

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ

Введение. Семантический контекст играет важную роль в интерпретации значений мемов. Контекст включает в себя знания, представления и ожидания понятий и идей, которые связаны с конкретным мемом. Он помогает определить, какие ассоциации и значения у мема могут возникнуть у разных людей. Однако, чтобы глубже погрузиться в данное исследование, стоит разобраться, что же такое мем.

Термин «*мем*» впервые ввел профессор Оксфордского университета Ричард Докинз, образовав его от греческого слова *μίμησις* («сходство») и используя в своей книге 1976 года «Эгоистичный ген» [1, с. 249]. Мем — это идея или объект культуры (особенно нематериальной), который распространяется и передается членами этой культуры. Актуальность исследования семантических особенностей англоязычных интернет-мемов заключается в том, что интернет-мемы являются важным средством коммуникации в онлайн-среде и играют значительную роль в формировании и поддержании онлайн-культуры [2, с. 162]. Изучение их семантики помогает лучше понять и интерпретировать сообщения, передаваемые через мемы, позволяет лучше понять, какие ценности и нормы закодированы в мемах и как они влияют на формирование коллективной идентичности.

Основная часть. В процессе исследования нами были проанализированы семантические особенности 505 креолизованных англоязычных мемов, отобранных методом сплошной выборки при помощи социального интернет-сервиса “Pinterest”.

Анализ позволил разделить англоязычные мемы на следующие семантические группы: «еда»; «животные»; «смешанные»; «кино»; «естественные науки»; «культура»; «профессии»; «интерьер»; «известные личности»; «интернет»; «стереотипы»; «математика»; «бизнес»; «политика»; «семья и дети»; «города и страны»; «школа»; «вымышленные персонажи»; «история и исторические события»; «части тела»; «спорт»; «время»; «природа и явления»; «исторические личности»; «дорога и знаки»; «анекдоты»; «гендер»; «медицина»; «одежда»; «музыка»; «имена»; «смерть»; «личность и характер»; «другое».

Рассмотрим *семантические особенности англоязычных интернет-мемов*. Самой распространенной семантической группой является группа «*Еда*». К данной группе относятся мемы обозначающие еду и напитки. В результате анализа было выявлено, что они активно используют двусмысленность слов, визуальный каламбур, сходство звучания, буквальность фраз и слова «*портманто*», объединяющие в себе два и более слов для создания юмористического эффекта. Например, “*strobbery*” является комбинацией слов “*strawberry*” + “*robbery*”, для юмористического эффекта показано визуальное изображение клубники в виде бандита, предполагающее ограбление.

Семантическая группа «*Животные*» является одной из продуктивных групп. Здесь замечается частое использование антропоморфизма, например, “*Barb’s working from home today*” (изображение черепах в офисе). Данный мем придает черепахам рабочие качества человека и играет на двойном значении «панцирь» как жилища черепахи и рабочего пространства.

Семантическая группа «*Смешанные*» является еще одной значительной группой мемов, в которой содержатся мемы с разным наполнением, зависящие друг от друга и работающие в симбиозе с другими, поэтому данную группу нельзя разбить на более общие семантические группы. Мемы данной группы используют мематические форматы, которые содержат в себе уже всем известные шаблоны мемов, также используется каламбур с именами и поп-культурные отсылки. К примеру, использование всем известный формат мемов с собакой “*doge*”, для объяснения, что такое «яблоко» и «груша», с заменой слова “*this an apple*” на ломаный английский “*dis a pear*”, что привело к визуальному каламбуру слова disappear.

Семантические группы «*Кино*», «*Естественные науки*», «*Культура*», «*Профессии*», «*Интерьер и техника*», «*Известные личности*» и «*Интернет*» являются не такими значимыми, как вышеперечисленные, однако весьма весомыми. Для данных групп характерно следующее: использование пародий, слова «*портманто*», юмористические сопоставления, визуальный каламбур, омофоны, мематические форматы мемов, антропоморфизмы, ирония, парадокс, стереотипы, двусмысленность и фонетическая игра слов. Все эти приемы придают мемам остроумие и уникальность, делают их более живыми и актуальными. Благодаря этому, мемы становятся запоминающимися и более узнаваемыми. Более того, каждая из перечисленных семантических групп используют концепции, характерные только той или иной группе, например, группа «*Кино*» использует отсылки на популярные кинопроизведения и играет с ними, группа «*Интерьер и техника*» оперирует всем тем, что непосредственно связано с техникой и интерьером, оживляет их и придает им юмористический характер. К примеру, мем “*The Star Shrek*” это пародия, которая объединяет франшизу фильмов “*Shrek*” и “*Star Trek*”, играя на сходстве звучания названий. Следующий мем “*Rocking Chair*” — это визуальный каламбур, который использует термин “*Rocking chair*” и изображает кресло, буквально

