

ИССЛЕДОВАНИЯ СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКОВ

В. В. Губкина, Е. П. Маюк

СТРУКТУРНО И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ГИПЕРБОЛЫ И ЛИТОТЕСА В БЛОГ-КОММУНИКАЦИИ

Устанавливаются особенности моделирования образа женщины в контексте интернет-дискурса, анализируются гипербола и литотес, их структурно-семантические и прагматические характеристики, используемые мужчинами для формирования как негативных, так и позитивных образов противоположного пола. Автор определяет механизмы создания женских образов в блогосфере мужчинами разного возраста. Выявлены и описаны основные факторы, влияющие на актуализацию наиболее популярных женских образов, а также критерии, определяющие выбор соответствующей лексики. Обозначены разновидности литотеса и гиперболы, а также коммуникативные цели их использования.

С развитием современных технологий происходит трансформация процесса коммуникации и появляется все больше средств вербального самовыражения и самопрезентации.

Существование анонимности в интернет-коммуникации, которая позволяет преодолеть социальные, психологические и личностные барьеры, предоставляет возможность провести более полный анализ общения между мужчинами и женщинами. Исследование гендерных особенностей речевой интеракции в интернет-дискурсе необходимо в современном мире ввиду новизны данного средства массовой коммуникации и вследствие отсутствия достаточно обширной базы знаний в данной сфере. Однако, следует отметить, что гендерные аспекты в блогосфере уже изучаются в работах таких ученых, как О. Ю. Гукосьянц [1], Т. С. Жукаускене, Н. А. Мишанкина [2] и других лингвистов.

В нашем исследовании рассматривается речевое поведение мужчин по отношению к женщинам в контексте блог-коммуникации. Цель работы – установить структурно-семантические и прагматические характеристики гиперболы и литотеса – лексико-стилистических средств, которые объективируют женские образы в мужских блогах. Объектом исследования выступает блог как особый жанр интернет-коммуникации. Предметом работы являются лексические приемы (гипербола и литотес), посредством которых мужчины моделируют образ женщины.

В качестве фактического материала был использован контент трех популярных мужских блогов: mujchin.net, masculist.ru, antiwomen.ru. Общий объем контента составил 40 текстов.

В ходе анализа эмпирического материала были выделены как положительные, так и отрицательные женские образы. Под положительным образом понимается наиболее привычный, одобряемый большинством мужчин обобщенный тип женщины, характеризуемый набором общепринятых социумом позитивных качеств (рис. 1).

