

ŻANNA SŁADKIEWICZ
Uniwersytet Gdański

ВСЁ ПУТЁМ: ТЕКСТИЛЬНАЯ ПУТИНИАНА КАК КОНТЕКСТУАЛЬНО ОБУСЛОВЛЕННЫЙ ПРОДУКТ



Рис. 1: http://xn--80ajbugbmq.xn--p1ai/1789i.Vse_putem_futbolka.htm

Во второй половине XX — начале XXI столетия наблюдается заметный поворот в системе гуманитарного знания — отход от интровертных исследований, направленных на изучение структуры языка, и обращение к коммуникативно-деятельностной организации человеческой речи, к функционированию языка во всем его разнообразии, к его погруженности в определенный контекст и обусловленности этим социокультурным фоном. Языковые явления рассматриваются, прежде всего, с перспективы лингвистической прагматики: «интерес к минимальным лингвистическим единицам сменился интересом к максимуму — тексту (дискурсу), рассматриваемому в его взаимодействии с прагматическими факторами»¹. Ставшее крылатым, классическое для российской лингвистики определение дискурса Нины Д. Арутюновой, как «речи, погруженной в жизнь»² точно и лаконично отражает эту глобальную языковедческую перспективу.

На сегодняшний день «дискурс» является одной из основополагающих категорий современного гуманитарного знания. Его исследованием, помимо общей лингвистики, занимаются

¹ Н.Д. Арутюнова, цит. по: О.С. Иссерс, *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*, КомКнига, Москва 2006, с. 13.

² Н.Д. Арутюнова, *Дискурс* // В.Н. Ярцева (ред.), *Лингвистический энциклопедический словарь*, Советская энциклопедия, Москва 1990, с. 136–137.

такие науки, как психолингвистика, социолингвистика, компьютерная лингвистика, философия языка, семиотика, логика, антропология, этнология, историография, теология, педагогика, политология и многие другие. В рамках самого языкознания наблюдается широкий спектр всевозможных интерпретаций рассматриваемого термина в различных ракурсах³.

Широкое понимание дискурса как «текста в неразрывной связи с ситуативным контекстом, определяющим все то, что существенно для порождения данного высказывания/текста, в связи с системой коммуникативно-прагматических и когнитивных целеустановок автора, взаимодействующего с адресатом»⁴ отсылает нас к одному из ключевых понятий современной лингвистики — к о н т е к с т у. На необходимость учета в лингвистических исследованиях порождающей силы контекста указывал еще Луи Ельмслев:

[...] любая сущность, а, следовательно, также и любой знак определяется относительно, а не абсолютно, и только по своему месту в контексте [...]. В абсолютной изоляции ни один знак не имеет какого-либо значения; любое знаковое значение возникает в контексте...⁵.

В том же ракурсе Алексей Ф. Лосев отмечал, что истинный смысл высказывания может быть понятен только в контексте речи: «Значение знака есть знак, взятый в свете своего контекста»⁶.

В кодифицированных источниках можно найти разнообразные толкования рассматриваемого термина — от узких, собственно лингвистических дефиниций контекста, как в словарях Александра А. Князева или Виктории Н. Ярцевой⁷, до широких,

³ См. об этом подробнее: Ж.Р. Сладкевич, *Политический фельетон в свете теории речевого воздействия*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013, с. 17–20.

⁴ В.Е. Чернявская, *Дискурс* // М.Н. Кожина (ред.), *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*, Флинта, Наука, Москва 2003, с. 54.

⁵ Л. Ельмслев, *Пролегомены к теории языка*, пер. Ю.К. Лекомцева, «Новое в лингвистике» 1960, вып. 1, с. 303.

⁶ А.Ф. Лосев, *Знак. Символ. Миф*, Издательство Московского Университета, Москва 1982, с. 61.

⁷ Контекст — (от лат. *contextus* — соединение, связь) фрагмент текста, включающий избранную для анализа единицу, необходимый и достаточный для определения значения этой единицы, являющегося непротиворечивым по отношению к общему смыслу данного текста. Другими словами, это полноценный фрагмент текста, позволяющий понять изначальное зна-

включающих социальную, культурную, историческую среду генерирования текста⁸. В качестве рабочего прием определением Александра К. Киклевича, понимающего в общем виде под контекстом «окружение единицы, языковую или внеязыковую (экстралингвистическую) среду ее функционирования»⁹.

