

The paper presents the study of language characteristics that demonstrate diffusion of analytical media genres. For this purpose the categories of evaluation and argumentation have been analyzed. The types of argumentative evaluative means and the peculiarities of their functioning in British analytical articles and reviews have been revealed.

А. Ф. Воловикова

Могилёв, МГУ имени А. А. Кулешова

ПРИЗНАКИ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В WEAR-ДИСКУРСЕ

В данной статье рассматривается языковое воплощение глобализационных процессов в слоганах на одежде. Глобализация раскрывается в англо-, белорусско-, англоязычном wear-дискурсе посредством использования англицизмов; апелляции к явлениям массовой культуры; «детабулизации». Таким образом, мы доказываем тот факт, что это явление сегодня весьма обширно и затрагивает разные сферы жизни.

В настоящее время процесс глобализации протекает чрезвычайно активно. Это связано не только с экономикой и политикой. Признаки данного явления имеют место в повседневной жизни и коммуникации.

В рамках настоящего исследования к wear-дискурсу мы относим слоганы на одежде. Уже несколько десятилетий многие молодые люди предпочитают покупать одежду с надписями. Приобретая такую одежду, человек, вероятно, имеет цель презентовать себя, однако сами слоганы доказывают принадлежность человека к глобализационным процессам [1].

Чтобы выявить, насколько выражены признаки данного явления в русско- и белорусскоязычном wear-дискурсе, мы сделали выборку слоганов на русском и белорусском языках и выборку надписей на одежде российского и белорусского производства. Источником для первой выборки стали различные ресурсы Интернета, для второй – онлайн-магазины производителей. Количество русскоязычных слоганов составило 150 единиц, белорусскоязычных – 52. Кроме того, было отобрано 75 слоганов на одежде российского производства и 205 – белорусского.

В процессе глобализации английский язык играет важную роль в качестве средства международного общения. В индустрии рекламы англицизмы применяются часто с целью влияния на покупателя и обращения покупки и продажи в свою пользу. Было установлено, что англицизмы у покупателей вызывают положительные ассоциации. Также благодаря одежде с иностранной надписью носитель может указать на свой уровень образованности [3]. Сами создатели одежды используют заимствования для продвижения своего товара на мировой рынок.

Помимо англицизмов и других заимствований, признаком глобализации в wear-дискурсе является апелляция к явлениям массовой культуры и использование ее артефактов. Сама массовая культура является доказа-

тельством проистекания данного процесса, поскольку отражает интересы и предпочтения огромной массы людей из разных стран. Массовая культура ориентирована не на личность, а на глобальное распространение своей продукции [2].

Под использованием явлений массовой культуры в wear-дискурсе мы понимаем слоганы с названиями популярных музыкальных групп, брендов, знаменитых персонажей, технологических достижений, уже вошедших в повседневный обиход. Примерами употребления таких массовых явлений можно считать следующие слоганы: *Let's rock!* (рок – заимствованное и популярное музыкальное течение, связанное с современным образом жизни); *Rock, Smells like teen spirit* (ссылка на популярную группу «Nirvana»); *Назаўжды Coca-Cola* (использовано наименование мирового бренда) и т.д. Производители используют данные массовые явления для стандартизации и распространения своего товара.

Существует мнение, что глобализация также характеризуется «детабулизацией», «в содержании запретительных норм в мировых культурах есть изменения» [4]. Сегодня наблюдаются изменения в традиционных запретах. Например, во взаимоотношениях между полами. Больше не осуждаются добрачные и ранние сексуальные отношения. Также не такое сильное негативное отношение вызывает однополая, групповая и свободная любовь. Данная тенденция может быть воплощена в том числе и в слоганах на одежде. Например, *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.*

Еще одним проявлением «детабулизации» можно назвать открытое использование ненормативной, обсценной лексики, сленговых слов. Данная тенденция реализуется не только в примерах из повседневной жизни, но и в сленгах на одежде. Например, *А чё я сразу?; Йа чоткий патсан; Осторожно! Здесь могут послать!*

Также глобально распространяется ценность молодости, что вызывает неприятие признаков старости и призыв к наслаждению жизнью посредством напитков, вечеринок. Лозунгом современности можно считать фразу «Жить одним днем». Например, *Forever young; Forever and ever and always and forever.* «Детабулизация, обусловленная глобализацией, распространяется как в определенных этнокультурах, так и в субкультурах, отражая изменения в базовых ценностных установках общества» [4]. Если ранее в русской и белорусской культурах нормой поведения была скромность, то сейчас отмечается показной характер, демонстративность поведения. Из слоганов в качестве примеров можно привести следующее: *Её величество Анна; Прыгажуня; Плохого человека Ярославой не назовут!; Number one!*

Таким образом, мы выделили некоторые признаки глобализации и подсчитали их процентное соотношение (таблица).