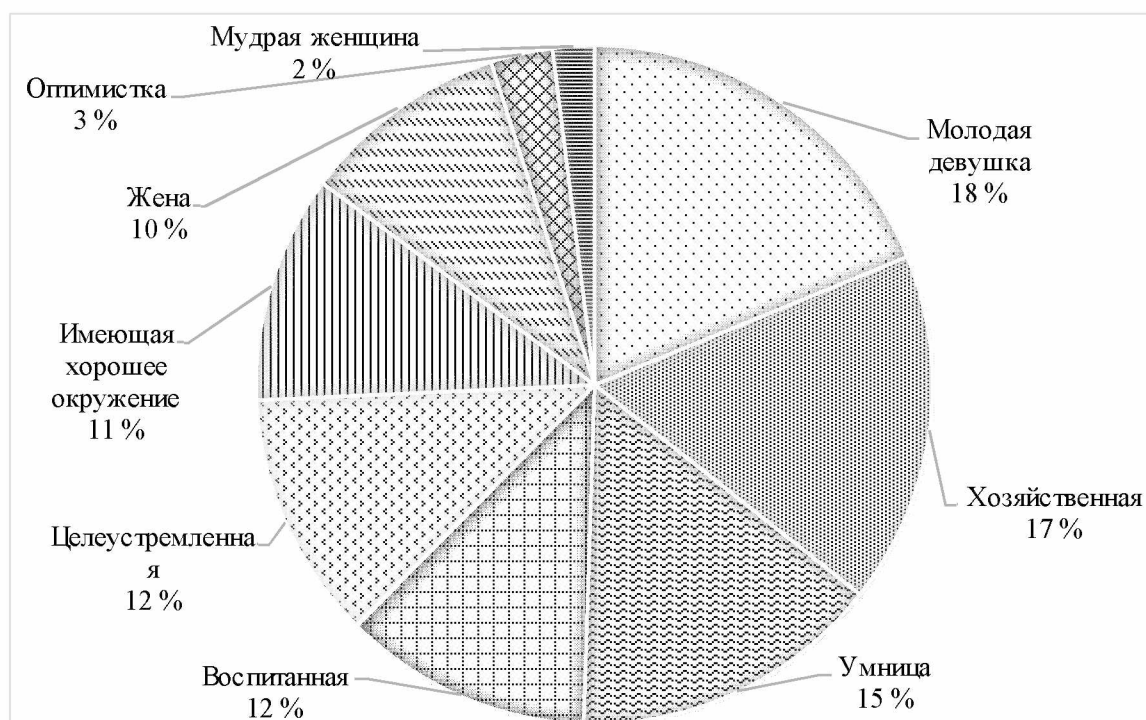


Рис. 1. Характеристики, формирующие положительный образ женщины в мужских блогах

В большинстве случаев мужчины придерживаются традиционного образа женщины: привлекательная внешность, отсутствие вредных привычек, высокие моральные качества, подчеркнутая феминность, способность вести быт и выполнять супружеские обязанности, образованность, отсутствие токсичного окружения, широкий кругозор, также незначительное количество или полное отсутствие предыдущих ухажеров. Именно такой образ женщины возводится в абсолют:

Настоящая женщина старается нравиться своему единственному мужчине, а не всем и безусловно признает авторитет и главенство мужа.

Для того, чтобы быть идеальной, женщине много не надо. Нужно просто послушной быть, мужу угождать, за домом смотреть, а главное – себя не запускать. И будет вам счастье, женщины.

Одновременно образы, отличные от идеала, либо порицаются, либо игнорируются:

Раздражает огромное количество подруг этих, неприкрытая меркантильность, прощупывание на спонсорство со стороны малознакомых женщин и демонстративная сексуальность.

Если женщина имеет завышенные потребности, и создать семью для нее не главная задача, то и тратить время на нее не стоит.

Положительный образ женщины в первую очередь, по мнению мужчин, предполагает ее юный возраст (19 %), так как они считают, что молодость и красота являются важными факторами в выборе партнерши или временной спутницы:

Конечно, лучше взять в жены **молодую хорошую девчонку**, если есть возможность.

Сияющая улыбка красивой девушки стоит больше, чем образование или должность, которые у нее могут быть.

Более того, особа помладше считается податливой, и мужчина с легкостью сможет воспитать ее исходя из своих взглядов и предпочтений. Даже мужчины за сорок подчеркивают, что хотели бы встречаться с юными девушками.

В отношении положительного образа женщины в основном мужчины делают упор на такие моральные качества, как верность (14,7 %), умение понять (16 %), лояльность и терпимость (11,7 %):

Настоящая женщина всегда лояльна по отношению к своему мужу и его стратегическим интересам и уважает мужчину уже просто потому, что он мужчина.

Моя жена **порядочная и верная**, вижу ее любовь.

Внешность занимает вторую позицию, так как для мужчин во все времена была важна наружная привлекательность противоположного пола:

Я за тело, главное, чтобы **красивая** была.

Идеальная женщина – это **сексуально привлекательная особа**, которая мыслит, как мужчина.

В основу отрицательного образа, наоборот, положены порицаемые обществом характеристики (рис. 2).