играющее рок-музыку на гитаре. Юмор происходит от слова “rocking”, ассоциирующегося как с типом движения кресла, так и с жанром музыки.

Семантические группы «Стереотипы», «Математика», «Бизнес», «Политика», «Семья и дети», «Города и страны», «Школа», «Вымышленные персонажи», «История и исторические события», «Части тела», «Спорт», «Время», «Природа и природные явления», «Исторические личности», «Дорога и знаки», «Анекдоты», «Гендер», «Медицина», «Одежда», «Музыка», «Имена», «Смерть», «Личность и характер» и «Другое» являются самыми незначительными и мало продуктивными из всех вышеперечисленных семантических групп. Все эти группы используют такие приемы как визуальный каламбур, многозначность слов, антропоморфизмы, омофоны, отсылки к поп-культуре или знаменитых личностей, игру слов и акронимов, и абсурдность ситуаций, что подчеркивает юмористический характер мемов из каждой группы. Также всем этим семантическим группам принадлежит характерное использование определенных приемов или ситуативного юмора в тех или иных мемах, отражающие тематику каждой названной группы, т. е. для понимания юмора и в чем же заключается мем данной ситуации может зависеть от понимания и образовательных знаний в определенной сфере. Например, семантическая группа «Математика» основывается на образовательных знаниях в сфере математики: так мем “ $\sin(\text{gerine}) + \cos(\text{gerine}) = \text{tangerine}$ ” представляет собой каламбур тригонометрических функций синус и косинус, использующий слова “ $\sin(\text{gerine})$ ” и “ $\cos(\text{gerine})$ ” для обозначения “ tangerine ” (мандарина). Он использует математическую концепцию касательной, которая равна \sin / \cos , но с умным поворотом, используя фрукт. То же самое наблюдается в семантической группе «Политика». К примеру, мем “*How much space will be freed up when Britain leaves the EU? — 1 GB (one gigabyte)*”, что также обозначает “*Great Britain*”. Это каламбур, который играет на двойном значении слова “GB” и отсылает на знание политического события в истории Великобритании, а именно выход Великобритании из Европейского союза.

Количественные результаты исследования мемов, принадлежащих к разным семантическим группам, представлены в таблице 1.

Т а б л и ц а 1 — Семантические особенности англоязычных интернет-мемов

Семантическая группа	Количество единиц
Еда	68
Животные	58
Смешанные	43
Кино	32
Естественные науки	24
Культура / Профессии	23
Интерьер и техника	22
Известные личности / Интернет	19
Стереотипы	13
Математика / Бизнес / Политика	12
Семья и дети	11
Города и страны / Школа	10
Вымышленные персонажи / История и исторические события / Части тела	8
Спорт / Время / Природа и природные явления	7
Исторические личности / Дорога и знаки	6
Анекдоты / Гендер / Медицина / Одежда	5
Музыка / Имена	4
Смерть / Личность и характер / Другое	3
Итого:	505

На основании анализа англоязычных интернет-мемов, можно сделать вывод о том, что доминируют мемы со значением «еда» и «животные». Мемы, основанные на еде, могут отражать культурные предпочтения, стереотипы или общепринятые нормы. Так как еда — это неотъемлемая часть нашей жизни, то и мемы на основе пищи могут легко ассоциироваться с широкой аудиторией. А животные являются одной из наиболее заметных и популярных тем в англоязычных мемах. Это связано с тем, что животные вызывают эмоциональную реакцию у людей — от смеха до трепета. Смешные изображения домашних животных могут быть использованы для создания мемов, которые вызывают улыбку и радость у зрителей.

