

А.Р. Каюмова, Н.В. Коноплева

## ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ОНЛАЙН-КОММЕНТАРИЯХ К АНГЛОЯЗЫЧНЫМ ЭЛЕКТРОННЫМ ГАЗЕТНЫМ СТАТЬЯМ

Исследуется «поведение» фразеологических единиц в устно-письменной речи на таком принципиально новом материале, как онлайн-комментарий к электронной газете («The Guardian» и «The Sun»). Установлено, что жанровое своеобразие интернет-комментария (его эмоциональность и спонтанность) обуславливает особое употребление фразеологических единиц авторами комментариев. Около половины фразеологических единиц употреблено в трансформированной форме, однако случаи сложных трансформаций, таких как каламбур и расширенная метафора, единичны.

**Ключевые слова:** фразеологическая единица; онлайн-комментарий; электронная газета; устно-письменная речь.

### Введение

Фразеология – это определенно яркий, необычный, характерный и культурно значимый компонент языка. Неизменно большое внимание уделяется употреблению фразеологических единиц в художественных и публицистических текстах, где авторы мастерски используют все богатство фразеологии, зачастую прибегая к языковой игре, намеренно трансформируют фразеологические единицы с целью создания того или иного стилистического эффекта (см., например, [1–4]). Однако описанию особенностей употребления фразеологии в устной речи, в частности речи рядовых носителей языка, в лингвистике уделяется значительно меньше внимания [5, 6].

Новизна данной работы, во-первых, состоит в исследовании «поведения» фразеологических единиц в относительно недавно зародившейся разновидности речи, *народной* устно-письменной речи, т.е. в графически оформленной устной речи рядовых носителей языка. Данная «промежуточная» форма речи возникла по причине появления и развития интернет-коммуникации (в чатах, блогосфере, форумах и др.) [7, 8]. Во-вторых, исследование проведено на новом материале, а именно онлайн-комментарии к электронной газете.

Электронная газета – это средство информации и коммуникации нового поколения, где читатель имеет возможность максимально быстро отреагировать на ту или иную новость, высказать свое мнение, например в рамках онлайн-комментария.

Онлайн-комментарии (или интернет-комментарии) посвящены работы таких авторов, как В.А. Митягина, И.Г. Сидорова, Т.И. Стексова [9–11] и др. Однако эти ученые уделяют большее внимание жанровому своеобразию интернет-комментария в целом, выделяют его дифференциальные признаки. Фразеологическая составляющая жанра «интернет-комментарий» остается неисследованной. Тем не менее, на наш взгляд, такие признаки интернет-комментария, как эмоциональность и спонтанность, делают возможным предположить, что авторы комментариев могут с большой степенью вероятности прибегать к употреблению фразеологических единиц, так как последние в большинстве своем являются представителями эмоционально-экспрессивной лек-

сики, их можно быстро воспроизвести в готовом виде, выразив свое мнение емко и с чувством.

В связи с вышесказанным мы ставим перед собой цель выяснить:

1) насколько часто носители языка употребляют фразеологические единицы в онлайн-комментариях;

2) употребляют ли носители языка фразеологические единицы в их традиционной (узуальной) или трансформированной (окказиональной) форме.

Фразеологические единицы зачастую бытуют в контексте не в изолированной (зафиксированной в словарях) форме; они видоизменяются, способны изменить свое значение и / или коннотацию, вступают во все многообразие связей с контекстом, в том числе ассоциативные.

В связи с этим отметим два термина, которые были впервые введены в научный оборот А.В. Куниным [12]: «узуальное употребление» и «окказиональное употребление» фразеологических единиц в контексте.

Под **узуальным употреблением** фразеологических единиц рассматривается реализация фразеологических единиц в контексте без какого-либо отклонения от их привычного использования в той форме, в которой они указываются в словарях [12].

Под **окказиональным употреблением** фразеологических единиц понимается реализация фразеологических единиц с изменениями семантики или структуры фразеологической единицы с определенной стилистической целью [12].