Существуют различные типологии контекстов. Так, Андрей А. Вербицкий выделяет внешний по отношению к речи контекст (физическое окружение) и внутренний, собственно речевой, а также социальный и субъективно-психологический контексты¹⁰. Частными подвидами общего коммуникативного контекста в классификации Виктора Я. Мыркина являются: 1) лингвистический, 2) паралингвистический, 3) ситуативный, 4) психологический, а также 5) контекст культуры¹¹. Близкой к последней и, как представляется, исчерпывающей является типология видов широко понимаемого контекста, предложенная Александром Киклевичем¹²:

— культурный, в т.ч. идеологический контекст, включающий знания о мире, убеждения, верования и ориентиры;

— ситуационный контекст — конфигурация коммуникативной ситуации (участники, наблюдатели, сцена, атрибуты);

чение содержания включенной в этот фрагмент единицы — А.А. Князев, *Энциклопедический словарь СМИ*, Издательство КРСУ, Москва 2002, <http://voluntary.ru/dictionary/1105/word/kontekst> (30.09.2015). См. также: В.Н. Ярцева, *Лингвистический энциклопедический словарь*, Языкознание, Москва 2002, с. 473.

⁸ Контекст — набор характеристик, которые уточняют условия существования данного феномена, подлежащего изучению, т.е. локализуют события и процессы в пространстве и времени. Контекст представляет собой набор особых условий, в рамках которых происходят описываемые события или действия (Т.Е. Зерчанинова, *Социология. Словарь*, Уральская академия государственной службы, Екатеринбург 2006, <http://voluntary.ru/dictionary/1107> (02.10.2015); то же определение контекста: В. Семенова, *Качественные методы: введение в гуманитарическую социологию: глоссарий к книге*, Добросвет, Москва 1998, <http://voluntary.ru/dictionary/588/word/kontekst> (02.10.2015).

⁹ „W najogólniejszym rozumieniu kontekst to otoczenie jednostki, językowe lub pozajęzykowe (tzw. ekstralingwistyczne) środowisko jej funkcjonowania” (A. Kikiewicz, *Czwarte królestwo. Język a kontekst w dyskursach współczesności*, PWN, Warszawa 2012, с. 112).

¹⁰ А.А. Вербицкий, *Активное обучение в школе: контекстный подход*, Высшая школа, Москва 1990, с. 118.

¹¹ В.Я. Мыркин, *Типы контекстов. Коммуникативный контекст*, «Филологические науки», 1978, №1, с. 97.

¹² А. Kikiewicz, *Czwarte królestwo...*, с. 127 и далее.

- социальный контекст, т.е. межличностные отношения в речевых актах (равенство, дружба, партнерство, подчинение и т.п.);
- интенциональный контекст, отражающий намерения коммуникантов, проецирующий последовательность коммуникативных шагов и их эффекты;

— литературный контекст — сфера интертекстуальных связей.

Таким образом, можно заключить, что любой текст является продуктом, порожденным определенным контекстом, отвечающим на языковые ожидания партнеров общения и призванным реализовать конкретные коммуникативные задачи.

Следует отметить, что в настоящее время происходит или уже произошла смена «языковых вкусов», предпочтительными становятся иные варианты речевого поведения. Современная публичная коммуникация ориентирована на поддержание легкого, шуточного общения, доступность, демократичность, повышенную экспрессию, соответствие актуальной речевой моде. В сфере публичной коммуникации на первый план выступают следующие тенденции:

- персонализация коммуникации, усиление личностного начала;
- повышение эмоционально-оценочной плотности сообщений;
- активизация смеховой карнавальной стихии;
- травестирование культурных кодов, установка на интертекстуальность, релятивизм, игру;
- демократизация и установка на полифонию, диалог;
- конвергенция, взаимопроникновение сфер личной и публичной коммуникации;
- семантическая диффузия, размытость и неопределенность;
- усиление фатической (контактоустанавливающей и контактоподдерживающей) функции сообщений;
- в значительной степени девиационный характер языкового поведения;
- развлекализация и общая установка на раскрепощенность¹³.

¹³ См. об этом: Ж. Сладкевич, *ВСЕ БАБЫ КАК БАБЫ, А Я — БОГИНЯ: принты на футболках как фатический текст*, w: M. Grabska, Ż. Śladkiewicz (red.), *„Mówimy, jak mówimy...” Gdzie ukryta jest potoczność?*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2015, s. 87–107; A. Kikiewicz, *Czwarte królestwo...*, s. 123; K. Ożóg, *Język współczesnej młodzieży — między kodem*

В современном публичном дискурсе очевидна тенденция к расширению диалогического принципа организации коммуникации¹⁴. Коммуникативная полифония предполагает организацию текста таким образом, чтобы можно было установить контакт с реципиентом, вовлечь его в коммуникативное пространство, подать сигнал о своей принадлежности к той или иной общественной группе, передать определенный образ себя и оказать планируемое речевое воздействие на адресата. В этой связи Вадим В. Дементьев обращает внимание на появление в современной коммуникации новых сфер фатического общения и вторичных фатических жанров¹⁵. К последним можно отнести принты на повседневной одежде, анализируемые в данной статье.

