

інтэрнэт-мемаў, больш за ўсё падыходзіць назва «палікодавы тэкст», астатнія азначэнні, на наш погляд, перадаюць сутнасць з'явы не зусім дакладна. Інтэрнэт-мемы з'яўляюцца менавіта палікодавымі тэкстамі, таму што яны з самага пачатку з'явіліся ў такой форме ў адрозненне, напрыклад, ад крэалізаваных тэкстаў, якія былі знарок семіятычна ўскладненыя. Доказам гэтага з'яўляецца гісторыя з'яўлення мемаў. У даследаванні прасочваецца гісторыя развіцця культуры інтэрнэт-мемаў, падаецца храналагічная класіфікацыя паводле часу з'яўлення канкрэтнага тыпу мемаў.

Мем – знакавая адзінка інфармацыі, ён павінен быць пазнавальным большасцю прадстаўнікоў той ці іншай моўнай культуры і актыўна імі выкарыстоўвацца. Мы вылучаем эматыконы – невялічкія выявы твараў з рознымі эмоцыямі, створаныя са знакаў прыпынку. Наступнымі лагічна дадаць у якасці мемаў аскі-арты – выявы вялікага памеру, цалкам створаныя са знакаў прыпынку. Адрозніваюцца ад эматыконаў яны тым, што адлюстроўваюць не толькі эмоцыі, але і проста нейкія выявы. Эматыконы і аскі-арты з'явіліся таму, што тэхнічна нельга было выкарыстоўваць графічныя выявы ў інтэрнэт-камунікацыі.

Калі з'явіліся імідж-борды, якія дазволілі прытасоўваць графічныя выявы да паведамленняў, развіцце атрымалі такія віды інтэрнэт-мемаў, як макрасы, дэматыватары, коміксы, візуальныя мемы і мемы з наяўнасцю моўнай гульні. Яны адрозніваюцца ў большасці складаным механізмам стварэння і выкарыстоўвання, што ў сваю чаргу залежыць заўсёды ад тэхнічных магчымасцяў інструментаў інтэрнэт-камунікацыі.

Інтэрнэт-мемы з'яўляюцца натуральнай часткай інтэрнэт-камунікацыі, бо яны развіваліся адначасова з развіццем яе тэхналогій. Інтэрнэт-мемы – частка культуры чалавека, таму сучасную апасродкаваную камунікацыю без іх уявіць нельга. На наш погляд, мемы прадоўжаць развіцце разам з удасканаленнем тэхналогій зносін і, напэўна, працягнуць пашыраць сваю прысутнасць у сучаснай інтэрнэт-культуры.

Олтулу Альпер

НОМИНАЦИИ ДЕНЕЖНЫХ ЕДИНИЦ В «ЗЕРКАЛЕ» РУССКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Фразеологизмам присуще выражение национально-культурной специфики, которая находит свою актуализацию в передаче особенностей образа жизни и характера народа, его истории, традиций, обычаев и быта, свойственных для той или иной фразеологической единицы. Фразеологизмы выступают своеобразными носителями культурных установок и стереотипов конкретного этноса.

Предпринятый анализ фразеологического фонда русского языка, в состав которого включаются номинации денежных средств, показал, что во

фразеологические единицы русского языка входят такие номинации денежных средств, как *копейка*, *монета*, *грош*, *рубль*, *алтын*. В общей сложности было проанализировано 69 фразеологизмов.

Доминирующей группой в корпусе фактического материала оказались ФЕ, в состав которых включена лексема *копейка* (18 примеров, или 54,5 %). Номинация *монета* представлена в 6 фразеологизмах (17 %), *грош* – в 5 фразеологических единицах (14 %). Лексическая единица *рубль* была зафиксирована в 3 фразеологизмах (8,5 %). Наименьшую частотность продемонстрировала единица *алтын* (2 примера, или 6 %).

Номинация денежной единицы *монета* реализует в русскоязычных фразеологических единицах значение идентичности: *Сходиться за чистую монету*; *Принимать за чистую монету*; *Платить той же монетой*. *Монета* в приведенных выше фразеологизмах обозначает что-то схожее, одинаковое.

Как показал анализ, лексическая единица *монета* может реализовывать в составе фразеологизма значение ‘деньги’: *Гони монету!*

Лексема *копейка* представлена в русскоязычных фразеологизмах в следующих значениях: ‘деньги’ (*За копейку удавится*; *Все отдал до последней копейки*; *С копейки на копейку перебиваемся*; *Дрожать над каждой копейкой*; *Знать счет копейки*; *Зашибать копейку*; *Загнуть копейку*; *Ни копейки за душой*; *Сидеть без копейки*), ‘что-то небольшое, незначительное’ (*Копейка рубль бережет*; *Жизнь для него – копейка*) и ‘что-то дорогое’ (*Это обошлось нам в копеечку*).

Лексическая единица *рубль* актуализирует во фразеологическом фонде русского языка следующие значения: ‘что-то крупное, большое’ (*Копейка рубль бережет*), ‘деньги’ (*Гнаться за длинным рублем*; *Бить рублем*).

Номинация денежной единицы *грош* во фразеологизмах, проанализированных в рамках данного исследования, реализует значение чего-то незначительного, несущественного: *Гроша медного (ломаного) не стоит*; *Ни на грош*.

Лексема *алтын* в составе фразеологизма может реализовывать следующие значения: ‘деньги’ (*Не было ни гроша, да вдруг алтын*), ‘что-то незначительное, несущественное’ (*На три алтына торгу, а на пять долгу*).

Ю. Плевако

АНГЛИЦИЗМЫ В СЛЕНГЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

Как известно, Твиттер – это сервис микроблогов, позволяющий создать собственный микроблог и писать туда короткие текстовые сообщения. Каждое такое текстовое сообщение называется *твит* (от англ. *tweet*). Размер одного твита ограничен 280 символами, включая пробелы. Ограниченность твита во многих случаях является причиной заимствования коротких по форме англоязычных слов. Одним из главных преимуществ Твиттера является скорость. У Твиттера есть свой поиск по ключевым словам, позволяющий увидеть твиты, написанные всего несколько секунд назад