

Гончаров Артём Александрович

### **ДЕВИЗ КАК ТИП ТЕКСТА**

В статье рассматриваются английские девизы, представляющие собой разновидность целостного, завершённого речевого произведения, функционирующего с определенными прагматическими установками и обладающего целой системой характерных черт, таких как особое структурное построение, лаконичность изложения, малый объём, богатая импликация. Все вышеизложенное даёт основание для того, чтобы трактовать текст девиза как самостоятельный и особый вид текста.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/13.html](http://www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/13.html)

Источник

### **Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 4 (46): в 2-х ч. Ч. I. С. 51-53. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

УДК 81

**Филологические науки**

*В статье рассматриваются английские девизы, представляющие собой разновидность целостного, завершённого речевого произведения, функционирующего с определёнными прагматическими установками и обладающего целой системой характерных черт, таких как особое структурное построение, лаконичность изложения, малый объём, богатая импликация. Все вышеизложенное даёт основание для того, чтобы трактовать текст девиза как самостоятельный и особый вид текста.*

*Ключевые слова и фразы:* девиз; текст; микротекст; малоформатный текст; культурная реалья; языковая реалья; прагматическая установка; национальная ментальность; поверхностная структура; глубинная структура; адресат.

**Гончаров Артём Александрович***Пятигорский государственный лингвистический университет**goncharoffartiom@yandex.ru***ДЕВИЗ КАК ТИП ТЕКСТА<sup>©</sup>**

Девиз – явление древнее. Это не просто краткое изречение, обычно выражающее руководящую идею поведения или деятельности, но и хорошая иллюстрация к эволюции сознания общества и к истории языка в частности.

В современном мире прогресса и роста науки, в мире непрестанной конкуренции, где каждый человек для успеха в своем деле старается завоевать большое количество союзников, девизы становятся лицом отдельного человека, семьи, целых корпораций, городов и стран. Использование девизов, которые стали со временем чрезвычайно разнообразными, постепенно вышло за пределы военной сферы и стало достоянием индивидуумов. Личные девизы теперь служат обозначением заслуг, доблестей, талантов, воспоминанием о славных былых подвигах.

Пройдя ряд исторических этапов: от рыцарских времен до настоящего времени, девизы сформировались не только как отдельная культурная, но и как языковая реалья, заняв прочное место в английском языке наряду с пословицами, поговорками, афоризмами. И если структура, сфера применения и значения последних представляются достаточно ясно, то девиз, как своего рода малоформатный текст, несущий специфическую прагматическую и определительную нагрузку, выражающую смысл жизни и деятельности отдельных лиц, учреждений, корпораций и государств, предстаёт недостаточно изученным.

Проблема взаимодействия языка, мышления и культуры приобретает особую остроту в наше время – эпоху расширения международных контактов и интенсивного информационного обмена между представителями разных национальных сообществ.

Человек является носителем не только своего родного языка, но и национальной ментальности, которая отражена в языке. Именно это и позволяет нам рассматривать национальную ментальность через призму языка (в нашем случае – через призму девиза).

Возникнув еще в геральдической системе в иконографическом воплощении, девиз со временем теряет свое эмблематическое значение, уступая место словесным (вербальным) девизам. Причиной возникновения словесных девизов явились характерный быт и условия каждого конкретного исторического периода, которые породили девизы определенной направленности: от рыцарских, военных, королевских до цеховых, корпоративных и даже личных, индивидуальных девизов. Девизы передают устремления носителей данной культуры. Они в полной мере отражают черты национального характера, реально произошедшие исторические события и литературное наследие. Можно утверждать, что словесные девизы отображают культурное самосознание народа и несут информацию об общекультурном менталитете социума.

Словесным девизом может считаться такое высказывание, которое в сжатой, лаконичной форме, в виде образного изречения, афоризма или символического призыва передает глубокую или поучительную идею, избранную в качестве жизненного кредо или основного направления деятельности тем или иным девизовладельцем [6].

Рассмотрев различные определения текста и взяв за основу определение, предложенное И. Р. Гальпериным, мы считаем, что девиз представляет собой определенный вид текста, т.к. обладает всеми признаками текста: он является произведением речетворческого процесса, обладает завершенностью, объективируется в виде письменного документа, литературно обработан в соответствии с типом этого документа, состоит из ряда особых единиц, объединенных различными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющей определенную целенаправленную и прагматическую установку [2, с. 18].

Таким образом, девиз как тип текста можно квалифицировать как **целостный продукт речевой деятельности, характеризующийся отнесенностью к внеязыковой действительности, коммуникативной обусловленностью, целенаправленностью, тематическим единством, законченностью, определенной структурной оформленностью и прагматической установкой.**

Если говорить о минимальной протяженности текста, то здесь мы придерживаемся точки зрения лингвистов, которые считают минимальным текстом одно предложение. Все столь разнообразные существующие тексты объединяет критерий смыслового единства и функциональный критерий смысловой значимости, которые можно применить и к однословному предложению-высказыванию [5, с. 183].

