

УДК 81'1:81'373.2

І. С. Гаврилюк,

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, м. Суми

**СЕМАНТИКА І ФУНКЦІЇ ОНІМІВ У ПРОТЕСТНИХ ГАСЛАХ
(НА ПРИКЛАДІ ГАСЕЛ ТРАВНЕВИХ ПРОТЕСТІВ 1968 РОКУ У ФРАНЦІЇ)**

Стаття присвячена проблемам значення і функціонування власних назв у гаслах травневих протестів 1968 року у Франції. Семантика оніма розглядається у межах семантики кожного конкретного гасла та більш широкого контексту. Окрім типової ідентифікаційної функції, аналізується цілий ряд інших. Так, ідеться про алюзійну роль імені, участь у творенні звукової тканини гасла. Онімна гра підкреслює елемент гри, типовий для постмодерної епохи, у яку відбувалися згадані події.

Ключові слова: гасло, слоган, семантика оніма, онімна гра, постмодернізм.

ONYM AND FUNCTIONAL SEMANTICS IN THE SLOGANS OF PROTESTS OF MAY 1968 IN FRANCE

The article is devoted to the problems of proper names meaning and functioning in the slogans of protests of May 1968 in France. We try to follow the division of proper names into groups according to the type of object they name, though, thematic division is not less important, because May 1968 was not purely political event, so we treat slogans with theonyms as well as with anthroponyms, toponyms, ergonyms, etc. Onym semantics is regarded within semantics of each slogan and in the wider context as well. Besides the typical function of identification, a range of the other ones is analyzed. The article deals with proper names serving as allusions and with the ones serving to create the phonetic structure of a slogan. Onym game highlights the element of game, typical to the postmodern period, in which the mentioned events took place. Proper name, interacting with other components of a phrase, produces a completely new meaning of the old slogan, aphoristic expression or other text; it becomes an element of parody. Many onyms are included in periphrastic constructions or are such a construction themselves. Entering the slogan, proper name – even the most emotionally neutral – serves to indicate the attitude of the speaker to the mentioned event, person, place.

Key words: slogan, onym semantics, onym game, postmodernism.

СЕМАНТИКА И ФУНКЦИИ ОНИМОВ В ЛОЗУНГАХ МАЙСКИХ ПРОТЕСТОВ 1968 ГОДА ВО ФРАНЦИИ

Статья посвящена проблемам значения и функционирования собственных имен в лозунгах майских протестов 1968 года во Франции. Семантика онима рассматривается в границах семантики каждого конкретного лозунга и более широкого контекста. Кроме типичной идентификационной функции, анализируется целый ряд других. Так, речь идет об аллюзийной роли имени, участии в создании звуковой ткани лозунга. Онимная игра подчеркивает элемент игры, типичный для постмодерной эпохи, в которую происходили упомянутые события.

Ключевые слова: лозунг, слоган, семантика онима, онимная игра, постмодернизм.

Мова будь-яких слоганів втілює надзвичайно цікавий матеріал для лінгвіста, оскільки слоган репрезентує особливий вид тексту. Слід зауважити, що мова політичних гасел залишається порівняно малодослідженою у лінгвістиці, попри актуальність і необхідність таких досліджень у зв'язку з широкими можливостями гасел у здійсненні психологічного,

суспільного, політичного впливу. Вивченню мови політичних слоганів присвячені статті М. Бекар, А. Ковалевської, історичне походження і семантика гасел подій травня 1968 року аналізуються у працях Е. Луас, А.-П. Коломба, Ж. Ленер, Дж. Багета та ін. Проте проблеми семантики і функцій власних назв у протестних гаслах не були досліджені, і саме їм присвячена дана розвідка, яка, по суті, є однією з перших у даному напрямі досліджень.

Першочерговим завданням гасла є подати думку у концентрованому вигляді, по можливості дотепно, ритмічно та просто для вимови (особливо якщо гасло призначене для виголошення). Не останнім моментом у творенні гасел є елемент сугестії – гасло має впливати на свідомість слухача або читача непрямым чином. Гасла будь-яких суспільних протестів репрезентуються несанкціонованими (і часто ефемерними) текстами, які існують лише короткий час у вигляді «кричалок», настінних написів, плакатів тощо.