Отклонение от узуальной формы фразеологической единицы рассматривается как трансформация (или модификация). В настоящее время существует несколько классификаций трансформаций (см., например, [13–17]); различные ученые рассматривают схожий набор явлений, каждый при этом дает им свое собственное название и по-своему объединяет в группы. Дабы избежать путаницы в терминологии, мы будем придерживаться классификации трансформаций Е.Ф. Арсентьевой [17], которая попыталась объединить различные точки зрения и выделила следующие виды контекстуальных трансформаций:

- замена лексического компонента / компонентов;
- вклинивание компонента / компонентов (и разрыв как один из видов вклинивания);
- добавление переменного компонента / компонентов;

- эллипсис (и аллюзия как его вариант);
- фразеологический повтор;
- расширенная метафора;
- фразеологическое насыщение текста;
- фразеологический каламбур.

В целом же все типы трансформаций можно разделить на три основные группы:

1. Преобразования, изменяющие содержательную форму фразеологических единиц, но не нарушающие их структуру. К ним относятся фразеологический каламбур и редко встречающиеся нарушения стилистической дистрибуции.

2. Преобразования, изменяющие структуру фразеологических единиц и вносящие тем самым инновации в их содержание. К ним относятся замена компонента / компонентов, вклинивание (и разрыв), эллипсис, добавление компонента / компонентов.

3. Сложные преобразования: расширенная метафора, фразеологический повтор и фразеологическое насыщение контекста.

### Материал и методы исследования

Первичным материалом для исследования послужили 500 онлайн-комментариев читателей электронных газет «The Guardian» [18] и «The Sun» [19]. Методом сплошной выборки из них было отобрано 185 комментариев, содержащих фразеологические единицы. Данные онлайн-комментарии подверглись детальному контекстуальному анализу; примеры узуального и окказионального употребления фразеологических единиц были проанализированы посредством качественного и количественного метода обработки данных.

### Результаты исследования

Вычленив 185 интернет-комментариев, содержащих фразеологические единицы, из первичной базы данных, мы смогли незамедлительно ответить на первый вопрос нашего исследования о частоте употребления фразеологических единиц в онлайн-комментариях. На наш взгляд, употребление фразеологических единиц в онлайн-комментариях видится частотным. Комментарии, содержащие фразеологические единицы, составляют около 37% от общего числа комментариев. Процент является достаточно высоким, особенно учитывая тот факт, что некоторые из них немногословны или представляют невербальное выражение мысли (смайлик и пр.). В текстах других жанров газетно-публицистического стиля частота употребления фразеологических единиц ниже [3, 20, 21].

Обратимся к примерам узуального и окказионального употребления фразеологических единиц, отобранных нами из онлайн-комментариев к электронным статьям.

#### 1. Узуальное употребление фразеологических единиц:

– «*I used to be a member at Essex a few decades back. I knew where I was with the various competitions. Can't make head nor tail of them now... now they want to*

*confuse me even further. Thanks but no»<sup>1</sup>*. Фразеологизм **can't make head nor tail of smth<sup>2</sup>** (совершенно не понимать что к чему) использован в словарной форме без каких-либо изменений в структуре или содержании, следовательно, это узуальное употребление фразеологической единицы.

– «*It's not all just about "YOU"...some people might like the story, some people will like the story. Bite your tongue, please. Probably the Sun will apologize to you if you write to them and complain that you don't like it and don't care about it. Hey, they might even ask you "What stories would you like us to publish, just for you Sir?"*».

Фразеологизм **bite your tongue** (прикусить язык, воздержаться от высказывания) также использован в словарной форме.

Вторым ключевым вопросом нашего исследования является вопрос о частотности употребления фразеологических единиц в узуальной и окказиональной формах. Отметим, что 59% от общего числа фразеологических единиц в онлайн-комментариях были употреблены в нетрансформированной узуальной форме (рис. 1), т.е. их доля чуть превышает половину от всего объема единиц. Данный факт, на наш взгляд, является показателем того, что трансформации фразеологических единиц – обыденное явление в речи рядовых носителей языка; они являются нормой, а не исключением.



Рис. 1. Соотношение узуальной и окказиональной форм употребления фразеологических единиц в онлайн-комментариях в электронной газете, %

#### 2. Окказиональное употребление фразеологических единиц.

А. Пример комментария с заменой компонента / компонентов и его анализ:

При таком виде трансформации оригинальный (исходный) компонент фразеологической единицы может быть заменен синонимичной, антонимичной лексемой, лексемой, принадлежащей к одному лексико-семантическому полю [17]. Например:

– «*I agree that it is partly the optimism of Star Trek that has kept it as a popular series throughout the last half century. Whilst there are conflicts in Star Trek, they can usually be settled. Most other species want to cooperate. Technology has eliminated poverty and war on Earth. Humanity has overcome most of our petty national differences and instead strives simply to advance ourselves. It is ridiculously utopian, but that's part of the beauty of it. In the dark world of today, Star Trek continues to gloss like a beacon of hope, for what humanity could potentially achieve if it set its mind to it*».

