

Языковая реализация признаков глобализации в wear-дискурсе

Воловикова Анастасия Фёдоровна

Магистрант кафедры английской филологии и культуры
Могилёвского государственного университета имени А.А. Кулешова
(г. Могилёв, Беларусь)
nastyavolya@gmail.com

Аннотация. В данной статье рассматривается процесс глобализации на примере слоганов в одежде. Глобализация раскрывается в wear-дискурсе через следующие признаки: билингвизм; чрезмерная прямолинейность; нейтрализация социального неравенства; гедонизм; раскрытие концепта Еда; актуализация концепта Учёба и Студент; вербализация концепта Семья; раскрытие концепта Любовь и Секс. Таким образом, мы доказываем тот факт, что явление глобализации нашло сегодня широкое распространение в различных сферах жизни общества.

Ключевые слова: глобализация, лингвистика, wear-дискурс, бытовой жанр, слоганы на одежде, концепт.

Abstract. This article considers globalization by the example of slogans on clothes. In wear-discourse globalization is revealed through the following features: bilingualism; excessive straightforwardness, neutralization of social inequality; hedonism; opening of the concept Food; actualization of the concept Studying and Student; verbalization of the concept Family; opening of the concept Love and Sex. In that way we prove the fact that nowadays this phenomenon is wide-spread and has influence on many fields of our life.

Keywords: globalization, linguistics, wear-discourse, genre art, slogans on clothes, concept.

С конца XX в. и до нашего времени становится все более очевидным существование основополагающей тенденции социального развития, которая называется глобализацией (лат. *globus* – земной шар) [1]. Несмотря на то, что признаки глобализации проявились на протяжении многих лет, данный феномен стал объектом исследований относительно недавно. Неоднозначность подхода к интерпретации данного явления вызвана его многоликостью. Сложно выявить происхождение глобализации, ее границы, динамику, предмет, а также последствия, которые она вызывает. Данное явление стало объектом исследования социологов, философов, культурологов, психологов, экономистов. По свидетельству Н. Коупленда, в лингвистической науке интерес к глобализации проявился лишь в первые годы XXI в. [4].

В то же время среди лингвистов имеются различные подходы, связанные с проявлениями глобализации в языке. Существует традиционный подход, сторонники которого считают, что взаимоотношение языка и глобализации могут быть описаны простым расширением традиционной социолингвистики. «Традиционалисты рассматривают языковые системы в системе языка и работают в рамках сосюррианского языка» [4]. Однако мы придерживаемся социоконструктивистского дискурсивного подхода. В соответствии с этим подходом, глобализация представлена в качестве дискурса, который развора-

чивается по особым правилам. Эти правила, закономерности и следует выявить. Сторонники данного подхода рассматривают язык не как систему, а как социальное действие, т. е. дискурс.

Опираясь на социоконструктивистский дискурсивный подход, мы рассматриваем глобализацию на примере wear-дискурса. В рамках данного исследования wear-дискурс включает слоганы на одежде, которые также являются проявлением глобализационных процессов в обществе. Сами слоганы на одежде представляют собой субжанр бытового жанра, который является показателем состояния языковой культуры носителя языка. Они отличаются от рекламных, социальных и политических слоганов, так как служат не для продвижения чего-либо, а имеют в себе цель самопрезентации языковой личности и демонстрации личных взглядов. Через надпись на одежде человек налаживает контакт с окружающим миром, демонстрирует свои ценности. Фактическим материалом исследования послужили 100 английских, русских, белорусских слоганов на одежде. Данный материал был отобран методом сплошной выборки из Интернет-источников.

В ходе анализа было установлено, что существует ряд признаков, которые доказывают проявление черт глобализации в слоганах на одежде. Первый признак – это билингвизм. Использование двух и более языков свидетельствует о стирании границ между странами и их тесном сотрудничестве. Например: *From Belarus with Zubr; Karr or die; Keep calm and UZBAGOYSYA; I LOVE MAMA; I LOVE PAPA; МУЖА.NET; Arnold is numero uno.*

Далее следует то, что слоганы на одежде нейтрализуют социальное неравенство, их обладателем может стать каждый, все в такой одежде будут признаны и приняты в обществе. Например: *Yes; Let's go!; #Life; This is my happy face; The funniest thing about this T-shirt is that by the time you realize it doesn't say anything; It's too late for you to stop reading; Angels; I'm already against the next war; I'm so happy; Help save me!* Так, например, слоган «Спокой, но справедливый» мы включили в данную группу, поскольку он имеет позитивную коммуникативную тональность и демонстрирует открытость и желание человека установить контакт с другими людьми.