Як стверджує у своїй статті Ф. Наварро Домінгес, слово «слоган» прийшло у мови світу з гаельської у вигляді англійського спотворення слова «sluagh-ghairm», що позначало бойовий клич клану. Посилаючись на О. Ребуля, дослідник стверджує, що якщо в англійській мові слово «слоган» перейшло з реклами в політику, то у французькій навпаки – з політики в рекламу [8, с. 266].

Як правило, оніми у складі будь-якого протестного гасла виконують свою першу і головну функцію – ідентифікуючу, тобто називають конкретних осіб, об'єкти тощо. Проте детальніший аналіз гасел протестів 1968 року у Франції дозволяє сказати, що це не зовсім так. Можливо, причиною цього є те, що рушійною силою «червоного травня» виступила студентська молодь, яка зуміла створити гасла інтелектуальні, алюзійні, агресивні.

З усіх власних назв, які вживаються у гаслах травня 1968-го, головне місце посідають ергоніми, які переважно проявляються у вигляді аббревіатур. Найбільш вживаною є аббревіатура C.R.S. – Compagnies républicaines de sécurité – це назва підрозділу поліції, головне завдання якого – втручання у маніфестації: *L'aboutissement de toute pensée, c'est le pavé dans ta gueule, C.R.S.* (Завершення кожної думки – це бруківка у твою морду, C.R.S.); *À vendre, veste en cuir spéciale manifestation, garantie anti-CRS, grande taille, prix 100 F* (Продається шкіряна куртка, спеціально для маніфестації, анти-CRS, великий розмір, ціна 100 франків), *C.R.S. qui visitez en civil, faites très attention à la marche en sortant* (C.R.S., які приходите у цивільному, обережно на виході – сходинка); *Si vous voyez un C.R.S. à terre, achetez-le* (Якщо бачите C.R.S. на землі, добивайте його); *Les CRS aussi sont des hommes : la preuve, ils violent les filles dans les commissariats* (C.R.S. – теж чоловіки: доказ – вони гвалтують дівчат у комісаріатах), *C.R.S. S.S.* Останнє гасло, втілене в афіші, власне, небезпідставне. Через використання підрозділів C.R.S. для придушення маніфестацій невдовзі після завершення Другої світової війни у робітників виникла асоціація між цими двома загонами. Гасла *À vendre, veste en cuir spéciale manifestation, garantie anti-CRS, grande taille, prix 100 F; C.R.S. qui visitez en civil, faites très attention à la marche en sortant*, по суті, не наділені структурою гасла, а скоріше, мають вигляд оголошень, кожне з яких типове для певних конкретних обставин, проте включення оніма CRS трансформує значення цих текстів, надаючи їм агресивно-іронічного звучання. У цьому випадку слід говорити про онімну гру.

