

**А. А. Лис**

## ИНТЕРТЕКСТУАЛИЗМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Термин «интертекстуальность» был предложен болгарской ученой и теоретиком постструктурализма Юлией Кристевой в 1967 году для описания способности текстов связываться друг с другом через такие открытые или скрытые средства, как цитаты или аллюзии. Такие связи могут проявляться между текстами или их элементами, позволяя им ссылаться друг на друга. Так называемые прецедентные тексты являются конкретными проявлениями интертекстуальности. Эти тексты важны для человека с точки зрения его познания и эмоций, широко известны в его культурной среде, включая предшественников и современников, и к ним часто обращаются в дискурсе. Анализ интертекстуальности как взаимодействия между текстами в разнообразных стилях и жанрах помогает лучше понять их роль в создании текстов и значимость для различных областей дискурса, в том числе и для социальных сетей.

Так, в социальных сетях для комментирования ситуаций, когда кто-то игнорирует или минимизирует очевидные проблемы, используется шутка *This is fine*, изначально взятая из комикса “Gunshow” Кейси Грина, в котором изображена собака, сидящая в горящем доме и говорящая: “*This is fine !*” ‘Всё в порядке!’ Для выражения личных качеств, настроений или намерений в социальных сетях часто используются цитаты из “Гарри Поттера”: *I solemnly swear that I am up to no good* ‘Клянусь, что мои намерения самые, что ни на есть серьезные’ или обсуждение домов Хогwartса #*Slytherin*, #*Gryffindor*. Фраза *Not all heroes wear capes*, ставшая мемом в социальных сетях, используется для описания людей, совершающих добрые поступки или демонстрирующих невероятную компетентность в какой-либо области, не ожидая за это награды. Шутка *Distracted Boyfriend*, сопровождающаяся рисунком, на котором изображён мужчина, оглядывающийся на другую женщину, в то время как его девушка смотрит на него с удивлением, используется для иллюстрации отвлечения внимания или изменения приоритетов, часто с юмористическим подтекстом. Популярный формат публикаций *Expectation vs. Reality* в Instagram, где пользователи делятся двумя фотографиями или видео: одно показывает ожидаемый идеальный исход (часто вдохновленный кино, телешоу, или другими соц. сетями), а другое – реальный результат. Часто разница между ними создаёт комический эффект.

Статистические подсчёты частотности употребления исследуемого явления в сообщениях англоязычных социальных сетях, показали, что в этих сообщениях содержится 15 % явных или скрытых интертекстуализмов. Эти данные подтверждают необходимость дальнейшего исследования данного явления особенно в контексте перевода.