

УДК 811.112.2'33'42

**А. А. Максимова**

Московский государственный лингвистический университет, Москва,  
Россия

## ПОНЯТИЕ ВИДЕОВЕРБАЛЬНОСТИ В ГАСТРОНОМИЧЕСКОМ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-МЕМЕ

В современной лингвистике одним из масштабных и перспективных объектов исследования является гастрономическая культура. В нашем исследовании рассматриваются видеовербальные тексты, представляющие ряд новых вербальных типов общения, использование которых влияет на восприятие текста реципиентом.

*Ключевые слова: текст, видеовербальный текст, вербальные и визуальные составляющие, гастрономический интернет-мем.*

Интернет-мем – это идея, образ и объект культуры, вызывающий резонанс у большого количества пользователей сети интернет в связи с определенным событием [Щурина 2012: 160–170]. Представленная инновационная идея была предложена Ричардом Докинсоном в 1970-х гг.

Интернет-мем обладает последовательной структурой, состоящей из ряда предложений, объединенных мыслью и логическим расположением языковых средств. Благодаря этому текст составляет единицу значения, обусловленной некой темой, проблемой, фактическим объектом или формой. Такие тексты призывают реципиента к определенной реакции.

Понятие «текст» в современной лингвистике многозначно. Однако зарубежные и отечественные ученые едины во мнении, что текст представляет собой смысловую, упорядоченную структуру, которая включает в себя ряд предложений, объединенных логическим расположением с помощью языковых средств.

В лингвистике нет единого определения для понятия «текст». Различают креолизованные, поликодовые, гетерогенные, лингвовизуальные, мультимодальные, семантически обогащенные, видеовербальные тексты и т.д.

Разнообразие видеовербальных текстов в современном мире велико. Интернет-мем является одним из таких типов текстов. В интернет-мемах наблюдается разный способ соединения вербальных и визуальных составляющих, он зависит от замысла автора, от идеи, которую он хочет донести до реципиента.

Невербальная информация интернет-мема оказывает значимое воздействие на интерпретацию текста. Визуальная часть доминирует над текстом. Изображения могут помочь представить текст более содержательным, живым, доступным и запоминающимся.

Вербальные компоненты интернет-мема являются незаменимыми для



восприятия видеовербального текста. Текст интернет-мема поддерживает содержание изображения, акцентирует внимание адресата, имеет тесную связь с ним. Компоненты связаны друг с другом, их следует воспринимать как единый текст.

Рассмотрим взаимодействие двух негетерогенных частей на примере гастрономического немецкоязычного интернет-мема.

Рис. 1 „MENSCHEN DIE HUNDE ESSEN SIND BARBARISCH? BITTE ERZÄHL MIR NOCH MAL, DASS DU EIN BESSERER MENSCH BIST, WEIL DU NUR KÜHE, SCHWEINE, HÜHNER UND FISCH ISST.“

В визуальной части изображен улыбающийся мужчина в костюме, с большим бантом и шляпой. Это Вилли Вонка из фильма «Вилли Вонка и шоколадная фабрика». Данный герой способен осуществить мечту любого

ребенка. Владелец фабрики разыгрывает билеты, которые дадут детям возможность посетить фабрику, но во время экскурсии нужно соблюдать жесткие правила, чтобы получить награду. Вербальная составляющая представлена в виде текста: „MENSCHEN DIE HUNDE ESSEN SIND BARBARISCH? BITTE ERZÄHL MIR NOCH MAL, DASS DU EIN BESSERER MENSCH BIST, WEIL DU NUR KÜHE, SCHWEINE, HÜHNER UND FISCH ISST“ (Люди, которые едят собак варвары? Пожалуйста, скажи мне еще раз, что ты лучше, потому что ты ешь только коров, свиней, цыплят и рыбу). Грамматической особенностью мема является суффикс сравнительной степени прилагательных „besserer.“ Прилагательное „besser“ является исключением и не требует суффикса -er, но автор использует этот суффикс для более яркой эмоциональной окраски. Адресант не ставит запятые, что является синтаксической ошибкой, которая допускается для высмеивания пользователей сети, не использующих пунктуацию верно.

Инверсия в риторическом вопросе „MENSCHEN DIE HUNDE ESSEN SIND BARBARISCH?“ использована с целью усиления выразительности речи и эмоционально-экспрессивного значения сказанного. Стоит отметить отсутствие пунктуации, что свойственно разговорному стилю. Продюцент обращается к реципиенту на «du», такое обращение считается неформальным, зачастую используется для сближения отправителя и получателя.

Резюмируя сказанное, можно утверждать, что вербальные и визуальные компоненты в интернет-меме должны гармонизировать и дополнять друг друга, благодаря этому раскрывается образный и содержательный смысл послания, задуманный автором. Взаимодействие этих компонентов дает больше информации и позволяют подчеркнуть креативность идеи.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Пищальникова, В. А.* Формирование новых когнитивных структур в Массмедиа / В. А. Пищальникова // Новое в лингвистике и методике преподавания иностранных и русского языков : сб. науч. ст. / под общ. ред. М. В. Пименовой. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – С. 71–77.
2. *Сонин, А. Г.* Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления / А. Г. Сонин // Вопросы языкознания. – 2005. – № 6. – С. 115–123.
3. *Bergmann, R.* Einführung in die deutsche Sprachwissenschaft / R. Bergmann. – Heidelberg : Universitätsverlag WINTER, 2005. – 431 S.
4. *Drühl, S.* Komisches in der antiken Kunst / S. Drühl. – Bielefeld : Kerber Verlag, 2008. – 288 S.
5. *Щурина, Ю. В.* Интернет-мемы как феномен интернет коммуникации [Электронный ресурс] / Ю. В. Щурина // Филология. – 2012. – № 3. – С. 160–171. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii>. – Дата доступа: 14. 09. 2022.

6. Meme: Die Kunst des Remix [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/meme-internet.pdf>. – Date of access: 17.09.2022.