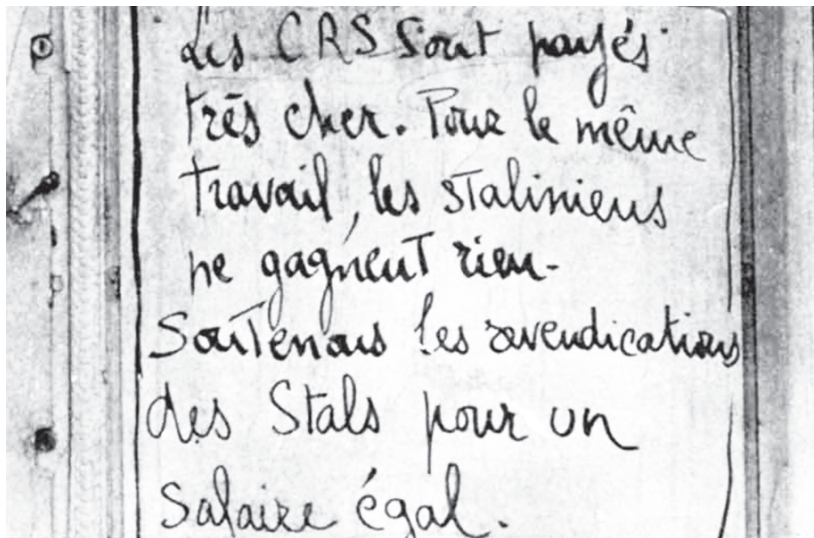


Рис. 1. C.R.S. отримують зависоку зарплату. За ту ж саму роботу сталіністи не отримують нічого. Підтримаймо протест сталіністів за рівну оплату праці. Іронія гасла очевидна, оскільки сталіністів ніхто підтримувати не збирався, скоріше, метою гасла було порівняти C.R.S. з сталіністами.

Наступний найбільш популярний ергонім гасел – O.R.T.F. – Office de radiodiffusion-télévision française: *ORTF: La police vous parle tous les soirs à 20 heures* (ORTF: поліція говорить до вас щовечора о 20 годині); *Le pouvoir avait les universités, les étudiants les ont prises. Le pouvoir avait les usines, les travailleurs les ont prises. Le pouvoir avait l'O.R.T.F., les journalistes lui ont pris. Le pouvoir a le pouvoir, prenez-le lui!* (У влади були університети, студенти їх захопили. У влади були заводи, робітники їх захопили. У влади був ORTF, журналісти його захопили. У влади є влада, захопіть її!) Власне, C.R.S. і O.R.T.F. (поліція і ЗМІ) виступають одними з провідних інструментів державного впливу – звідси негативний контекст вживання цих ергонімів.

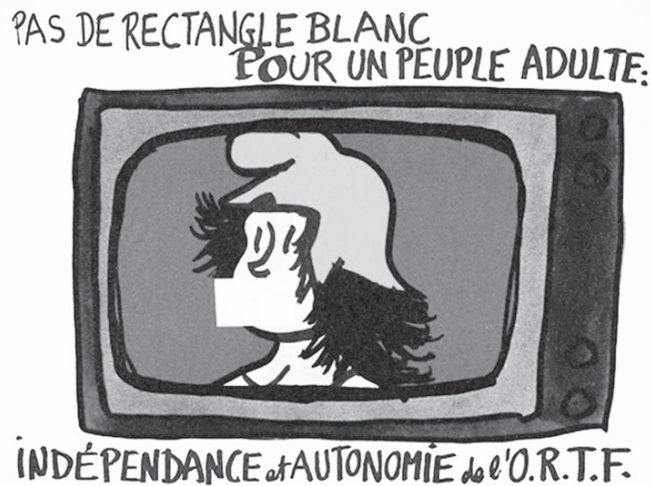


Рис. 2. «Геть білий прямокутник для дорослих людей: Незалежність і автономія О.Р.Т.Ф.». На плакаті зображена Маріанна – національний символ Франції. Білий прямокутник – засіб цензури на телебаченні.

Значна частина власних назв у гаслах протестувальників пов'язана із комуністичною партією, її очільниками та нахненниками, причому відсотків вісімдесят вживань цих онімів відбуваються у негативних контекстах, що пов'язано з розчаруванням лівої молоді у комуністичній партії: *Camarades, lynchons Séguy !* (Товариші, лінчуймо Сегуї!); *Cours camarade, le P.C.F. est derrière toi* (Біжи, товаришу, Комуністична партія Франції [женеться] за тобою). Останнє гасло є трансформацією *Cours camarade, le vieux monde est derrière toi* (Біжи, товаришу, за тобою [женеться] старий світ), гасла того ж періоду.

