

## СЛОГАН НА ОДЕЖДЕ КАК РЕЧЕВОЙ АКТ

Варламова О.Н.,

научный руководитель д-р филол.наук Колмогорова А.В.

МНБОУ «Лицей № 104»

Объектом изучения в нашей работе является слоган на одежде. К.В. Киселев определяет слоган как общий термин для обособленных, запоминающихся, ярких, несущих смыслы рекламных фраз, в каком бы качестве и с какой бы целью они не использовались [3]. Предметом исследования является воздействующая сила слогана на одежде как речевого акта – целенаправленного коммуникативного действия, подразумевающего наличие адресанта и адресата, совершаемого в соответствии с принятыми в данном обществе нормами коммуникации; элементарной единицы языкового общения [4]. Речевой акт производится в определенной речевой ситуации и имеет сложную структуру: акт произнесения; построение высказывания по правилам грамматики данного языка; пропозициональный акт; иллокутивный акт, выражающий коммуникативную цель, перлокутивный эффект [4]. Под речевым актом обычно понимаются однофразовые высказывания. Слоган на одежде, будучи построенным с соблюдением грамматических правил языка, характеризуется связью с реальностью (адресант подразумевает то, чего он желает, о чем просит, чем интересуется; пропозиция может быть истинной или ложной), имеет определенную коммуникативную цель и вызывает перлокутивный эффект, который может состоять в вербальном, физическом или ментальном действии адресата. Поскольку слоган на одежде является письменным текстом, то актом произнесения можно считать момент его прочтения адресатом. Опираясь на вышеизложенное, мы можем считать слоган на одежде речевым актом, который актуализируясь в определенной речевой ситуации, часто отражает связь с происходящими событиями (рис. 1-5):



Рис.1



Рис.2



Рис.3



Рис.4



Рис.5

Опираясь на собранный материал, мы можем продемонстрировать несколько ситуаций, в которых слоган на одежде имел большое значение и повлек за собой определенные последствия. Так, некоторые слоганы послужили причиной ареста адресантов:

1) Француз Стефан да Сильва был осужден за оскорбление полицейских – создание марки одежды ВАК, главными слоганами которой являются «*brigade anti-keuf*» (команда против полицейских), «*brigade anti-keufs korompus*» (команда против коррумпированных полицейских), «ВАК» [5];

2) в Авиньоне были осуждены женщина и её брат за то, что одели трехлетнего мальчика по имени Джихад, родившегося 11 сентября, в футболку со следующими словами: «*Je suis une bombe. Jihad, né le 11 septembre* (Я бомба. Джихад, родился 11 сентября)» [5];

3) в Алжире были арестованы и избиты участники митинга, одетые в футболки с надписью «*Non au 4ème mandat*», настроенные против участия в выборах действующего президента страны [5].

Некоторым адресантам пришлось выплатить штраф за ношение на одежде определенного текста:

4) арестован, затем оштрафован житель Франции за надпись на футболке «*S.S.*» и ношение неонацистской символики [5];

5) оштрафован Житель Германии за слоган на майке «*Kritik an der Regierung: 100 Euro. Kritik am Zentralrat: 1000 Euro. Holocaustleugnung: unbezahlbar*» (Критика правительства: 100 евро. Критика Центрального совета: 1000 евро. Отрицание Холокоста: бесценно»;

6) за поклонение терроризму оштрафован житель Франции, одетый в футболку с надписью «*Ben Laden*» [5].

Есть и примеры незамедлительной реакции адресата на самопрезентацию с использованием слогана на одежде, в соответствии с требованием адресанта:

7) в Сен-Дени несколько десятков работников металлургической компании выступили с флагами, плакатами, футболками с требованием «*répartition du travail entre tous les sites sans perte de salaire*» (распределение труда между всеми филиалами без сокращения заработной платы). Президент Франсуа Олланд незамедлительно отреагировал на требования манифестантов и заявил о своем решении разобраться в ситуации [5].

На основании изученных примеров мы можем сделать вывод, что если человека могут посадить, арестовать за текст на одежде, значит, данный слоган приравнивается к действию, т.е. приобретает некоторые черты перформатива: лишенность признака истинности/ложности, аутореферентность, обладание модальностью реальности, совпадение с моментом речи (в данном случае имеется в виду акт прочтения текста другим человеком)

Трактуясь как совершение действия, поступка, каждый слоган представляет собой определенный речевой акт. Изучив слоганы на одежде, имеющие политический контекст, мы можем разделить их на следующие типы речевых актов (по классификации Дж. Серля):

Директивы - стремление говорящего побудить слушающего к совершению чего-либо:

«*Recase - toi Mr Président*» (устройся где-нибудь в другом месте, господин президент),

*Donne de la voix pour ceux qui n'en ont pas!* (дай голос тем, у кого его нет!)

*Юлі – волю!*

Репрезентативы - сообщения, утверждения о некотором положении дел:

*EuroМайдан;*  
*amis de Nicolas Sarkozy* (Друзья Николя Саркози);  
*je suis une bombe. Jihad, né le 11 septembre* (Я бомба. Джихад, родился 11 сентября)

Комиссивы – взятие на себя или возложение обязательств:

*Разом переможемо!* (Вместе победим!)

Декларативы - декларации, объявления; сообщения о каких - либо поступках, которые равносильны совершению поступков, действий;

Экспрессивы - выражения психического состояния адресанта, этикетное поведение по отношению к адресату (извинение, благодарность, приветствие).

Декларативов и экспрессивов в изучаемом материале не оказалось. Наибольшее количество слоганов представлено директивами и репрезентативами. Это позволяет нам сделать вывод о том, что для самопрезентации в этом контексте более важно побуждение к действию и отражение реальности, нежели этикетные формулы, или взятие обязательств.

Все рассмотренное выше помогает нам сделать вывод о том, что слоган на одежде является речевым актом. В политическом контекста чаще всего мы можем встретить такие типы речевых актов, как директивы и репрезентативы, поскольку побуждение к действию и отражение реальности и происходящих событий наиболее важны для адресантов. В определенной ситуации (митинг, акция протеста, собрание сторонников политического лидера) данные типы речевых актов могут произвести наибольший перлокутивный эффект, нежели экспрессивы, комиссивы, декларативы. Дальнейшее исследование слоганов на одежде в различных контекстах может позволить определить речевые и языковые особенности их употребления, создать речевой портрет автора высказывания.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ивус О.Н. Слоган на одежде как способ самопрезентации // Вестник ИГЛУ.- 2011. - С. 76-82.
2. Кенжебалина Г.Н. Лингвопрагматика: учебное пособие для студентов и магистрантов филологических специальностей / Г. Н. Кенжебалина. – Павлодар: Кереку, 2012. – 121 с.
3. Киселев, К.В. Политический слоган: проблемы семантической политики и коммуникативная техника/ К.В. Киселев. – Екатеринбург: Изд-во УрОРАН, 2002. - С. 24.
4. Стилистический энциклопедический словарь русского языка [Электронный ресурс]//Энциклопедии и словари. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/stylistic/Rechevo-akt-42.html>
5. TF1[Электронный ресурс]// - Режим доступа : <http://lci.tf1.fr/>