Одежда в современном мире стала одним из главных средств самовыражения людей, прежде всего молодежи. Футболка с принтом позволяет не только отдать дань моде, она отражает многочисленные социальные изменения и может быть эффективным средством проявления своей индивидуальности. Надпись на одежде имеет весомую коммуникативную направленность, несет значительную эмоциональную и смысловую нагрузку¹⁶. Помимо коммерческих реквизитов и узнаваемой иконической части, принт может содержать вербальную часть, обусловленную актуальным контекстом и соответствующую мировосприятию носящего такую одежду человека.

Надписи на одежде известны еще со времен античности¹⁷. В новое время, в 60-е гг. XX столетия — период раскрепощенности, породивший поколение «детей солнца», — одежда, помимо своего утилитарного предназначения, стала транспарантом (зачастую выполненным вручную), позволяющим выразить общественный протест или призыв («Stop the War», «Save the earth!»),

ograniczonym a kodem rozwiniętym, w: *Polszczyzna przelomu XX i XXI w. Wybrane zagadnienia*, Otwarty Rozdział, Rzeszów 2007, с. 198; А. Skudrzyk, *Czy zmierzch kultury pisma? O synestezji i analfabetyzmie funkcjonalnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005, с. 58.

¹⁴ Подробнее: Ж. Сладкевич, *ВСЕ БАБЫ КАК БАБЫ...*, с. 90.

¹⁵ В.В. Дементьев, *Фатические речевые жанры*, «Вопросы языкознания» 1999, №1, с. 37–55.

¹⁶ Подробнее: В.И. Беликов, *Социолингвистика*, Российский государственный гуманитарный университет, Москва 2001.

¹⁷ См. об этом подробнее: А. Васильев, *Мода вчера и сегодня. Надписи на одежде*, 05.11.2008, <http://tv.russia.ru/video/vasilievnapdpsi/> (23.09.2015).

«Peace and love»), заявить о своей индивидуальности, воззрениях и вкусах. Владелец майки с принтом в каком-то смысле солидаризируется с надписью, становится её проводником в публичную сферу общения.

Необычайный рост популярности принтов на повседневной одежде, наблюдаемый в России¹⁸ сегодня, можно объяснить факторами разного характера¹⁹:

— технологического — высокое развитие современных печатных технологий, позволяющих в считанные минуты перенести любое изображение и текст практически на любой материал; развитие технологий 3D-печати; производство сверхстойких красок широчайшего цветового спектра; снижение стоимости услуг индивидуальной печати на одежде;

— социологического — стремление к индивидуализации, к выделению из толпы в эпоху массового производства стандартизированных однотипных товаров, реализуемых в сетевых магазинах; потребность в идентификации с микро- и макросоциальной группой (ровесников, музыкальных фанатов, футбольных болельщиков, защитников отечества, руководящей партией и т.п.);

— психологического — потребность в эксплицитном декларировании своих позиций; стремление сигнализировать окружающим свое психологическое состояние, например, жизнелюбие, оптимизм, позитивное мировосприятие (и прочитывать то же в надписях на одежде наших сокоммуникантов).

¹⁸ В данной статье речь идет о русскоязычных принтах. Исследователи отмечают обостренную коммуникативность и исповедальность как специфику русской национальной коммуникации, базовой ценностью которой является «душа нараспашку», «разговор по душам» (см.: А. Вежицкая, *Русские культурные скрипты и их отражение в языке*, «Русский язык в научном освещении» 2002, № 2(4), с. 6–34; В.В. Дементьев, *Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и грамматике*, Глобал Ком, Москва 2013, с. 9–10; М.С. Уваров, *Текст как исповедь // Язык и текст: Онтология и рефлексия. Материалы к I Междунар. философско-культурологическим чтениям*, ЭЙДОС, Санкт-Петербург 1992, с. 1–12). В Польше футболки с текстовыми принтами становятся также все более популярны, однако здесь преобладают англоязычные надписи или семейные, праздничные [okolicznościowe] и шуточные принты на польском языке. Принты патриотического и политического содержания представлены в узком диапазоне.