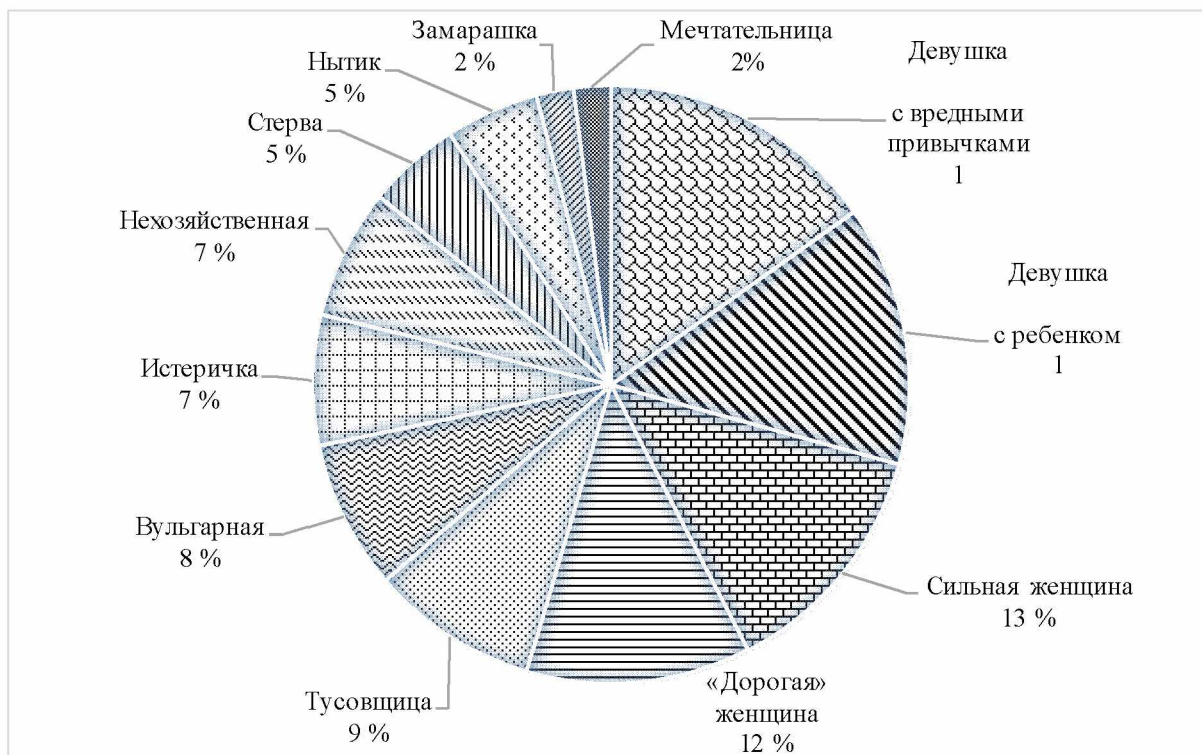


Рис. 2. Характеристики, формирующие отрицательный образ женщины в мужских блогах

К примеру, образ сильной женщины (12,9 %), рассматривается мужчинами, как негативный. Представители сильного пола выражают свою неприязнь к «карьеристкам» и подчеркивают, что они в основном «мужеподобные»:

Бесит этот карьеризм и феминизация (молодое поколение заражено на 99,9 %).

Карьеристка, помешанная на деньгах. Ей нужен достойный, а достоинство измеряется лишь бабосами.

Наиболее критикуемыми образами стали девушки / женщины с вредными привычками (15,2 %):

Для меня курящая женщина – это вульгарщина какая-то...желтые зубы, вонь изо рта.

Женщина, которая пьет или курит, или все одновременно, не пригодна к отношениям или браку.

«Сложный» характер также является одной из негативных характеристик. В данное понятие входят такие пункты, как немотивированная агрессия, постоянные упреки, критика и излишняя эмоциональность (6,8 %):

Мужики и так недолго живут, чтобы еще тратить нервы на истеричных женщин.

От жены просто тошнит, когда она пилит по любому поводу.

В большинстве случаев мужчины критичны и к таким внешним недостаткам женского пола, как избыточный вес, неконвенциональная внешность, неопрятность, а также фигура, которая не вписывается в общепринятые стандарты красоты (2,3 %):

Она прямо полный набор: грязнуля и толстуха!

