

корпусов текстов русского и немецкого языков. Согласно данным, представленным в работе Л. А. Тарасевич, наиболее употребительными дирекциональными предлогами в русском языке являются предлоги *из, по, с(со), к(ко)*, в немецком языке – *aus* ‘из’, *nach* ‘в [направление]’, *von* ‘от, с’, *zu* ‘к, до’, *durch* ‘через, сквозь’. Для анализа дистрибутивных показателей исследуемых предлогов, мы применили классификацию наименований объектов, которая включает 10 дистрибутивных классов: «Человек», «Части тела», «Геополитические объекты», «Здания и сооружения», «Части зданий», «Транспортные средства», «Ограниченно подвижные артефакты», «Геофизические объекты», «Пути», «Вещепризнаки».

В работах, посвященных пространственным предлогам, указывается, что частотность употребления предлога зависит от релевантности передаваемых им отношений в пространственном опыте человека и денотативного потенциала данного предлога (количества возможных отношений в семантике предлога). Дистрибутивные показатели предлога зависят от того, каким образом он категоризирует локализуемый объект. Чем меньше у предлога требований к пространственным характеристикам данного объекта, тем шире круг наименований объектов, с которыми он употребляется. Логично предположить, что частотные предлоги *из, по, с(со), к(ко), aus, nach, von, zu, durch* употребляются с именами всех 10 дистрибутивных классов. Однако анализ способов употребления этих единиц противоречит данному утверждению. Так, высокочастотный предлог *nach*, который указывает на направление без учета каких-либо характеристик (особенностей) локализуемого объекта, употребляется преимущественно с наименованиями объектов дистрибутивного класса «Геополитические объекты» (в основном в конструкциях с названиями стран и городов). Дистрибуция данного предлога сводится всего к 3 классам наименований объектов: «Геополитические объекты», «Здания и сооружения», «Человек». При этом, сочетаемость данного предлога с релятумами класса «Человек» очень незначительна. Предлог *nach* также широко используется в конструкциях с наречиями (*oben, unten, links* и др.). Предлог *enlang* сочетается с объектами, имеющими вытянутую форму, что накладывает определенные ограничения на количество релятумов, способных употребляться с данными предлогом. Однако данный предлог употребляется с именами 9 из 10 дистрибутивных классов. Причины указанных выше противоречий предстоит выяснить в ходе детального анализа семантики исследуемых предлогов, что станет предметом наших дальнейших исследований.

Ю. А. Толкачева

ИСТОЧНИКИ ВЕРБАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ

Развитие сети Интернет привело к глобальному обмену информацией и появлению новых феноменов интернет общения. Одним из них стал

интернет-мем – чаще всего ироничная единица информации, внезапно приобретающая популярность, распространяясь в Интернете разнообразными способами. Особый интерес для лингвистики представляют вербальные интернет-мемы – популярные слова, словосочетания или выражения, приобретающие новое значение в процессе использования в интернет-коммуникации. Важнейшей характеристикой подобных мемов является обладание культурной коннотацией. Они содержат в себе информацию об историческом событии, культурном феномене, тексте и др., которая послужила их источником. В таком случае, успешность мема зависит от возможности пользователя идентифицировать источник, определить ассоциативные связи, которыми обеспечен комический эффект. Для описания особенностей формирования мема и роли источника в данном процессе, было проанализировано 250 русско- и англоязычных вербальных интернет-мемов, что позволило выделить следующие группы:

1) Первый и наиболее распространенный источник, как в английской, так и в русской интернет среде, – **фразы рядовых пользователей сети**. Среди 134 русскоязычных мемов 41 % относятся к данной категории, а среди 116 англоязычных – 51,7 %.

Например, известный мем LOL зародился на просторах онлайн-сервиса Genie, когда некий пользователь многократно употребил в чате *I'm laughing out loud*, что переводится как 'смеюсь вслух', а позже сократил его до общеизвестного LOL.

Отметим, что места зарождения таких мемов – социальные сети, блоги, форумы. В частности, Живой Журнал, популярный ранее dwach.com, Вконтакте, Pickabu, Reddit, Twitter. Данные площадки типичны для возникновения и распространения именно вербальных интернет-мемов, так как там ведется непосредственное общение пользователей друг с другом. Мемом становится комментарий, пост или просто сообщение, которое является нелепым в данной ситуации (*Moped не мой*), грамматически неверным (*Аффтар жжот*), отражает актуальные события (*Дуров, верни стену!*) или комичную ситуацию (*Всеки ему*). Так или иначе, не любое сообщение пользователя может стать интернет-мемом.

2) Примерно одинаковое количество мемов в русском и английском языках представлено текстовыми мемами, которые изначально **являлись креолизованными** – 19,5 % и 19,8 %. Обретя популярность, они могут разделяться на две составляющие: самостоятельную фразу и картинку. В результате деления вербальный компонент креолизованного мема не нуждается в сопровождающем его изображении – смысл будет понятен. Данный процесс декреолизации характерен для мемов, вербальный компонент которых имеет весомую смысловую нагрузку, а визуальная часть, напротив, лишь дополняет текст.