¹⁹ См.: Ж. Сладкевич, *ВСЕ БАБЫ КАК БАБЫ...*, с. 91; *Dlaczego koszulki z nadrukami stały się bardzo popularne*, <http://kwiklogo.pl/artykuly/17-dlaczego-koszulki-z-nadrukami-sta%C5%82y-si%C4%99-tak-bardzo-popularne.html> (20.06.2015).

Являясь безусловным продуктом своего общества, надписи на одежде динамичны, носят порой сиюминутный характер, претерпевают изменения, приобретают или утрачивают актуальность. Сегодня, пожалуй, в России не встретишь людей, носящих майку «Prodigy», «Nostalgie», «Евровидение в России», зато надписи «Сочи-2014» или «Я — русский!» сегодня весьма популярны. Можно заключить, что тексты принтов являются своеобразной коммуникативной реакцией на динамику социального-политического, культурно-языкового и литературного контекстов, отражают мироощущение и мировоззрение людей, их носящих, и общества в целом.

В качестве материала для настоящей статьи нами было проанализировано 120 русскоязычных надписей на футболках и толстовках, размещенных на сайте наиболее крупных российских сервисов онлайн-печати — всемайки.ру; майки-в-подарок; МореМаек — в рубриках «лучшие продажи», «я русский!», «Путин», «новинки», а также на других веб-страницах (см. источники). Интернет-магазины предлагают широкий выбор всевозможных маек с готовыми надписями для людей разного возраста, пола и увлечений более чем в сорока пяти категориях. Таким образом, футболка с принтом становится своеобразным зеркалом, проецирующим личную сферу в пространство текущей публичной коммуникации.

Будучи ограниченными рамками данной статьи, рассмотрим лишь русскоязычные принты, являющиеся эксплицитной реакцией на текущий социально-политический контекст и представляющие образ президента России Владимира Путина, иными словами, «текстильную путиниану»²⁰. Полифоническая и фасцинативная направленность таких принтов акцентирована лингвориторическими и метаграфическими средствами. Рассмотрим их подробнее.

В настоящее время в любом из киосков России, не упоминая уже о пунктах торговли «туристическим» ассортиментом, мож-

²⁰ Иные, сатирические, воплощения «путинианы» автор рассматривал в других научных статьях: Ж. Сладкевич, *Идеологический концепт «президент России» в современном русском политическом фельетоне*, „Przegląd Rusycystyczny” 2013, №3 (143), с. 118–136; Ż. Śladkiewicz, *Car, żołdak, karzeł... Putin w rosyjskim felietonie politycznym*, „Opcje” 2013, nr 3, с. 98–106; Ж. Сладкевич, *Сказочная путиниана в современной карикатуре*, w: J. Mampe, Ł. Owczinnikowa (red.), *Socjolingwistyczne badania w teorii i praktyce. Ujęcie interdyscyplinarne*, т. 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2015, с. 56–76.

но приобрести майки, толстовки, кепки и различные гаджеты с изображением президента России. Следует отметить, что данная продукция не только пользуется спросом у приезжих иностранцев, но прежде всего обслуживает внутренний рынок. Несомненно, такое предложение текстильной промышленности продиктовано напряжением на международной политической сцене, конфликтом на Украине, санкциями против России, а также ростом гражданской активности российского населения.



Рис. 2: Фото с сайта: Футболки с Путиным, <http://nibler.ru/photo/28174-futbolki-s-putinym.html>

В июне 2014 года на информационный сайт Nibler.ru поступило сообщение, что в ГУМе стартовала продажа дизайнерской коллекции футболок «Всё путём» с изображением президента России Владимира Путина. Представленная линейка текстильных изделий включала 15 принтов, где глава российского государства предстаёт в роли моряка, военного, туриста и т.д. Футболки были упакованы в красивые тубусы с логотипом «Все путем» и портретом президента. По словам организаторов проекта, «идея создания коллекции была навеяна недавними политическими и спортивными событиями — присоединением Крыма к РФ, проведением XXII Олимпийских зимних игр в Сочи»²¹. Посетители ГУМа, отстояв в огромных очередях, за три дня раскупили около 5000 маек новой серии. «Вот это, что называется ‘попали в точку’ и ‘зацепили’ общество!», — заключает репортер информационного сайта «Оптимист»²².