Обновлению образности фразеологической единицы способствует замена глагольного компонента «*shine*» в фразеологической единице **shine like a bea-**

*con of hope* на окказиональный компонент «*gloss*». Трудно судить о причине замены компонента, однако новая версия фразеологической единицы звучит живо и современно.

По результатам нашего исследования замена компонента / компонентов составляет 7% от общего числа трансформаций.

Б. Примеры с **вклиниванием** компонента / компонентов и их анализ:

– «*Could we please have an Ant-&Dec-free year? You should **keep your big ears open**. They're a health hazard, plunging many I know into gloom just by their inane presence. Or like a virus you just can't escape.*»

Окказиональный компонент «*big*» вклинивается в привычную форму фразеологической единицы **keep your ears open** (держать ухо востро, быть начеку). В данном случае вклинивание повысило экспрессивность высказывания и, на наш взгляд, привнесло в него оскорбительный характер.

Разрыв является одним из вариантов вклинивания. При обычном вклинивании добавочные компоненты синтаксически связаны с компонентами узуальными. При разрыве же вклинивающиеся слова синтаксически не зависят от компонентов фразеологической единицы [17]. Обратимся к примеру:

– «*It's an industry awards that is really only interesting to those in the industry. I gather there was a G16 awards for the glass industry, was I interested? **When it's like pigs fly**. Am I interested in a bunch of levies telling each other how wonderful they are darling... Never, it is only because their industry is to do with the media that they believe the rest of us are interested in them.*»

Вклинивающиеся компоненты «*it's like*» не связаны синтаксически с компонентами исходной фразеологической единицы **when pigs fly** (никогда, *ср.*: когда рак на горе свистнет); они разрывают структуру исходной единицы. Заметим, что компонент «*like*» является словом-паразитом в английской устной речи (англ. filler); следовательно, данный пример – это яркий образец того, что онлайн-комментарий представляет именно устно-письменную речь, а не сугубо письменную.

Вклинивание составило 7% от общего числа трансформаций фразеологических единиц.

В. Пример с **добавлением** компонента / компонентов и его анализ:

Отличие добавления от вклинивания в том, что окказиональные компоненты присоединяются либо к началу, либо к концу исходной единицы, а не вклиниваются в ее состав. В качестве добавляемого компонента чаще всего выступают прилагательные или наречия [17]. Например:

– «***Another nail in the coffin**. ECB are on a mission to completely destroy cricket in this country within 10 years, and it looks like they will succeed.*»

Компонент «*another*» уточняет значение фразеологической единицы **nail in coffin** (букв. гвоздь в гроб, т.е. событие, которое усугубит ситуацию и приведет что-либо к неминуемому концу). Автор комментария дает нам понять, что ЕСВ (Совет по крикету Англии и Уэльса) и ранее совершал поступки, негативно влияющие на состояние крикета в стране.

Добавление компонента / компонентов составило 11% от общего числа трансформаций на основе нашего материала.

Г. Примеры употребления **эллипсиса** и их анализ:

Эллипсис представляет собой сокращение количества компонентов фразеологической единицы [17]. Аллюзия является крайней инстанцией эллипсиса и является усечением исходных компонентов до одного-двух ключевых (или ядерных) компонентов [16]. Усеченные компоненты не несут основной смысловой нагрузки, поэтому фразеологическая единица легко восстанавливается носителем языка. Например:

– «*Let **spade a spade**, I've not seen that one. I guess winning awards gives them a sense of worth, you know... 27p!*»

Словарная форма фразеологической единицы – **call a spade a spade** (т.е. называть вещи своими именами); в контексте усечен компонент «*call*».

– «*She doesn't let the grass grow, I must say.*»

Фразеологическая единица **let the grass grow under feet** (т.е. бездействовать) также употреблена в усеченной форме.