Ужасно боюсь, что в будущем жена будет уродина.

Женщины, уже состоявшие в браке и имеющие ребенка, также порицаются, т.к. мужчины не хотят растить чужого ребенка и по этой причине считают, что такой тип не достоин внимания с их стороны (13,7 %):

Разведенка с прицепом, как принято ее называть – это болезненное проявление именно нашего времени, в которое упало значение семейных ценностей, рухнули идеалы «семьи на всю жизнь», семейного, полноценного воспитания детей.

В случае женитьбы на разведенной женщине с ребенком возможна масса подводных камней.

В 33 % случаев женщин критикуют именно неженатые мужчины в возрасте от 28 до 39 лет. Предположительно их знания основаны на предыдущем печальном опыте. Мужчины перечисляют типы подруг, которые им не подошли, находят те качества, которые их не устраивали, и обобщают данную информацию в описании нежелаемого образа:

Раздражают все эти бабы, все как одна жирные с короной на голове.

Раздражает: пирсинг, непонятный маникюр на руках, особенно когда ногти подтачивают как пики. А под всеми этими когтями, накладными ресницами и косами, тоннами штукатурки обычно скрывают сильно несвежую тушку.

Для моделирования женских образов современные мужчины часто используют такие лексико-стилистические средства, как гипербола (в 59 % случаев) и литотес (в 32 % случаев).

В первую очередь стоит дать определение понятию *гипербола*. Это чрезмерное преувеличение каких-либо качеств или свойств, явлений, процессов с целью создания яркого и впечатляющего образа.

Можно выделить различные виды данного приема, которые используются мужчинами для актуализации женских образов в блог-коммуникации:

1. Речевая гипербола, которая характеризуется абсурдностью, противоречием здравому смыслу и созданием комического эффекта (56 %);
2. Числовая гипербола (11 %);
3. Сравнения и метафоры (19 %);
4. Стертая гипербола, выступающая как выразительное узуальное средство (14 %).

В блогах различные виды гиперболы в основном служат для усиления негативных эмоций и отрицательного отношения мужчин к определенным чертам женщин. К примеру, критика характера или поведения женщин:

Они ж все каралевны, прынцессы и вообще звезды. Сидят там годами.

В примере употребляется стертая гипербола, которая делает речь более выразительной в данном контексте общения.

Моя бывшая – сатанинское отродье во плоти.

Здесь реализуется прием гиперболизированной метафоры, для создания максимально негативного образа.

Также мужчины преувеличивают и женские недостатки во внешности:

Какое шокирующее чувство я испытал однажды, когда раздеваясь, девушка сняла грудь вместе с лифчиком.

*Ну представьте, познакомились вы со знойным красавцем, дошло у вас до постели, и тут он **вытаскивает из штанов картофелину, снимает с плеч наплечники, и с облегчённым нуком распускает корсет, выпуская на волю три складки сала...***

В этом случае для объяснения своей позиции мужчина воспользовался речевой метафорой, которая отличается абсурдностью.

*Приходит офигенный мужчина, а с ним **страшенная бабища** и парочка орущих спиногрызов.*

В приведенном выше контексте мужчина прибегнул к стертой гиперболе с целью преувеличения внешних недостатков.

*30-летние бабы **должны брать лопату, две гвоздики и медленно ползти в сторону кладбища.***

Снова речевая гипербола, т.к. наблюдается эффект комичности.

С помощью данного приема реализуется негативная оценка женских взглядов или профессии:

Да, титул блогерка должен произноситься с придыханием и благоговейным закатыванием глаз.

Если танец живота танцует, так непременно с мечтой о 23-х турках, не иначе.

В указанном выше примере числовая гипербола позволяет мужчине обрисовать образ распутной женщины.

Полный шлак все эти парикмахерши, стилисты, косметологи, массажистки. У них вообще нет никаких барьеров в голове.

Феминизм шагает по планете. И если сперва он делал первые робкие шаги, то сегодня совсем распоясался.