²¹ Футболки с Путиным, <http://nibler.ru/photo/28174-futbolki-s-putinym.html> (22.09.2015)

²² Следует отметить, что молодежный бренд «ANYAVANYA» создал коллекцию патриотических принтов, изображающих победы России и ее героев. Байкеры, устроившие 9 мая мотопробег и возложившие к вечному огню цве-

На конец сентября 2015 года только на сайте одного интернет-магазина — МореМаек.рф — нами было зафиксировано 80 вариантов принтов с изображением Путина. Причину высокой востребованности «текстильной путинианы» основатели сайта видят в том, что

многие хотят таким образом поддержать Владимира Владимировича, которого Америка пытается представить в качестве тирана, диктатора и настоящего монстра. Причем поддержка идет не только со стороны россиян. Оригинальные футболки с изображением Путина купить хотят и заграничные граждане, также недовольные политикой Соединенных Штатов в отношении России²³.

Поскольку в значительной степени текстиль такого рода — это социальный заказ, языковые ресурсы принтов подчинены главной задаче — повышению популярности и укреплению авторитета главы государства. Происходит абсолютизация роли президента России в мировой политике, героизация его личности, позиционирующей как харизматичный лидер, непревзойденный стратег, мудрый политик, превосходный спортсмен и просто надежный человек, на которого можно положиться в любой ситуации. Позитивный образ формируется за счет использования определенных лингвориторических приемов. Рассмотрим их подробнее.

1. Употребление фраз констатирующей семантики, проникнутых эмпатией; использование эмфатических (эмоционально повышенных) оборотов речи и слов; превосходной степени во фразах декларативного характера (функцию суперлатива в тексте принта могут играть заимствованные лексемы *супер*, *мега*, *экстра*; употребление положительно маркированных эпитетов, как *настоящий*, *хороший*, и единиц, семантизирующих принадлежность объекта к «своему кругу», сфере-МЫ:

«Путин не подведет»

«Наш президент»

«Мой президент» (Путин обнимает любимого лабрадора);

«Наш человек»

ты в память о дне Победы, одеты были в футболки «самый вежливый человек», представляющие В.В. Путина — *Патриотичные футболки России* — «Все путем!», <http://oppps.ru/patriotichnye-futbolki-rossii-vse-putem.html> (22.09.2015).

²³ *Футболки для патриотов*, http://xn--80ajbugbmq.xn--p1ai/51c.Futbolki_s_Putinym.htm?os=120 (10.11.2015).



Рис. 3: <http://xn--80aafisfhekzciq.xn--p1ai/product/manshort/497888?color=white&pair=man>

- «Наша гордость»
- «Настоящий рыбак»
- «Знатный охотник»
- «Вова все может» (изображение Путина в кимоно)
- «Путин хорошо!» / «Putin is good»
- «Самый влиятельный человек»
- «ВВП рулит!»
- «Путин номер один» / «Putin is numero uno»
- «Vladimir is real man»

2. Эксплицируется увлечение Путина дзюдо, хоккеем, рыбалкой, охотой, конной ездой. Путин позиционируется как человек-победитель, всесторонне развитый, одаренный и дисциплинированный.



Рис. 4: <http://www.vsemayki.ru/product/manshortfull/711418?color=white>



Рис. 5: <http://www.vsemayki.ru/product/manshortfull/711415?color=white>

ВСЕ ПУТЕМ: ТЕКСТИЛЬНАЯ ПУТИНИАНА...



Рис. 6: <http://www.vsemayki.ru/product/manshortfull/711421?color=white>

3. Квази-цитаты президентской речи, приписываемые Путину, демонстрирующие твердость и непоколебимость его идейной позиции, его решений по защите Российской Федерации:

«Чужого не надо, своего не отдадим!» (изображение Путина в военной форме)

«Я верю в рубль!» (улыбающийся Путин)

«Прекратить базар!»

«Друзей не бросаю»

«Прорвемся!»

«Все под контролем»

«Все идет по плану!»

«Все будет как надо!»

«Родину любить модно (В.В. Путин)»

«Мы на коне!» (изображение Путина верхом на лошади)



Рис. 7: <http://www.vsemayki.ru/product/manshort/544543?color=blue&pair=man>

4. Четкое обозначение идеологической позиции субъекта речи, в данном случае носящего такую футболку человека. Слова эмоциональной оценки и другие средства выражения субъективности выстраивают заданный адресатом коммуникативно-

стилистический фон сообщения. Фразы при этом, как правило, носят декларативный, категоричный характер:

- «Голосую за Путина»
- «Я люблю Путина» / «Я ♥ Путина»
- «Я за Путина»
- «Друг Путина»
- «Мы верим в Путина»
- «Респект за Крым!» / «Спасибо за Крым»