Исходя из этого, мы можем говорить о макротекстах и микротекстах. К микротексту предъявляются следующие требования: наличие одной микротемы, семантическое и композиционное единство, полная минимальная текстовая структура. Поскольку тексты-предложения и тексты-слова отвечают предъявленным к микротексту требованиям, то они представляют собой разновидность микротекстов. Приняв во внимание все вышеизложенное, мы приходим к заключению, что девиз – это своего рода микротекст, он подчиняется всем его законам, в нём ёмко и кратко выражена связная и цельная мысль, соответствующая правилам логики.

В данном исследовании мы предпринимаем попытку объединить всё многообразие существующих девизов в один тип текста, т.е. выявить общие для всех видов девизов характеристики, устойчивые и регулярно повторяющиеся свойства и доказательства их внутренней организации. Материалом исследования послужила выборка из словаря девизов под редакцией Л. Урданга [9].

Соответствие девиза некой стандартной инвариантной модели, образованной по нормативным принципам, сформированным под воздействием экстралингвистических и интралингвистических условий функционирования данного типа текста, позволит обеспечить адекватное, быстрое и эффективное декодирование его адресатом при условии, что адресат должен быть ознакомлен с этой моделью заранее.

Девиз представляет собой разновидность целостного образования письменной речи, характеризующегося соотносённостью с внеязыковой действительностью, определённой коммуникативно-прагматической установкой и обладающего системой характерных черт, таких как закрытость, обобщённость, лаконичность изложения, монотематичность, типичное употребление ряда грамматических форм и лексических единиц.

Современное языкознание рассматривает текст как построение, включающее в себя глубинную и поверхностную структуры. И хотя понятие об этих структурах вызывает неоднозначное отношение у разных ученых, их общее понимание сводится к тому, что они обе приписываются предложению и словосочетанию (размер которых совпадает с размерами девиза), при этом поверхностная структура доступна непосредственному наблюдению, в то время как глубинная выводится на основе косвенных данных.

В поверхностной структуре – лингвистической форме, в которую облечена глубинная структура – можно выделить три аспекта: материальные элементы, составляющие структуру, отношения между ними, целостность.

Мы полагаем, что на структурное строение девизов, отражающее концептуально-тематические установки, созданные в результате воздействия различных социально-исторических факторов, оказала влияние теория языковой экономии [1; 3; 4; 7; 8], что проявляется в виде компрессии (одной из существенных характеристик текста) и подразумевает наличие общих фоновых знаний у автора текста и его реципиента. Они означают, что девиз отображает принципы действия, цели существования человека или сообщества, надежды и т.п.

Будучи ограниченными в пространстве, девизы представляют собой краткие изречения, которым свойственна определенная структура. При структурной классификации нами выделены следующие группы.

1. Девиз – текст-слово, выраженный глаголом в повелительном наклонении *Watch. Pray. Work / Будь бдителен. Молись. Работай* – надпись на часах; абстрактным именем существительным *help / помощь* – девиз больницы, Фаундлинг в Лондоне; именем собственным *Jerusalem / Иерусалим* – девиз на вывесках многих постоянных дворов, в которых останавливались пилигримы на пути к Святой земле, являвшийся своеобразным указателем пути; прилагательным в положительной или сравнительной степени *Physical / Mental / Spiritual / Social / Физический / Ментальный / Духовный / Социальный* – девиз университета науки и искусства в Оклахоме; наречием *fast / быстро*. Проанализировав частотность употребления форм данной группы, мы выявили, что в ней преобладают тексты-глаголы и тексты-существительные.

2. Для девизов текстов-словосочетаний характерно многообразие комбинаций. Наиболее частотны комбинации типа *N+and+N Knowledge and Progress / Знания и Прогресс* – девиз института консультантов по менеджменту; *Adj+and+Adj Diligent and secret / Усердие и единение* – девиз одного из университетов Лондона.

3. Девизы – тексты-предложения, в свою очередь, можно подразделить на: простые утвердительные *Truth is the light / Правда есть свет* – девиз компании по производству восковых свечей; сложносочинённые *Time flies, eternity draws near / Время летит, а Вечность где-то рядом* – надпись на солнечных часах; сложноподчинённые в изъявительном наклонении *When friends meet, hearts warm / Когда встречаются друзья, сердца теплеют* – девиз одного из частных домов в Лондоне; побудительные *Think and Thank / Думай и благодари* – надпись на часах; *Hold fast, sit sure / Держит крепко, сиди уверенно* – девиз общества шорников; *Be assured / Будь уверен* – девиз одной из страховых компаний Лондона и Манчестера; *Do a good turn daily / Твори добрые дела каждый день* или *Ни дня без доброго дела* – девиз ассоциации бойскаутов.