Русскоязычный мем *Вжух*, значение которого – ускорение любого жизненного процесса, первоначально был использован в качестве составной части картинки кота в колпаке и с волшебной палочкой в лапе. Но на пике

популярности данного мема пользователи стали употреблять лишь вербальную составляющую, дополняя ее всевозможными контекстами: *Три задолженности, и вжух – ты отчислен.*

3) Еще одним источником популярных интернет-мемов являются **СМИ**: 13 % от общего количества в английском языке, 9 % – в русском. Для данной группы интернет-мемов характерно преобладание фраз известных политиков и других общественных деятелей (*Хватит это терпеть!*) или реакция средств массовой информации на события в мире (*Русские сделали это*).

Например, некогда популярный мем *Держитесь там*. Это сокращенная версия фразы, произнесенной в 2016 году премьер-министром России Дмитрием Медведевым во время визита в Крым. Так, когда одна из местных жительниц пожаловалась, что пенсии не индексируются, а восьми тысяч рублей для жизни недостаточно, Медведев ответил: «Просто денег нет сейчас. Найдем деньги – сделаем индексацию. Вы держитесь здесь, вам всего доброго, хорошего настроения и здоровья». После многократного освещения в СМИ фраза стала использоваться в качестве прецедентного текста, служащего для оценки сложных ситуаций в России, из которых власть затрудняется найти выход. Примерами могут служить такие производные конструкции, как *Денег нет, но вы учитесь* или *Лечения нет, но вы держитесь*.

4) Интернет-мемы, цитируемые из различных **телепередач и кино**, процентное соотношение которых среди англоязычных и русскоязычных мемов – 8,6 и 6,7 % соответственно.

Популярный мем *Это норма* употребляется в качестве ироничного оправдания самых странных ситуаций. Его источником является программа «Здорово жить!», где ее ведущая, Елена Малышева, многократно использует фразу в разнообразных контекстах. Программа не воспринималась серьезно пользователями Интернета в силу использования комических приемов иллюстрации заболеваний. В результате, распространились подобные шутки: *Писать годовой отчет в 3 часа ночи. Это норма*.

5) Вербальные интернет-мемы, источником которых являются **компьютерные игры**, составляют 5 % от проанализированных. Большинство мемов данной группы получило распространение вследствие нелепого нелегального перевода игры (*Потрачено*), либо представляют собой фразы, которые используются игроками в процессе общения (*Аташол; Го, я создал*).

Например, мем *Потрачено*. Его источник – нелегальный перевод игры GTA San Andreas. В оригинале, когда персонаж умирал, на экране появлялось слово WASTED, что в переводе с американского сленга означает ‘вас победили’. Но поскольку пиратская версия игры была переведена автоматически, русскоязычные пользователи получили слово ПОТРАЧЕНО. Благодаря нелепости данной фразы, ее стали использовать для обозначения неудачи, прекращения какого-либо действия. *Учусь на инновационных технологиях, но вчера не смогла справиться с новым видом оплаты. Потрачено*.

Данная типология фокусируется на схожести источников англо- и русскоязычных мемов. Однако стоит отметить и некоторые культурные особен-

ности. К одной из них можно отнести достаточное количество заимствований из английского языка среди русскоязычных мемов (11,9 %). Это лишь доказывает то, что общение в Сети не имеет определенных языковых или же культурных границ, – оно глобально, а многие интернет-мемы – интернациональны (*Рукалицо – Facepalm; Шма – Wat*).

Также особым источником русскоязычных интернет-мемов, в отличие от англоязычных, являются анекдоты: среди проанализированных мемов 6 относятся к данной категории. Мы считаем, что это связано с тем, что до появления сети Интернет анекдоты были важной частью русского фольклора. С возникновением глобальной Сети многие составляющие этого фольклора были перенесены в новую среду и получили в ней распространение. Например, анекдот, который звучит как: *– Всем лежать! Деньги в мешок! Быстро! – Хороший тамада и конкурсы интересные, – подумали гости...*, в свое время стал достаточно актуальным в связи с появлением в Интернете большого количества рецензий молодоженов на необычные конкурсы от тамады. Благодаря юмористической составляющей, актуальности, а также возможности преобразования контекста, анекдот превратился в мем *Хороший тамада и конкурсы интересные* с сотнями вариаций. Мем служит для описания нелепых, абсурдных ситуаций, выраженных в первой части данной конструкции.

Остальные источники представлены лишь единичными примерами: видеоролики, музыка, литература. Их общее количество составило 3 %.

Подводя итог анализа источников вербальных интернет-мемов, отметим, что, несмотря на их разнообразие, преобладают фразы пользователей сети, что еще раз подчеркивает коммуникативный потенциал интернет-мема. Вербальные мемы создаются в процессе общения и хранят в себе культурную информацию. Это позволяет пользователям мема не только вести диалог друг с другом, но и со всей предшествующей и современной культурой. Таким образом, изучение данной характеристики дает возможность описать особенности современной коммуникации, а также культуры в целом.

А. И. Цупа

СТРУКТУРНЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ ЧЕТЫРЕХКОМПОНЕНТНЫХ ДИАЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНСТВ В РУССКОМ РАЗГОВОРНОМ ДИСКУРСЕ

В настоящее время достаточно высок интерес к проблеме исследования диалогических единств (далее – ДЕ), а также к определению их структурных типов. Наиболее изученными являются двучленные диалогические единства, в то время как сложные ДЕ (далее – СДЕ), включающие в свой состав три, четыре, пять и более реплик, примыкающих к единому смысловому центру и взаимообусловленных семантически, структурно и коммуникативно, остаются малоизученными. *Целью* данного исследования является опреде-