По словам Виктора И. Шаховского, приметой нашего времени является использование в публичном дискурсе «лексики, заряженной преимущественно отрицательными эмоциями, которые отражаются в семантике, коннотациях и ассоциациях используемых слов, коррелируют с определенной категориальной ситуацией российского социума»²⁴. Согласно Сергею А. Кошкину, важнейшими особенностями современного политического дискурса являются медиатизированность, манипулятивный характер, стремление к визуальности и театральности и, непременно, агональность содержания (от греч. «агон», в переносном значении — бескомпромиссный спор, столкновение мнений)²⁵. Целью агональной коммуникации является

установление интеллектуального превосходства, достижения морального удовлетворения (в споре), установление психологического превосходства, доминирования в межличностных отношениях, победа на выборах, в игровом шоу или в судебном заседании, влекущие за собой материальный или статусный выигрыш²⁶.

Принт политического характера, как и любой воздействующий текст, не нейтрален — он всегда оценочно заряжен. В значительной степени языковая природа «политических» принтов нередко сродни речи аффективной, когда коммуниканты находятся в отрицательном эмоциональном состоянии. Этим обусловлено обилие в анализируемых текстах речевых оценочных

²⁴ В.И. Шаховский, *Новые контекстуальные понятия российских СМИ // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов: Материалы Второй международной науч. конф.*, Издательство ВолГУ, Волгоград 2007, с. 764.

²⁵ С.А. Кошкин, *К вопросу о специфике современного российского дискурса*, «Вестник военного университета» 2009, №3, <http://www.naukaixi.ru/materials/117/> (25.09.2015).

²⁶ В.В. Дешевова, *Агональность в телевизионном дискурсе*: Автореф. дис. [...] канд. филол. наук, Волгоградский государственный педагогический университет, Волгоград 2010, с. 3.

средств, выражающих экспрессию широкого спектра. Распространенной коммуникативной тактикой в надписях идеологического характера на футболках является угроза:

«Порву за Путина!»

«Я за Вову всех порву!»

«Путин (изображение президента — Ж.С.): кто нас обидит, тот трех дней не проживет!»



Рис. 8: http://xn--80ajbugbmq.xn--p1ai/1726i.Nash_otvet_na_sankcii_SShA.htm

(Надпись на футболке: «Наш ответ на санкции США»)

5. Следует отметить, что, помимо панегирического, декларативного или агрессивного характера, значительная часть принтов с изображением Путина пронизана иронией. Тексты, проникнутые иронической тональностью, представляют более «мягкий», по сравнению с вербальной агрессией, способ выражения осуждения и неприятия чьей-либо позиции. Смех не так враждебен, но, по сути реализует те же задачи, что и «агрессивные» тексты, создает у собеседника впечатление легкого и беззлобного общения. Сергей И. Виноградов юмор и иронию считает составной частью кооперативной неконфликтной стратегии²⁷. Более того, смеховое начало таких принтов выполняет аттрактивную функцию, его можно отнести к действенным фатическим средствам. Суть иронии заключается в расхождении поверхностного и глубинного семантических пластов, когда эксплицитно выраженное позитивное отношение к объекту в контексте и конситуации корректируется и воспринимается сознанием адресата как негативное²⁸. В контекстуально обусловленных принтах рассматри-

²⁷ С.И. Виноградов, О.В. Платонова, *Культура русской речи*, 1999, http://sbiblio.com/biblio/archive/graudina_shiryaev_spiking_culture/8.aspx (25.09.2015).

²⁸ „Ironia jest specyficzną formą oceny negatywnej. W tekście nadawca określa swój punkt widzenia w taki sposób, że świadomość językowa odbiorcy kwalifikuje go jako wartościujący dodatnio, a kontekst i szerszej sytuacji komunikatywna korygują go tak, że musi być on odczytany jako wartościujący ujemnie. Pragmatyczna funk-

ваемой группы наиболее распространенным приемом сигнализации иронии является вербализация гипертрофированно пиететного отношения к Путину, возведенному в статус монарха, богоносца (рис. 9), сверхчеловека или русского богатыря:

«Путин Первый»

«Спаситель России»

«Рэмбо отдыхает» (Путин-Рэмбо с оружием в окружении медведей, военных машин и вертолетов)

«На страже отечества» (изображение Путина как крутого ковбоя)

«Армия России» (изображение Путина в военной форме)