На наш взгляд, авторы онлайн-комментариев неосознанно прибегают к эллипсису с целью «речевой» экономии.

Эллипсис составил 6% от общего числа трансформаций.

Обратим внимание на то, что в каждом из вышеприведенных примеров имеется не одна, а две фразеологические единицы. Помимо усеченных единиц мы можем найти два устойчивых выражения: **you know** и **I must say**. Оба выражения имеют помету *spoken*, т.е. они обычно употребляются в устной речи; однако, как показывают примеры, подобные фразеологические единицы являются типичными и для устно-письменной речи.

Д. Примеры с **повтором фразеологической единицы** и их анализ:

– «*when I read about what Cohn and Manchin are doing I thought... criminals that are nothing more than mobsters that are racketeering to steal our money with a bunch of lies inside of our government and to **be flush with money**. They say they will give us money for our bridges and roads but they forget to say that they will charge absurd tolls and frisk Americans on the daily after they **will flush with money** and have them just for having to go to work or wanting to travel. Trump's infrastructure plan was this all along. We should have known he was lying there too about helping common Americans.*»

В данном случае автор онлайн-комментария дважды употребляет фразеологическую единицу **be flush with money** (загреть деньги лопатой, купаться в золоте) [23]. Повтор говорит о силе эмоций автора комментария; он(а) явно неудовлетворен(а) тем, что власть имущие заботятся лишь о своем благосостоянии и забывают о нуждах обычных американцев.

Обратим внимание, что в вышеприведенном примере повтор фразеологической единицы произведен в мини-контексте одного комментария. Возможен и иной вариант: повтор фразеологической единицы может встречаться в цепочке онлайн-комментариев, когда автор последующего комментария повторяет фра-

зеологическую единицу, употребленную в предыдущем. В таком случае мы имеем дело с диалогическим повтором, столь характерным именно для устной речи. Он употребляется с целью передать свое согласие с репликой собеседника, подать сигнал взаимопонимания, общности взглядов [24]. Обратимся к примеру:

– «*Trump, what a **bad apple**. While Paulo Gentiloni (Italian Premier and the host of the G7) was making a very important speech on the EUs relation with Africa and let's face it we need to engage with Africa before it's too late.*

– *Bad apple, however, did not have the courtesy to even listen to what Gentiloni had to say. All the other leaders were all wired in to listen to his speech... Trump had NO ear peace and just kept looking around nodding his head occasionally, making out he was listening. What a fraud and what a charlatan, no respect for anyone... AMERICA FIRST???*»

Оба собеседника используют фразеологическую единицу **bad apple** (негодяй, подлец) с целью показать негативное отношение к Дональду Трампу.

В нашей базе данных повтор фразеологической единицы составляет 6% от общего числа трансформаций.

Е. Примеры **фразеологического насыщения контекста** и их анализ:

Существует два типа фразеологического насыщения контекста: а) первый тип фразеологического насыщения представляет собой одновременное использование двух или более фразеологических единиц в контексте; б) второй тип фразеологического насыщения контекста подразумевает близкое использование сразу нескольких фразеологических единиц, часть которых подверглась контекстуальным трансформациям [16–17]. Приведем пример фразеологического насыщения контекста:

– *Normally the Sun won't allow comments on Me-gain articles as they know the British public cannot stand her. This pair are turning the people against the Royal Family. I have always been a Royalist but since she **has got her claws into Harry** I have become more and more republican. Once Her Majesty and Duke of Edinburgh pass away I think a majority of people would rather see the Monarchy abolished as the younger Royals are **way too out of touch with ordinary people**.*

Автор данного комментария употребил две фразеологические единицы: **get your claws into somebody** (заарканить) и **out of touch** (потерявший связь, не общающийся). Первая единица употреблена в узуальной форме; вторая же подверглась добавлению компонента «*way too*» (слишком, чрезмерно). Данный пример иллюстрирует второй тип фразеологического насыщения контекста, одного из самых выразительных средств воздействия на реципиента (т.е. читателя комментария).