Следующим признаком можно считать гедонизм. Слоганы на одежде предполагают определённый посыл, связанный с наслаждением жизнью, и отражают цель людей радоваться настоящему, брать лучшее. Например: *Pizza Fries and a Mojito; Party Time; Enjoy hunting!; WTF Where's The Food?; Cool story babe... Now make me a sandwich; Улыбни свой улыбатор; На-ли-вай; Хватит париться, живи как нравится; Узбагойся! Озтынь!; Никто не украшает мужчину как удачно подобранная женщина; Я знаю пароль, я вижу банкомат, через несколько минут я стану богат.*

Помимо вышеназванных признаков глобализации в wear-дискурсе, слоганы на майках часто связаны с концептом ЕДА [3]. Современное общество

является обществом гурманов. Возникают новые виды еды, напитков. В слоганах люди хотят продемонстрировать свои вкусы, предпочтения. Например: *Basic Tee; Where's my champagne?; You want pizza-Yay; Pizza Fries and a Mojito; Beer Drinking Tattooed White Trash Biker; I hate shops and cafes; I'm not as thick as you drunk I am; Beer Goggles; Я знаю пароль, Я вижу ориентир, Еще 2 по 0,5 И я спасу мир!; Я знаю, где вы прячете конфеты!; Draniki.*

Также в современном wear-дискурсе часто актуализируется концепт Учёба и Студент. При этом оценивается качество обучения, воспитания, участники процесса обучения и воспитания. То, что глобализация влияет и на образование, можно доказать существованием различных программ обмена студентами, школьниками. Сегодня каждый может поступить в университет любой страны. Кроме того, ярким доказательством укоренения глобализационных тенденций является Болонский процесс, цель которого – создать единое европейское пространство высшего образования. В качестве примеров, демонстрирующих вербализацию данного концепта, можно привести следующие слоганы: *Student + Dying = Studying; Sorry, girls! Mummy said: no Dating till 18; My super power? Common sense; Back to school; Read books not T-shirts; Old English; I want you to speak English; Think less. Stupid more; Настоящий студент; Я студент, Срочно Требуется Уйма Денег Есть Нечего Тчк; Люди добрые, помогите кто чем может! Я студент!; Учёба, ты меня не бойся! Я тебя не трону!*

В слоганах на одежде широко представлен концепт Семья, где демонстрируется видение будущей семьи, отношения к браку, взаимоотношения между родственниками. Например: *No boyfriend, No dreams; I love my husband, I love my family; This guy loves his girlfriend; Who's the daddy?; Who's the baby?; My dad rocks; Мамина помощница; Любимая внучка; Территория охраняется мужем; Я красивая в маму, умная – в папу.*

Достаточно часто в wear-дискурсе вербализуется концепт ЛЮБОВЬ и СЕКС, что все вместе относится к категории взаимоотношения [2]. Через такие слоганы люди хотят сообщить о своих предпочтениях, взглядах на отношения, также имеют целью сообщить о наличии либо отсутствии партнёра. Например: *Like Band Boys; Bride Tribe; My girlfriend says I need to be more affectionate, so now I have two girlfriends; Romance without finance no chances; No boyfriend no problem; Ночую там, где меня любят; Плейбой; Разыскивается хороший мужик! Должен иметь счет в банке, хорошую тачку, большой опыт.*

Таким образом, мы можем выделить следующие признаки глобализации, которые проявляются в слоганах на одежде: билингвизм; чрезмерная прямолинейность; нейтрализация социального неравенства; гедонизм; раскрытие концепта Еда; актуализация концепта Учеба и Студент; вербализация концепта Семья; раскрытие концепта Любовь и Секс. Все эти признаки широко представлены как в англо-, так и в русскоязычном wear-дискурсе. Белорусскоязычный wear-дискурс, изучение которого сопряжено с трудностями поиска

фактического материала, обладает рядом особенностей, анализ которых представляется задачей дальнейшего исследования. Однако уже на данном этапе становится очевидным, что глобализация воздействует на многие сферы нашей жизни, в том числе на сферу бытовой коммуникации.

Список литературы

1. **Золин, А.В.** Понятие глобализации [Электронный ресурс] / А.В. Золин // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7, Философия. Социология и социальные технологии. – 2007. – № 6. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-globalizatsii>. – Дата доступа: 15.11.2016.
2. **Ивус, О.Н.** Базовые концепты слоганов на одежде сквозь призму оценочности [Электронный ресурс] / О.Н. Ивус // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2012. – № 2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/bazovye-kontsepty-sloganov-na-odezhde-skvoz-prizmu-otsenochnosti>. – Дата доступа: 16.11.2016.
3. **Лалетина, А.О.** Глобализация как объект лингвистических исследований [Электронный ресурс] / А.О. Лалетина // Политическая лингвистика. – 2011. – № 3. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy>. – Дата доступа: 16.11.2016.
4. **Coupland, N.** The Handbook of Language and Globalization / N. Coupland. – D Blackwell Publishing Ltd, 2010. – 662 p.