Рис. 9: <http://www.vsemayki.ru/product/manshort/444029?color=white&pair=man>

Принты на одежде можно отнести к креолизованному (семиотически осложненному, поликодовому²⁹) типу текстов, в которых когнитивные структуры актуализируются не только через языковую проекцию, но и через визуально-графические образы, что указывает на сложную систему кодирования таких текстов. Иконическая часть принта выполняет несколько базовых функций: привлекает внимание (аттрактивная функция); выражает чувства адресанта и воздействует на эмоции адресата (экспрессивная функция); частично воспроизводит либо дополняет вербальный текст в виде наглядных, чувственно воспринимаемых образов (иллюстративная функция) либо контрастирует

cja ironii polega na zasygnalizowaniu wartościowania, i to zawsze wartościowania pejoratywnego. Ironiczna drwina przejawia się na ogół w formie wyrażen pochwalnych, implikujących jednakże osąd negatywny” — M. Sarnowski, *Deminutivum jako znak ironii*, w: J. Puzynina, J. Bartmiński (red.), *Wartości w języku i tekście*, t. 3, Język a kultura, Wrocław 1991, s. 41).

²⁹ М.А. Ищук, *Гетерогенный текст: функции его составляющих*, «Вестник ТвГУ», Серия ФИЛОЛОГИЯ, Выпуск «Лингвистика и межкультурная коммуникация» 2008, №13, с. 176–182.

ВСЕ ПУТЕМ: ТЕКСТИЛЬНАЯ ПУТИНИАНА...

с ним. Так, визуальный фон, содержащий советскую атрибутику или образ Путина-хипстера, детерминирует восприятие вербального ряда в смеховом ключе:



Рис. 10: <http://xn--80aafisfhekzciq.xn--p1ai/product/manshort/508801?color=black&pair=man>



Рис. 11: <http://xn--80aafisfhekzciq.xn--p1ai/product/manshort/665548?color=white&pair=man>

Юмористической и иронической тональностью проникнуты констатирующие или эмфатические фразы декларативного, лозунгового характера:

«Все будет хорошо. Я у Путина узнавал»

«Сила в Путине. У кого Путин, тот и сильнее»

Комический эффект вызывают принты, смысловая структура которых основана на каламбуре:

«А оно Вам НАТО? (надо-НАТО)»

«Р/ЭВОЛЮЦИЯ»



Рис. 12: <http://www.vsemayki.ru/product/manshort/497873?color=lightgray&pair=man>

Эффективным смеховым ресурсом, как и в целом характерной чертой эпохи языкового карнавала, является интертекстуальность, т.е. тяга к цитированию, прямому и искаженному, обыгрывание и трансформация прецедентных единиц, «общий дух травестирования и пародийного отстранения»³⁰.

³⁰ М. Айзенберг, *Власть тьмы кавычек*, «Знамя», 1997, №2, с. 214.

Сегодня под «интертекстуальностью» понимается «особый прием, состоящий в преднамеренном, сопровождающемся специальными речевыми сигналами, использовании чужого текста или его сегмента»³¹. Текст-источник или прецедентная ситуация могут быть актуализированы в принте в неизменном или трансформированном виде, причём иконическая часть сообщения служит, как правило, не столько иллюстрацией, сколько дополняющим и смысло модулирующим элементом (рис. 13):

«Путин — наше ВСЁ»³²

«Путин и всё»

«Make love, not war (изображение Путина, показывающего знак «виктории»)»

«Взгляд в светлое будущее (изображение Путина в полупрофиль)»

«Big Brother is watching you (изображение Путина, смотрящего в упор)»



Рис. 13: http://xn--80ajbugbmq.xn--p1ai/1990i.Nas_ne_dogonyat.htm



Рис. 14: http://xn--80ajbugbmq.xn--p1ai/2023i.Futbolka_vezhlivye.htm

Отдельного комментария заслуживает принт, изображающий Путина в военной или камуфляжной форме с подписью Вежливый человек (рис. 14) / Самый вежливый из людей. «Вежливые люди» («зелёные человечки») — это интернет-мем, эвфемизм для обозначения военнослужащих Вооружённых Сил Российской Федерации в военной форме без знаков различия, блоки-

³¹ Н.Н. Попкова, *Доминанты идиостиля поэта-ирониста: на материале текстов Игоря Иртеньева*: Дис. канд. филол. наук, Уральский государственный университет, Екатеринбург 2007, с. 124.

³² Фраза, широко тиражируемая в масс-медиа и особенно в Интернет-пространстве, может восходить к фельетону А. Дубнова, *Как я оказался рядом с «нашим везде», «Свободная Азия»* 2007, <http://freeas.org/?nid=7520> (20.08.2014).