Обратимся к другому примеру:

– *I will pay for the their one-way tickets out of the UK. **Good riddance** to them both You **want your cake and eat it**.*

Автор написал данный комментарий относительно решения принца Гарри и Меган Маркл построить дом в Ботсване. В контексте (так же как и в предыдущем

примере) имеются две фразеологические единицы: **good riddance** (ср. скатертью дорога!) и **have your cake and eat it** (преследовать две взаимоисключающие цели, пытаться совместить несовместимое, ср.: и рыбку съесть и на ёлку влезть). Первая единица употреблена в узуальной форме; вторая же подверглась замене компонента «*have*» на «*want*». Обе фразеологические единицы имеют негативную коннотацию и ярко отражают мнение автора комментария о супругах.

Фразеологическое насыщение контекста составило 3% от общего числа трансформаций на основе нашего материала.

В ходе исследования мы не обнаружили примеров использования **расширенной фразеологической метафоры** и **фразеологического каламбура**. С нашей точки зрения, это можно объяснить тем, что данные примеры являются сложнейшими приемами трансформации фразеологической единицы.

Первый прием – расширенная фразеологическая метафора – предполагает использование не единичной метафоры, а внедрение подобразов или добавочных образов, лежащих в основе ассоциативных метафор и группирующихся вокруг «базовой метафоры» фразеологической единицы [16, 17].

Второй прием – фразеологический каламбур – состоит в обыгрывании переносного значения фразеологической единицы и буквального значения ее компонентов.

Игра образами или значениями представляет собой своего рода искусство, которое присуще не всем рядовым носителям языка и, как показывает исследование, не терпит реактивного темпа интернет-комментария.

Таким образом, фразеологические единицы, подвергшиеся трансформациям, составили 41% от всего количества фразеологических единиц, отобранных из онлайн-комментариев. Из 41% трансформированных фразеологических единиц замена компонента / компонентов встретилась в 7% случаев, вклинивание – в 7, добавление – в 11, эллипсис – 6, повтор – 6, фразеологическое насыщение контекста – 4%; расширенная фразеологическая метафора и фразеологический каламбур отсутствуют (рис. 2).

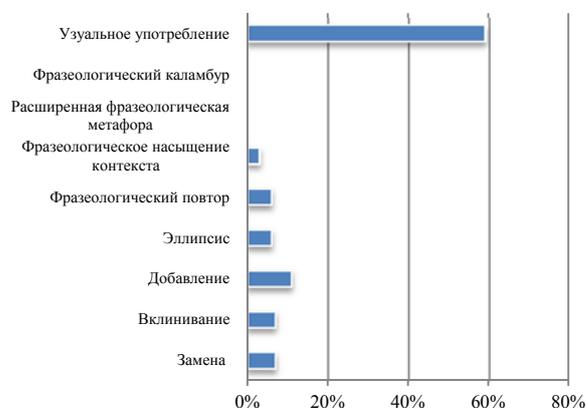


Рис. 2. Соотношение различных типов употребления фразеологических единиц в онлайн-комментариях в электронной газете, %

## Заключение

Отобрав 500 интернет-комментариев к статьям из электронных газет «The Guardian» и «The Sun», мы выявили 185 комментариев, содержащих фразеологические единицы. Большой процент (37%) распространенности фразеологических единиц обусловлен особенностью жанра интернет-комментария. Как мы упоминали ранее, комментарии пишутся сумбурно, в порыве чувств. Фразеологические единицы позволяют авторам выразить свою мысль емко и эмоционально.

Комментарий является видом устно-письменной народной речи, несмотря на это, процент фразеологических единиц, подвергшихся трансформации, высок (41%). Если в художественном тексте автор намеренно использует трансформации с целью произвести стилистический эффект, то рядовой читатель и автор интернет-комментария используют трансформации, на наш взгляд, неосознанно. Именно поэтому сложные трансформации (такие как фразеологический ка-

ламбур или расширенная фразеологическая метафора) – редкость. В английском онлайн-комментарии самыми распространенными являются такие типы трансформаций, как добавление компонента / компонентов (11%), замена компонента / компонентов (7%) и вклинивание (7%). Чуть реже встречаются эллипсисы (6%) и фразеологические повторы (6%). Наиболее распространенные виды трансформаций (за исключением повтора) влекут изменения исключительно в структуре фразеологической единицы. Фразеологическое насыщение контекста составило 4% от всего объема трансформаций. Это может быть обусловлено большой степенью эмоциональности текста онлайн-комментария.

В целом, как показало исследование, жанровое своеобразие интернет-комментария (его эмоциональность и спонтанность, а также принадлежность к устно-письменной форме речи) обуславливает особое употребление фразеологических единиц авторами комментариев.