Гасло *Ne consommons pas Marx* (Не споживаймо Маркса) втілює водночас дві ідеї: боротьби зі суспільством споживання та, власне, відмови від марксистського вчення, що у поєднанні утворює досить неканонічну фразу. Ще одне гасло, пов'язане з марксизмом, побудоване на грі слів: *Je suis marxiste, tendance Groucho* (Я марксист, напрямку Граучо). Граучо Маркс – відомий американський комік, звідси абсурдність висловлювання. Онімна гра з іменем *Маркс* підкреслює епоху гасла – час буйного цвітіння постмодернізму. До речі, саме в гаслах, на думку К. Гамботті, проявляється розрив між епохами марксизму («Пролетарі всіх країн, єднайтеся») і постмодернізму («Під бруківкою пляж», «Об'єднавці всіх країн, пролетаруйте!» тощо) [5]. Відверта пародійність окремих гасел – ще один з індикаторів постмодерної епохи. Так, ім'я іншого лівого лідера – Мао – виринає у пародійному гаслі, яке висміює захоплення молоді цитатником цього діяча: *SEXE : c'est bien, a dit Mao, mais pas trop souvent* (СЕКС: це добре, – казав Мао, – але не дуже часто). Поява імені у цьому тексті надала йому тонкої іронії ще, можливо, й тому, що наближені до вождя особи засвідчували його невиситими сексуальні апетити.

Цілком зрозуміло, що значна частина антропонімів у гаслах виконують доволі нудну ідентифікаційну функцію: *Mitterrand NON* (Міттеран Ні); *Mitterrand, c'est raté* (Міттеран, це провал); *Si je suis un con, un salaud et un lâche, je suis pour de Gaulle* (Якщо я дурень, негідник і богуз, то я за де Голля); *Vive Bonnot* (Хай живе Бонно); *Vive Babœuf*² (Хай живе Бабеф). Те ж саме можна сказати і про ім'я Годара, французького кінорежисера, який на хвилі подій 1968 року з правого став лівим, за що значна частина крайніх лівих його зневажала: *L'art est mort. Godard n'y pourra rien* (Мистецтво мертве. Годар нічого не вдіє); *Godard : le plus con des Suisses pro-chinois !* (Годар: найбільший ідіот із ро китайських швейцарців!) Загалом наявність імен ворогів, тих, проти кого виступають протестувальники, у гаслах – явище цілком зрозуміле. Оскільки рушійною силою протестів була інтелектуальна молодь, то відповідно до її інтересів чи провідного виду навчальної діяльності імена могли належати різним представникам мистецтва чи літератури: *Plus jamais Claudel!* (Більше ніякого Клоделя!) Деякі антропоніми вживаються як алюзія на філософські вчення: *L'homme n'est ni le bon sauvage de Rousseau, ni le pervers de l'église et de La Rochefoucauld. Il est violent quand on l'opprime, il est doux quand il est libre* (Людина – це не добрий дикун Руссо, не збоченець церкви і Ларошфуко. Вона груба, коли її пригноблюють, і ніжна, коли вона вільна). Ім'я Декарта виникає у гаслах як компонент перифрази: *Au pays de Descartes les conneries se foutent en cartes*³ (У країні Декарта (тобто Франції) на картах діються дурниці). Ім'я *Descartes* використовується також для римування, адже ритміка та рима є обов'язковим атрибутом багатьох слоганів.

У гаслі *La volonté générale contre la volonté du Général* (Загальна воля проти волі Генерала) гра слів досягається за рахунок контрасту слів *générale* та *Général*. Онім *Général* постає перифразою імені президента де Голля.

Окремі імена у гаслах виринають спонтанно, і хоч, можливо, називають конкретну особу, проте мають узагальнюючий характер: *Zelda, je t'aime ! À bas le travail !* (Зельдо, я люблю тебе! Геть роботу!)

Серед усіх онімів, що вживаються у гаслах, – лише один фармаконім: *L'alcool tue. Prenez du L.S.D.* (Алкоголь вбиває, вживайте ЛСД). На той час ЛСД не вважався наркотиком, його вживали як препарат для лікування алкоголізму. Проте у сучасному контексті гасло має менш невинне значення.