ровавших стратегические объекты в Крыму во время крымского кризиса: «Примерно в час ночи захвачен аэропорт Симферополя — теми же людьми. С оружием, крепкие, в такой же одежде. Начальник охраны сообщил, что его людей вежливо попросили выйти», — сказал собеседник агентства³³. Термин «вежливые люди», введенный в оборот 28 февраля 2014 года блоггером «Живого Журнала» Борисом Рожиным (ник: colonelcassad), получил распространение с начала марта 2014 года³⁴. Таким образом, в принте «самый вежливый человек» имплицирован намек на маскируемую военную агрессию Российской Федерации в Крыму, инициированную ее президентом.

Помимо набивок с изображением Путина, в России популярны сегодня принты, являющиеся реакцией на актуальную языковую и культурную ситуацию в России, принты группы «Я — РУССКИЙ!», в большинстве своем выпукло представляющие гиперонимическую оппозицию «свои—чужие», а также принты, обыгрывающие популярные стереотипы на тему России³⁵. Значительная часть надписей на одежде отражает резкий рост частотности обращений в публичном дискурсе к традиционным образам России (агрессивный русский медведь, автомат Калашникова, газопровод, икра, шапка Мономаха) и представлению ее в искаженном свете стереотипа.

Таким образом, в последние декады в современной лингвистике, отличающейся антропо- и контекстоцентризмом, внимание исследователей сосредоточено на прагматиконе коммуникантов и широко понимаемом окружении порождаемого текста. Для языка принта как контекстуально обусловленного жанра публичной коммуникации наиболее существенными представ-

³³ О. Кашин, *Вежливые люди с пушками*, «Open Democracy» 16.04.2014, <https://www.opendemocracy.net/od-russia/%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%B3-%D0%BA%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD/vezhliviye-lyudi-s-pushkami> (05.10.2015).

³⁴ *О происхождении «вежливых людей»*, <http://colonelcassad.livejournal.com/1500222.html> (05.10.2015); см. подробнее: Ж. Сладкевич, *ВЕЖЛИВЫЕ ЛЮДИ: к вопросу о концепте и контексте* // Ż. Śladkiewicz, A. Klimkiewicz (red.), *Perswazja językowa w różnych dyskursach*, t. 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2016 (w druku).

³⁵ Анализу таких принтов посвящена статья Ж. Сладкевич, *Я — РУССКИЙ!, или одежда с принтом как способ выражения национальной и культурной идентичности*, w: А. Нау, Ż. Śladkiewicz, K. Wądołowska Lesner (red.), *W poszukiwaniu tożsamości językowej*, t. 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2016, s. 121–140.

ляются прагматическая, индексальная (социально идентифицирующая отправителя), экспрессивная и фатическая функции³⁶. Главной интенцией обладателей одежды с такого рода принтом является привлечение внимания других участников коммуникативного пространства, вызов улыбки или вербальной реакции, подача сигнала о своей социальной принадлежности и гражданской позиции. Основными видами тональности, актуализированными в печатных текстах на одежде, являются юмористическая, ироническая и агрессивная тональности. К ключевым приемам текстообразования можно отнести обыгрывание различных культурных и языковых кодов, актуализацию графической и иконической стороны сообщения.

Żanna Śladkiewicz

ВСЁ ПУТЁМ: TEKSTYLNA „PUTINIANA”
JAKO PRODUKT UWARUNKOWANY KONTEKSTOWO

Streszczenie

Artykuł porusza zagadnienie kontekstu i jego typologii. Autorka analizuje współczesne nadruki na T-shirtach z wizerunkiem Władimira Putina jako produkt uwarunkowany aktualnym kontekstem społecznym i politycznym. Przybliża lingwistyczne, retoryczne i graficzne sposoby kreowania wizerunku prezydenta Rosji w fatycznym gatunku komunikacji publicznej, jakim jest nadruk na ubraniu.

Żanna Śladkiewicz

ВСЁ ПУТЁМ: TEXTILE “PUTINIANA”
AS A CONTEXTUALLY CONDITIONED PRODUCT

Summary

The paper deals with the notion of context and its typology. The author analyzes modern prints on T-shirts representing Vladimir Putin as the product conditioned by the current socio-political context. The article presents the linguistic and rhetorical methods as well as graphical representation of the image of the President of Russia in the phatic genre of public communication, which is print on clothes.

³⁶ Расширенную типологию функций языка с учетом таких факторов, как действительность, языковой субъект, характер интеракции, дискурс, конвенция и языковая ситуация, предлагает профессор Александр Киклевич, выделяя двенадцать основных функций (А.К. Киклевич, *Динамическая лингвистика: между кодом и дискурсом*, Гуманитарный центр, Харьков 2014, с. 61–78).