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Здесь и далее примеры даны с сохранением авторской орфографии, пунктуации и грамматики.

<sup>2</sup> Здесь и далее мы приводим словарную форму фразеологических единиц, зафиксированную в онлайн-версии словаря «Longman Dictionary of Contemporary English» [22], помимо тех случаев, где указан иной источник цитирования.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Каюмова А.Р. Фразеологические единицы в произведениях У. Коллинза и их соответствия в русских и испанских переводах : дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2010. 169 с.
2. Guryanov I.O., Gafiyatova E.V., Cruz J. Modifications of bookish idioms: discourse analysis // Quid-Investigacion Ciencia y Tecnologia. 2017. Vol. 28. P. 795–799.
3. Саютина Н.В. Трансформация фразеологических единиц в газетной публицистике: жанровая специфика // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2011. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-frazeologicheskikh-edinit-v-gazetnoy-publitsistike-zhanrovaya-spetsifika> (дата обращения: 07.02.2020).
4. Гусейнова Т.С. Трансформация фразеологических единиц как способ реализации газетной экспрессии: на материале центральных газет 1990–1996 гг. : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Махачкала, 1997. 23 с.
5. Головина Э.Д. Виснет ли брань на воротах? Как мы коверкаем фразеологизмы // Русская речь. 2003. № 5. С. 61–65.
6. Хуснутдинов А.А., Хуснутдинова А.А. Трансформированное использование фразеологических единиц в речи рядового носителя языка // Фразеология: вчера, сегодня, завтра : сб. науч. тр. Тула, 2011. С. 37–41.
7. Кутыркина Л.В. Устный и письменный язык: встреча в пространстве Рунета // Вестник МГУП. 2011. № 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustnyy-i-pismennyy-yazyk-vstrecha-v-prostranstve-runeta> (дата обращения: 17.06.2020).
8. Лутовинова О.В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. № 71. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-novaya-ustno-pismennaya-sistema-kommunikatsii> (дата обращения: 17.06.2020).
9. Митягина В.А. Интернет-комментарий как коммуникативное действие // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвуз. сб. науч. тр. Вып. 10 / отв. ред. А.Г. Пастухов. Орел, 2012. С. 188–197.
10. Сидорова И.Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий) : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 249 с.
11. Стексова Т.И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность // Жанры речи. 2014. № 1–2 (9–10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommentariy-kak-rechevoy-zhanr-i-ego-variativnost-1> (дата обращения: 07.02.2020).
12. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка : учеб. пособие. 2-е изд. М. : Высшая школа, 1996. 381 с.
13. Шадрин Н.Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1991. 218 с.
14. Ferrando C. Idioms and Idiomaticity. Oxford : Oxford University Press, 1996. 168 p.
15. Moon R. Fixed expressions and idioms in English: a corpus-based approach. Oxford : Clarendon Press, 1998. 352 p.
16. Naciscione A. Phraseological Units in Discourse: towards Applied Stylistics. Riga : Latvian Academy of Culture, 2001. 283 p.
17. Арсентьева Е.Ф. Контекстуальное использование фразеологических единиц. Казань : Хэтэр, 2009. 168 с.
18. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/uk> (дата обращения: 07.02.2020).
19. The Sun. URL: <https://www.thesun.co.uk> (дата обращения: 07.02.2020).
20. Зеленов А.Н. Фразеологизм в роли газетного заголовка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Великий Новгород, 2009. 19 с.
21. Gataullina V.L., Salieva R.N., Aslanova U.V. The use of phraseological units with components denoting family relationships in mass media in English and Russian languages // Quid-Investigacion Ciencia y Tecnologia. 2017. Vol. 1. P. 2598–2603.
22. Longman Dictionary of Contemporary English. URL: <https://www.ldoceonline.com/> (дата обращения: 07.02.2020).
23. Большой англо-русский фразеологический словарь. URL: [https://large\\_phrasebook\\_en\\_ru.academic.ru/2372/be+flush+with+money](https://large_phrasebook_en_ru.academic.ru/2372/be+flush+with+money) (дата обращения: 07.02.2020).
24. Колокольцева Т.Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи. Волгоград : Изд-во Волгоград. ун-та, 2001. 260 с.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 5 июля 2020 г.

