pel'meni» (URL: <http://pelmeny.com/> (data obrashcheniya — 20.02.13)).
15. Parabellum A., Mrochkovskii N. Biznes bez pravil. Kak razrushat' stereotipy i poluchat' sverkhpribyl'. SPb.: Piter, 2012.
16. Parabellum A., Mrochkovskii N. Vyzhmi iz biznesa vse! 200 sposobov povysit' prodazhi i pribyl'. SPb.: Piter, 2011.
17. Romashkova N., Tikhonov D. Deputaty poprosili Vladimira Poznera opredelit'sya s otnosheniem k Rossii // Kommersant'-Online», 27.12.2012. (URL: <http://www.kommersant.ru/doc-rm/2100406> (data obrashcheniya — 28.12.2012)).
18. Sovremennyy korpus amerikanskogo varianta angliiskogo yazyka (COCA) (URL: <http://corpus.byu.edu/coca/> (data obrashcheniya — 28.12.2012)).
19. 16 marta: Ekspress-kurs «Poznai mir testirovshchika!» // It-eburg. — 12.03.13. (URL: http://it-eburg.com/text/article/16_marta_ekspress_kurs_poznai_mir_testirovshchika/ (data obrashcheniya — 16.03.2013)).
20. E96.ru nashel milliard rublei i novogo sovladel'tsa. Oborot kompanii rastet kak na drozhzhakh. // it-eburg 02.04.2013 (URL: http://it-eburg.com/text/article/e96_nashel_milliard_rublei_i_novogo_sovladelca/?utm_source (data obrashcheniya — 02.04.2013)).
21. Have fun, make money: Can humor increase workplace effectiveness? (Review) [No author name available] // Strategic Direction. 2013. Vol. 29. № 1. P. 20–22.
22. Kuiper Koenraad. Phraseology in a time of crisis: The language of bank advertisements before and during the financial crisis of 2008–2010. Walter de Gruyter GmbH and Co. Kg Berlin / New York, 2010. P. 12–20.
23. Mareckova M. From Russia with money // Twist. 2011. Issue 31. P. 22–23.
24. Oscars red carpet 2013: In pictures // BBC News. — 25.02.13 (URL: <http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-21569975> (дата обращения — 25.02.13)).
25. Ssorin-Chaikov N. Gift/Knowledge Relations at the Exhibition of Gifts to Soviet Leaders // Laboratorium. 2013. 5(2): 166–192 pp.
26. Twoo: социальная сеть знакомств (URL: <http://www.twoo.com/discoverystream#> (дата обращения: 22.07.13)).