Значна частина гасел присвячена антрелігійному протесту. Саме у них теонім *Бог* має негативне забарвлення. Досить часто експлуатуються існуючі ідеї та гасла давніших протестів. Зокрема, відоме гасло 1880 року *Ni dieu ni maître !*, приписуване Луї Огюсту Бланкі, трансформувалося в *Ni maître, ni Dieu. Dieu, c'est moi* (Ні пана, ні Бога. Бог – це я). (Такі випадки трансформації звичайне явище. Так, відоме гасло *Liberté, égalité, fraternité* дало початок цілому гнізду гасел). Висловлювання Ф. Ніцше *Бог мертвий* знайшло своє відображення у гаслі *Même si Dieu existait, il faudrait le supprimer* (Навіть якби Бог існував, його треба було б ліквідувати) та в подібному *Si Dieu existe, c'est son problème* (Якщо Бог існує,

¹ Сегуї – очільник комуністичної партії Франції часів подій 1968 року.

² Бонно, Бабеф – імена історичних осіб, безпосередньо пов'язаних із анархізмом та комунізмом

³ Вислів належить Лео Ферре.

це його проблема). У гаслі з топонімом *Nazareth* досить легко вгадується, про кого йде мова: *À bas le crapaud de Nazareth !* (Геть жабу з Назарету!) Назва *Nazareth* служить алюзією на Христа, а вислів *жаба з Назарету* вважається богохульним перифразом імені Христа.

В іншому гаслі *Dieu, je vous soupçonne d'être un intellectuel de gauche* (Боже, я вас підозрюю у тому, що ви лівий інтелектуал), на перший погляд, теонім *Dieu* несе позитивні конотації, проте, якщо розібратися детальніше, характеристика «лівий» передбачає негатив: не революціонер, а реформатор; як би це парадоксально не звучало – консерватор.

Водночас якщо Бог-батько асоціюється зі старим, віджилим, консервативним, насильно нав'язаним, то ім'я Бога-сина виринає у досить позитивному контексті: *Le Christ seul révolutionnaire* (Сам Христос – революціонер **або** Христос, самотній революціонер – через відсутність коми фраза має подвійне значення).

Гасла з топонімами репрезентують значний пласт гасел протестувальників. Частина з них була утворена шляхом трансформації відомого вислову *Voir Paris et mourir: Voir Nanterre et vivre. Allez mourir à Naples avec le Club Méditerranée* (Побачити Нантер і жити. Приїжджайте помирати в Неаполь із Середземноморським клубом). Гасло зафіксоване в Нантері (університет) і слугує наочною агітацією проти суспільства споживання.

Інше гасло *Le rouge pour naître à Barcelone, le noir pour mourir (non, Ducon, pour vivre à Paris)* виникло в результаті трансформації рядка із пісні Лео Ферре *Le rouge pour naître à Barcelone, le noir pour mourir à Paris*. Згадувані червоний і чорний кольори, без сумніву, втілюють прапор анархістів. Поява у тексті топоніму *Барселона* є натяком на розквіт анархістських груп у місті в часи громадянської війни, що асоціативно поєднується із червоним кольором і народженням. У свою чергу назва *Париж* песимістично поєднується автором із смертю та чорним кольором. Однак автор(и) гасла сміливо закреслив(ли) «померти», замінивши його на «жити». Поява імені *Ducon* у гаслі є якраз тим самим проявом анархічності, протесту, боротьби проти всього. Попри те що ім'я, на перший погляд, видається типовим французьким прізвиськом, насправді воно репрезентує брудну лайку (*du* – партитивний артикль, що вказує на частину від цілого, *con* – відгенітальна лайка – дурень). Тому в перекладі гасло має звучати приблизно так: *Червоний – це народитися у Барселоні, а чорний – померти (ні, Дурню, жити у Парижі)*.

Інша алюзія криється за топонімом Греція у гаслі *Pour vos vacances, n'allez pas en Grèce : vous y êtes déjà* (Не їдьте у відпустку у Грецію: ви уже там). Мається на увазі військова диктатура у Греції, встановлена у 1967 році.