## The Peculiarities of the Use of Idioms in Comments to English-Language Online Newspaper Articles

*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2020, 459, 39–45.

DOI: 10.17223/15617793/459/4

Albina R. Kayumova, Kazan Federal University (Kazan, Russian Federation). E-mail: alb1980@yandex.ru

Natalia V. Konopleva, Kazan Federal University (Kazan, Russian Federation). E-mail: natali.konopleva@mail.ru

**Keywords:** phraseological unit; online comment; online newspaper; oral/written discourse.

This article presents the results of a study on the “behavior” of idioms in oral/written speech of ordinary speakers found in comments to English-language online newspapers. The main aim of the study was to discover whether idioms are used in their usual ready-made form or with changes in their structure and/or connotation. A secondary concern was to determine the frequency of the usage of idioms. Such features of online comments as emotionality and spontaneity make it possible to assume that authors of comments may resort to the use of idioms, since the latter are representatives of the emotional and expressive part of vocabulary; they can be quickly reproduced in context. The primary material for the study consisted of 500 comments from readers of online newspapers *The Guardian* and *The Sun*. Then, 185 comments containing idioms were selected to conduct further research. The comments containing idioms were subjected to contextual analysis. Firstly, the authors identified the idiom. Secondly, they accessed its basic form (by consulting dictionaries) and comprehended the idiomatic meaning. If idioms were used in their basic form, they mostly did not acquire any additional features in context. However, some idioms were employed with modifications: substitution of a component/components, insertion of a component/components and cleft-use, addition of a component/components, ellipsis and allusion, phraseological repetition, extended metaphor, phraseological saturation of the context, and phraseological pun. In case of modifications, the authors had to interpret the contextual features because any change in form can entail changes in meaning, emotivity, expressiveness, and connotation. Finally, both non-modified and modified idioms underwent quantitative analysis. Identifying 185 comments containing idioms, the authors drew the first conclusion that idioms are frequently found in online comments in spite of the fact that they are written by ordinary speakers. Comments containing idioms make up 37% of the original data. The percentage is quite high, given the fact that some of the comments are laconic. The reason for the “popularity” of idioms may lie in the fact that comments are written in a rush of feelings. Idioms allow authors to express their thoughts quickly, concisely and emotionally. The second conclusion is that ordinary speakers often modify idioms in their speech. Almost half of the idioms are transformed (41%). In the authors’ opinion, ordinary writers of online comments use transformations unconsciously. This is why complex modifications (phraseological pun and extended phraseological metaphor) are rare. The most common modifications include addition, substitution and insertion of a component/components. Ellipses and phraseological repetitions are slightly less common. These types of transformations (with the exception of repetition) involve changes only in the structure of idioms.