Частотность проявления отдельных признаков глобализации
в wear-дискурсе

| Тип слоганов (выборки) | Использование англицизмов и др. заимствований, % | Апелляция к реалиям массовой культуры, % | Вербализация признаков «детабулизации», % | Использование ненормативной, обценной лексики, % | Актуализация ценностных изменений в обществе, % |
|-------------------------------------|--|--|---|--|---|
| Слоганы на русском языке | 7 | 5 | 3 | 19 | 17 |
| Слоганы на одежде рос. производства | 92 | 8 | 0 | 2 | 19 |
| Слоганы на белорусском языке | 15 | 19 | 0 | 0 | 0 |
| Слоганы на одежде бел. производства | 98 | 11 | 2 | 12 | 17 |

Как следует из таблицы, основным признаком глобализации в wear-дискурсе является использование англицизмов и других заимствований. Англицизмы крайне распространены, поскольку английский язык является сегодня самым употребительным, а англоязычная культура самой популярной. Заимствования используются производителями для продвижения своего товара, бренда. Люди приобретают подобную продукции для презентации себя в качестве человека, границы которого выходят за пределы одного государства и культуры. Именно поэтому данный признак глобализации чаще всего встречается в слоганах на одежде российских и белорусских производителей.

Стоит отметить, что глобализация – крайне широкое явление, которое затрагивает не только экономику, политику, науку, но и общественную жизнь, ее нормы и общечеловеческие ценности. Данное явление проявляется и через «детабулизацию», которая находит отражение также и в wear-дискурсе. Более всего имеется слоганов, где нарушается норма речи и ценностей. Наименее всего наблюдается слоганов, где наблюдается призыв к нестандартным любовным отношениям. Стоит отметить, что среди слоганов на белорусском языке и белорусского производства наблюдается отсутствие тенденции к «детабулизации». Это подчеркивает ценностную ориентацию данной страны и стремление сохранить давние (более консервативные) нормы.

Как следует из табл., наблюдаются высокие показатели употребления слоганов, апеллирующих к явлениям массовой культуры. По нашему мнению, это неудивительно, так как данный вид культуры распространяется на глобальном уровне крайне быстро.

Следует отметить, что использование заимствований может вызвать проблему в интерпретации надписей. Например, производители неправильно трактуют значения некоторых слов, отчего могут возникать комические ситуации. Например, компания «Світанак» создала майку со словом “jerk”, которое переводится не только как ‘толчок’, но и ‘придурок’. Грамматические ошибки в сленгах также распространены. К примеру, в надписи «*Freedom USA*» (*Rus Одежда*) отсутствует определенный артикль.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что глобализация затронула как русско-, так и белорусскоязычный wear-дискурс. Однако не все обозначенные выше признаки глобализационных процессов находят отражение в исследуемом материале. Так, в белорусскоязычных слоганах отсутствуют проявления «детабулизации», актуализация ненормативной лексики и ценностных изменений в социуме. Таким образом, можно заключить, что белорусскоязычный wear-дискурс наименее восприимчив в распространению глобализационных признаков. В целом от выбора самих людей зависит, будут ли приняты иностранные веяния.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ивус, О. Н.* Слоган на одежде как способ самопрезентации / О. Н. Ивус // Вестн. Иркутск. гос. лингв. ун-та. – 2011. – № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/slogan-na-odezhde-kak-sposob-samoprezentatsii>. – Дата доступа : 16.02.2017.
2. *Киященко, Н. И.* Массовая культура и массовое искусство как глобальная проблема XXI века / Н. И. Киященко // Философия и общество. – 2003. – № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kultura-i-massovoe-iskusstvo-kak-globalnaya-problema-xxi-veka>. – Дата доступа : 16.02.2017.
3. *Пискарёва, А. А.* Язык немецкой рекламы в зеркале глобализационных процессов / А. А. Пискарёва // Пространство и время. – 2014. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-nemetskoj-reklamy-v-zerkale-globalizatsionnyh-protsessov>. – Дата доступа : 16.02.2017.
4. *Тульнова, М. А.* Табу в контексте глобализации / М. А. Тульнова // Политическая лингвистика. – 2010. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/tabu-v-kontekste-globalizatsii>. – Дата доступа : 16.02.2017.

This article considers globalization through the examples of slogans on clothes. In wear-discourse globalization is revealed through the following features: borrowings, using features of mass culture; “detabulisation”. In that way we prove the fact that nowadays this phenomenon is wide-spread and has influence on many fields of our life.