Частина ергонімів у гаслах безпосередньо пов'язана із відомими навчальними закладами, з яких, власне, і розпочався протест. Слід зауважити, що ці назви позначають об'єкти гніву протестувальників: *Et si on brûlait la Sorbonne ?* (А чи не спалити б нам Сорбонну?); *Camarades, l'amour se fait aussi à Sc. Po, pas seulement aux champs* (Товариші, кохаються також в Інституті політичних досліджень, а не лише в полях); *Vidangez la Sorbonne !* (Спустоште Сорбонну!). Окремі гасла з ергонімами утворилися шляхом онімної гри. Так, *L'Elysée est pavé de bonnes intentions* (Добрими намірами вимощена дорога до пекла). У французькій мові структура згаданого крилатого вислову дещо інакша – Пекло вимощене добрими намірами. Ергонім *L'Elysée* використовується на позначення *Palais de l'Elysée* – Єлисейський палац, тобто резиденція президента Франції. Шляхом трансформації було досягнуто не лише інформативності гасла, а й підсвідомої асоціації між пеклом та Єлисейським палацом.

Гасла травневих подій становлять собою чудовий зразок постмодерного мислення. Власне, природа самого протесту, багато в чому неоднорідного, творить їх такими. При цьому власній назві у гаслі відводиться далеко не периферійне місце. Крім стандартної ідентифікаційної функції, ім'я виконує роль алюзійного містка, засобу творення мелодики гасла. Вступаючи у взаємодію з іншими компонентами фрази, ім'я продукує зовсім нове значення старого гасла, крилатого вислову чи іншого тексту, стає елементом пародії. Багато онімів включені у перифрастичні конструкції чи є власне такою конструкцією.

Входячи до складу гасла, навіть найбільш емоційно нейтральні, найбільш сухі й офіційні власні назви втрачають свій нейтралітет. Виконуючи роль ідентифікаторів, оніми втілюють у мовленні образи колективної свідомості – подають саме такий, а не інакший образ де Голля чи Маркса, слугують засобом вираження ставлення мовця до певних подій, осіб, об'єктів.

Дане дослідження важко вважати вичерпним, оскільки воно піднімає цілий пласт проблем, пов'язаних зі значеннєвою природою імені в політичному (і не тільки) гаслі. Матеріали статті можуть бути використані на заняттях історії, країнознавства, на спецкурсах з ономастики та культурології.

Література:

1. Ковалевська А. В. Метамодель лінгвістичної сугестивності політичних рекламних слоганів / А. В. Ковалевська // Одеський лінгвістичний вісник : зб. наук. праць. – 2014. – Вип. 3. – С. 99–109.
2. Baggett J. L. «L'héritage» is in the streets : the text, images and legacy of May 1968 / J. L. Baggett. – Hattiesburg, 2014. – 69 p.
3. Bečar M. Space, language and power : the rhetoric of street protests / M. Bečar // Socioloski Pregled. – 2015. – Vol. 49 (3). – P. 337–348.
4. Colombat A.-P. Le Voyant et les «enragés» : Rimbaud, Deleuze et Mai 1968 / A.-P. Colombat // The French Review. – 1990. – Vol. 63 (5). – P. 838–848.
5. Gambotti Ch. Les processus de rupture instruits par les slogans // Le nouvel économiste : [Ressource électronique] : Site web / Ch. Gambotti. – Mode d'accès : <http://www.lenouveleconomiste.fr/les-processus-de-rupture-instruits-par-les-slogans-du-slogan-marxiste-proletaires-de-tous-les-pays-unissez-vous-a-celui-de-mai-68-sous-les-paves-la-plage-imagine-pa-19698/>. – Date d'accès : 2016.mar.06.
6. Leiner J. La revolution culturelle de mai 1968 et les pamphlets des années 1930 / J. Leiner // Pacific Coast Philology. – 1969. – Vol. 4. – P. 48–51.
7. Loyer E. Sous les pavés, la Résistance. La Nouvelle Résistance populaire, appropriation et usages de la référence résistante après Mai 1968 / E. Loyer // Pourquoi résister ? Résister pour quoi faire? – Paris : CNRS Éditions, 2004. – P. 181–192.
8. Navarro Dominguez F. La rhétorique du slogan : cliché, idéologie et communication / F. Navarro Dominguez // Bulletin Hispanique. – 2005. – Vol. 107 (1). – P. 265–282.