Как можно заметить, композиционная структура девизов является легко обозримой и характеризуется последовательной четкой организацией. Это – девиз-слово (37%), девиз-словосочетание (28%), девиз – простое предложение (25%), девиз – сложное предложение (10%).

Хотя грамматическая форма и является «скелетом» текста, однако его существование было бы невозможным без определенного лексического наполнения. Наиболее характерные и частотные лексические единицы текстов девизов относятся к нейтральному или литературному стилям (лексические единицы разговорного, газетного, научного стилей отсутствуют).

С точки зрения стилистического оформления девизы обладают рядом положительных качеств, которые делают их легко запоминающимися, эмоционально-окрашенными, вызывающими те или иные, но обязательно положительные ассоциации. Среди стилистических приёмов нами отмечены фонетические *Let others tell of storms and showers, I'll only count your sunny hours / Пусть другие говорят о штормах и бурях, я буду отсчитывать только счастливые часы* – надпись на солнечных часах. В данном примере наблюдаются рифма и ритм; лексические приёмы – в основе создания девиза института британских фотографов лежит метафорическое переосмысление *By Light to Knowledge / С помощью света к знаниям*; подобное же переосмысление лежит и в основе девиза одного из винчестерских колледжей *Happy Home / Счастливый дом*. Выразительность и экспрессивность девиза на часах достигается использованием каламбура *Humans say that time passes, Time says that Humans pass / Люди говорят, время проходит, время же говорит, что люди уходят*. Вместе с каламбуром в данном примере находим и один из видов повторов – перекрестный повтор, т.е. хиазм. Наличие различных видов повторов в девизах дает основание говорить о том, что для текстов девизов характерны две тенденции: первая – к усилению эксплицитности, например к повтору, облегчающему запоминание, и вторая – к имплицитности: компрессии информации, увеличивающей экспрессивность, эмоциональность, эстетическое и желаемое прагматическое воздействие.

Помимо этого для выразительности, для эффективного воздействия на получателя информации (реципиента) отмечено использование фразеологизмов, пословиц, поговорок, крылатых выражений.

Мы пришли к выводу, что текст девиза отмечается рядом типичных элементов, образующих его целостность, отражающих его краткость и, соответственно, монотематичность с четко выраженным намерением или отношением к реципиенту, окружающему миру или самому автору. В этом прослеживается прагматическая функция девизов, которая и предопределяет выбор автором определенных языковых средств, служащих для достижения конечной цели – завоевать читателя, убедить в истинности информации, которую несет девиз, заставить его последовать тем принципам, которые проповедаются текстом девиза.

Создатели девизов тщательно учитывают вкусы, привычки, наклонности реципиентов, принимая во внимание их культурные традиции. Девиз должен вызывать положительную эмоциональную реакцию, любопытство, различные ассоциации у тех, кому он адресован, при этом не любые, а именно такие, какие были задуманы, запланированы создателями этого девиза для достижения желаемого прагматического эффекта. Степень воздействия на реципиента обеспечивается наличием стилистических приёмов, богатой импликацией, лаконичностью и оригинальной формулировкой мысли.

#### Список литературы

1. Бодуэн де Куртене И. А. Избранные труды по общему языкознанию. М.: Издательство АН СССР, 1963. Т. 1. 384 с.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 139 с.
3. Лозинская Е. А. Развитие понятия языковой экономии в лингвистической литературе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 1. Ч. 2. С. 123-126.
4. Мартине А. Принцип экономии в фонетических изменениях. М.: Издательство иностранной литературы, 1960. 263 с.
5. Москальская О. И. Грамматика текста. М.: Наука, 1981. 139 с.
6. Похлёбкин В. В. Международная символика и эмблематика. М.: Наука, 1983. 208 с.
7. Серебrenников Б. А. Роль человеческого фактора в языке: язык и мышление. М.: Наука, 1988. 242 с.
8. Флоренский П. А. Анализ пространственности и времени в художественно-изобразительных произведениях // Исследования по теории искусства. М.: Мысль, 2000. С. 79-421.
9. *Mottoes: a Compilation of More than 9000 Mottoes from Around the World and Throughout History* / L. Urdang, edit. director. Detroit, Mich.: Gale Research Co, 1987. 1162 p.

#### MOTTO AS TYPE OF TEXT

Goncharov Artem Aleksandrovich  
Pyatigorsk State Linguistic University  
goncharoffartiom@yandex.ru

The article considers the English mottoes, being a kind of holistic, complete speech product that functions with certain pragmatic attitudes and possesses the whole system of characteristic features as a special structural construction, the conciseness of presentation, small volume, and rich implication. All mentioned above give grounds for the interpretation of a motto text as an independent and special kind of a text.

*Key words and phrases:* motto; text; micro text; small format text; cultural realia; language realia; pragmatic attitude; national mentality; surface structure; deep structure; recipient.