Исходя из всего вышеизложенного, можно сказать, что англоязычные мемы часто используют различные лингвистические приемы, такие как двусмысленность слов, буквальность, каламбур, игра слов, слова-портманто, персонификация и омофоны. Одной из основных причин использования этих приемов в интернет-мемах является создание юмористического эффекта и развлечение.

Заключение. В заключении анализа было выявлено, что лингвистическая игра является ключевым элементом эффективности и популярности англоязычных интернет-мемов. А самыми популярными и продуктивными семантическими группами является «*Еда*» и «*Животные*». Более того, использование вышеперечисленных лингвистических приемов, позволяет создателям мемов вызвать улыбку и сопереживание у пользователей, а также обеспечивает их распространение в интернете. Они создают юмористический эффект, способствуют коммуникации и общности, выражают эмоции, обеспечивают краткость и лаконичность. Эти приемы делают интернет-мемы более привлекательными, запоминающимися и успешно передают сообщение мема пользователю. Понимание этих лингвистических игр помогает анализировать и интерпретировать англоязычные интернет-мемы и понять, почему они становятся вирусными.

Список цитируемых источников

1. Dawkins, R. *The Selfish Gene* / R. Dawkins. — Oxford : Oxford University Press, 2006. — 360 p.
2. Шурина, Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю. В. Шурина // Научный диалог. — 2012. — № 3. — С. 160—172.

УДК 811.111.81'343.3

И. Г. Цеханович, Е. Д. Абдулмунинова

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республики Беларусь

КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ СЕМАНТИКИ ЗООНИМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Введение. Исследование лексического значения зоонимов интересовало не одну плеяду ученых — антопологов, лингвистов, психолингвистов (Б. Берлин, Э. Рош, А. Вежицкая, Е. И. Будникова и др.). В большинстве своём исследование семантики данной категории лексики осуществлялось на основе лингвистического эксперимента, интроспективного метода или данных толковых словарей. Данные направления исследований ориентировались на объективные и эталонные характеристики поименованных существ, укоренившиеся в коллективном сознании носителей языка. Когнитивный подход к исследованию семантики ориентируется на отдельного индивида. В центре внимания данного подхода «оказывается повседневный опыт осознанного и неосознанного познания окружающего мира, его роль в формировании смысла высказывания и значений отдельных языковых единиц» [1, с. 10].

Основная часть. Новые перспективы исследования семантики лексических единиц в когнитивном аспекте связаны с появлением краудсорсинговых словарей, сущность которых «заключается в коллективном принципе аккумуляции содержания словарного ресурса. Любой пользователь Интернета может добавить лексическую единицу и ее толкование в словарь такого типа либо поделиться своим представлением о значении уже существующего в вокабуляре слова или выражения» [2, с. 159]. Самым большим словарным ресурсом такого типа является Urban Dictionary [3], который принадлежит англоязычному сегменту Интернета. Содержание словаря как в аспекте его словника, так и дефиниционного фонда континуально, т. е. постоянно пополняется новыми вокабулами и толкованиями. Количество заголовочных единиц превышает 2 млн., а суммарный объем дефиниций насчитывает более 12 млн. (по состоянию на 19.02.2022). Спецификой данного словаря является, во-первых, многоплановость его вокабуляра, который представлен такими пластами лексики, как общеупотребительная, сленговая, терминологическая, ономастическая и пр.; во-вторых, авторские дефиниции публикуются (в случае одобрения их модераторами сайта) в оригинальном формате, без внесения редакторских правок [4, с. 44]. Это обстоятельство «делает данный ресурс чрезвычайно привлекательным источником материала для лингвистических исследований в самом широком диапазоне (психолингвистика, когнитивная лингвистика, неология и пр.)» [4, с. 45], в том числе и когнитивном.

Целью настоящего исследования является выявление семантических компонентов и их частотности, используемых авторами словаря, для дескрипции основного лексического значения слова *dog*. Данная единица входит в первую тысячу наиболее частотных слов по данным Corpus of Contemporary American English [5], относясь, таким образом, к пласту ядерной лексики, актуальность исследования семантики которой является аксиоматичной. Селекции были подвержены дефиниции логического типа, структура которых состоит из родового компонента — классификатора, основное назначение которого заключается в соотношении поименованной лексемой сущности с определенным классом; и дифференциальных признаков, отличающих дан-