Если так пойдет и дальше, то скоро феминистки потребуют право мыться в мужской бане вместе с мужчинами и заявят свои права на лучшие места в парилке, обязав мужчин прислуживать им, не поднимая глаз.

Также мужчины используют стилистическую фигуру, оборот, в котором содержится художественное преуменьшение величины, силы значения изображаемого предмета или явления – литоту.

В их речи применяются такие виды литоты, как троп уменьшения (22 %) и троп смягчения (78 %). Троп преуменьшения усиливает значения слов и словосочетаний, делает упор на отдельные явления путем уменьшения их признаков. А троп смягчения применяется для снижения категоричности высказывания при характеристике негативного явления. Так же, как и к гиперболизации, мужчины прибегают к литотесу для негативной оценки, однако данный прием позволяет им смягчить критику. Рассмотрим, к примеру, отзыв на особенности характера:

Какие искренние слезы? Дешевая манипуляшка.

В этом случае троп уменьшения позволяет придать уничижительный оттенок слову манипулятор.

Моя жена, конечно, не самый умный человек, которого я встречал.

Такая неуловимая нежертва для охотника.

Как видно из примеров, троп смягчения употребляется, чтобы избежать категорично негативной оценки.

Также имеет место критика внешних особенностей:

Она не настолько молодая насколько я бы хотел.

Моя бывшая не была самой прикольной [о внешности] девчонкой на курсе.

Троп смягчения также не позволяет прибегать к очень жесткой критике и придает речи нейтральный оттенок.

Литотес, в отличие от гиперболы, служит и для положительной оценки внешности:

У нее совсем не плохая фигурка была для ее лет.

В вышеупомянутом примере мужчины с помощью тропа смягчения выражают позитивную оценку.

Однако в отношении женских взглядов и профессий литотес употребляется в негативном ключе:

Не могу не согласиться с оратором, который назвал всех феминисток недалекими.

Танцорки со своим танцем живота – не моя стихия.

В этих случаях троп смягчения позволяет мужчине выразить критику менее категорично.

*У меня знакомая – пивная **пристрастилка**.*

*Вот кажется трясешь ты **жирком** на животе и вроде безобидно.*

В данных высказываниях прием уменьшения используется с целью выразить презрительное отношение.

В целом мужчины прибегают и к гиперболе, и к литотесу для выражения своей субъективной оценки по отношению к женскому поведению, внешности, характеру и профессии. Представители сильного пола выражают свои мысли с помощью различных видов гиперболы (сравнение, метафоры – числовая, речевая, стертая) и литоты (уменьшительные и смягчающие тропы). Чаще всего встречаются гипербола как речевой прием (56 %) и метафоры (19 %), а также троп смягчения (78 %). Для выражения сдержанной критики мужчины-комментаторы употребляют литотес, однако он встречается реже чем гипербола. В большинстве случаев мужчины предпочитают усиливать свою речь с помощью гиперболизации. В целом оба приема помогают выразить отрицательную оценку, однако литотес смягчает негативные комментарии и служит средством выражения положительной оценки.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гукосьянец, О. Ю.* Механизмы самопрезентации мужчин в англоязычной компьютерно-опосредованной коммуникации / О. Ю. Гукосьян // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. – Сер. 2, Языкознание. – 2014. – № 2 (21). – С. 95–102.
2. *Жукаускене, Т. С.* Образ женщины в современном русскоязычном блоге / Т. С. Жукаускене, Н. А. Мишанкина [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «Киберленинка». – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-diskursa>. – Дата доступа : 02.04.2019.
3. *Приходько С.* Гипербола и литотес как инструменты политической полемики / С. Приходько [Электронный ресурс] // Электронная библиотека БГУ. – Режим доступа : <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/106116/1/Prihodzko.PDF>. – Дата доступа : 02.04.2019.

The peculiarities of representation of woman in male blogs in the context of Internet discourse are examined. The linguistic means such as litotes and hyperbole used by men to create positive and negative images of women are analyzed. The mechanisms, as well as the factors of female images formation, are defined.

Поступила в редакцию 08.10.2019