## REFERENCES

1. Kayumova, A.R. (2010) *Frazeologicheskie edinitsy v proizvedeniakh U. Kollinza i ikh sootvetstviya v russkikh i ispanskikh perevodakh* [Phraseological units in the works of W. Collins and their equivalents in Russian and Spanish translations]. Philology Cand. Diss. Kazan.
2. Guryanov, I.O., Gafiyatova, E.V. & Cruz, J. (2017) Modifications of bookish idioms: discourse analysis. *Quid-Investigacion Ciencia y Tecnologia*. 28. pp. 795–799.
3. Sayutina, N.V. (2011) Transformation of Phraseological Units in Newspaper Journalism: Characteristic Aspects of the Genre. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika – Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Philology. Journalism*. 4. (In Russian). [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-frazeologicheskikh-edinits-v-gazetnoy-publitsistike-zhanrovaya-spetsifika> (Accessed: 07.02.2020).
4. Guseynova, T.S. (1997) *Transformatsiya frazeologicheskikh edinits kak sposob realizatsii gazetnoy ekspressii: na materiale tsentral'nykh gazet 1990–1996 gg.* [Transformation of phraseological units as a way of realizing newspaper expression: On the material of central newspapers of 1990–1996]. Abstract of Philology Cand. Diss. Makhachkala.
5. Golovina, E.D. (2003) *Visnet li bran' na vorotakh? Kak my koverkaem frazeologizmy* [Sticks and stones may break homes. How we distort phraseological units]. *Russkaya rech'*. 5. pp. 61–65.
6. Khusnutdinov, A.A. & Khusnutdinova, A.A. (2011) Transformirovanoe ispol'zovanie frazeologicheskikh edinits v rechi ryadovogo nositelya yazyka [Transformed use of phraseological units in the speech of a common native speaker]. In: *Frazeologiya: vchera, segodnya, zavtra* [Phraseology: Yesterday, today, tomorrow]. Tula: S-print. pp. 37–41.
7. Kutyorkina, L.V. (2011) *Ustnyy i pis'mennyy yazyk: vstrecha v prostranstve Runeta* [Oral and Written Language: Meeting in the Runet Space]. *Vestnik MGUP*. 12. [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustnyy-i-pismennyy-yazyk-vstrecha-v-prostranstve-runeta> (Accessed: 17.06.2020).
8. Lutovinova, O.V. (2008) Internet as a new “oral-written” communication system. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena – Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*. 71. (In Russian). [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-novaya-ustno-pismennaya-sistema-kommunikatsii> (Accessed: 17.06.2020).
9. Mityagina, V.A. (2012) Internet-kommentariy kak kommunikativnoe deystvie [Internet commentary as a communicative action]. In: Pastukhov, A.G. (ed.) *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediynom diskurse* [Genres and types of text in scientific and media discourse]. Vol. 10. Orel: OGHK. pp. 188–197.
10. Sidorova, I.G. (2014) *Kommunikativno-pragmaticheskie kharakteristiki zhanrov personal'nogo internet-diskursa (sayt, blog, sotsial'naya set', kommentariy)* [Communicative and pragmatic characteristics of genres of personal Internet discourse (website, blog, social network, commentary)]. Philology Cand. Diss. Volgograd.
11. Steksova, T.I. (2014) Comment as a speech genre and its variability. *Zhanry rechi – Speech Genres*. 1–2 (9–10). (In Russian). [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommentariy-kak-rechevoy-zhanr-i-ego-variantivnost-1> (Accessed: 07.02.2020).
12. Kunin, A.V. (1996) *Kurs frazeologii sovremennogo angliyskogo yazyka: ucheb. posobie* [A course of phraseology of modern English: A textbook]. 2nd ed. Moscow: Vysshaya shkola.
13. Shadrin, N.L. (1991) *Perevod frazeologicheskikh edinits i sopostavitel'naya stilistika* [Translation of phraseological units and comparative stylistics]. Saratov: Saratov State University.
14. Ferando, C. (1996) *Idioms and Idiomaticity*. Oxford: Oxford University Press.
15. Moon, R. (1998) *Fixed expressions and idioms in English: A corpus-based approach*. Oxford: Clarendon Press.
16. Naciscione, A. (2001) *Phraseological Units in Discourse: Towards Applied Stylistics*. Riga: Latvian Academy of Culture.
17. Arsent'eva, E.F. (2009) *Kontekstual'noe ispol'zovanie frazeologicheskikh edinits* [Contextual use of phraseological units]. Kazan: Kheter.
18. *The Guardian*. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/uk> (Accessed: 07.02.2020).
19. *The Sun*. [Online] Available from: <https://www.thesun.co.uk> (Accessed: 07.02.2020).

20. Zelenov, A.N. (2009) *Frazeologizm v roli gazetnogo zagolovka* [Idiom as a newspaper headline]. Abstract of Philology Cand. Diss. Velikiy Novgorod.
21. Gataullina, V.L., Salieva, R.N. & Aslanova, U.V. (2017) The use of phraseological units with components denoting family relationships in mass media in English and Russian languages. *Quid-Investigacion Ciencia y Tecnologia*. 1. pp. 2598–2603.
22. *Longman Dictionary of Contemporary English*. [Online] Available from: <https://www.ldoceonline.com/> (Accessed: 07.02.2020).
23. Large English-Russian Phrasebook. (n.d.) *Be flush with money*. [Online] Available from: [https://large\\_phrasebook\\_en\\_ru.academic.ru/2372/be+flush+with+money](https://large_phrasebook_en_ru.academic.ru/2372/be+flush+with+money) (Accessed: 07.02.2020).
24. Kolokol'tseva, T.N. (2001) *Spetsificheskie kommunikativnye edinitsy dialogicheskoy rechi* [Specific communicative units of dialogic speech]. Volgograd: Volgograd State University.

Received: 05 July 2020