УДК 81’23 DOI: 10.30982/2077-5911-2019-40-2-135-149

СИСТЕМА АКСИОЛОГИЧЕСКИХ КООРДИНАТ *GI* В ОТРАЖЕНИИ ДЕВИЗОВ РОДОВ ВОЙСК И ВИДОВ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ США

Романов Александр Сергеевич
кандидат филологических наук, докторант
32 кафедры английского языка (основного)
Военного университета МО РФ
ул. Волочаевская, д. ¾, г. Москва, Россия, 111033
biyalka@mail.ru

Выбор темы, предлагаемой вниманию читателя статьи, определяется характером взаимоотношений между феноменами «этнос», «культура», «язык». В качестве объекта научного исследования выступают распространенные в массовом языковом сознании носителей американской лингвокультуры стереотипизированные репрезентации отдельных фрагментов социального института вооруженных сил США и воинской субкультурной среды. Предметом научного исследования избран девиз воинских формирований армии США как продуктивное языковое средство экспликации этнических стереотипов армейской субкультуры. Выступающие неотъемлемым компонентом палитры армейского идиома и наделенные функцией аксиологической ретрансляции девизы видов вооруженных сил и родов войск армии США способствуют формированию и закреплению стереотипов коллективного сознания. Совокупность воплощенных в теле языкового знака и символике артефактов армейского языкового коллектива, к числу которых, очевидно, принадлежит и армейский девиз, отражает аксиологические доминанты субкультурной среды *GI*, поведенческие паттерны, мировоззрение и концептосферу американских военнослужащих.

Ключевые слова: ВС США, армейская субкультура, *GI*, стереотипизация, стереотип, языковые средства и речевые формы экспликации этнических стереотипов, армейский девиз, девизы родов войск и видов вооруженных сил США.

Введение

В рамках настоящего исследования нами была предпринята попытка дальнейшего осмысления природы феномена стереотипизации на ином языковом материале применительно к армейскому языковому коллективу*GI*[1]. Переход на антропоцентрическую парадигму исследования, сопряженный с переключением внимания лингвистов

[1] Этимологические корни адресованной американским военнослужащим номинации *GI* восходят к событиям Второй мировой войны. Впервые словоупотребление аббревиатуры *GI*, образованной от *government issue* (досл. казенного образца, военное имущество), было зафиксировано в 1943 г. По всей вероятности, наименование *GI* произошло от шутливого суждения о том, что сами военные являются продуктом жизнедеятельности государства [Dickson, 2003: 163–164]. Наиболее часто упомянутое сокращение использовалось «в связи с предметами обмундирования и снаряжения рядовых солдат. Отсюда перенос названия для обозначения солдата и всего относящегося к его жизни обычно в ироническом смысле» [Судзиловский, 1983: 120–121].

на речевую деятельность человека в совокупности с ее экстралингвистическим контекстом, а также актуализация коммуникативно-прагматического аспекта изучения языка привели к тому, что феномены, ранее находившиеся на периферии лингвистической науки, все чаще становятся объектом научного внимания. К числу подобных феноменов, на наш взгляд, могут быть отнесены клишированные речевые формулы, отражающие ключевые концепты воинских формирований армии США. Объектом научных изысканий избран армейский идиом *GI,* воплощающий в знаках языка и символике темпорально резистентные стереотипизированные репрезентации имиджа вооруженных сил США (далее – ВС США), а также морального облика референтного носителя армейской субкультуры. Акцент исследования делается на феномене стереотипизации в контексте армейского языкового коллектива. Предмет научных изысканий составляют девизы родов войск и видов вооруженных сил США, отражающие аксиологическое ядро социально-профессиональной среды военнослужащих. Наряду с единицами фразеологического массива, социокультурного диалекта, армейскими вербовочными слоганами, текстами прецедентного жанра, армейскими строевыми песнями и т. д. (Романов 2017), к языковым средствам и речевым формам экспликации этностереотипов армейской субкультуры США, бесспорно, относится и армейский девиз. Целью настоящей работы ставится описание морально-этических императивов армейского языкового коллектива *GI* на материале клишированных речевых формул девизов воинских формирований ВС США.

К определению понятия «субкультура»

Диалектическая взаимообусловленность языка и культуры находит свое выражение в том, что язык несет на себе отпечаток материально-духовной деятельности той или иной этнической общности. Язык как семиотическая система восприятия и категоризации/сегментации окружающей действительности, как средство коммуникации и хранения фрагментов социального опыта отражает условия жизни носителей данного языка. Языковой код вербализует духовные манифестации национально-культурной самобытности народа. По Ю.Н. Караулову, «современные представления о языке как объекте языкознания покоятся на четырех китах, на четырех фундаментальных его свойствах – исторически обусловленном характере развития, психической природе, системно-структурных основах его устройства, социально обусловленном характере возникновения и употребления» [Караулов 2010: 15].

Многообразие культурных тенденций лучше всего прослеживается на примере концепции субкультур, составляющей представление о нормах, ценностях, идеалах различных социокультурных общностей. Под субкультурой, согласно П.С. Гуревичу, понимается суверенное целостное образование внутри господствующей (магистральной) культуры, обладающее самобытной системой ценностных ориентиров, собственными обычаями и нормами, кодексом поведения. Субкультурным общностям присущи автономность и герметичность. «Внутри различных обществ, групп рождаются специфические культурные феномены. Они закрепляются в особых чертах поведения людей, сознания, языка. По отношению к субкультурным явлениям возникла характеристика особой ментальности как специфической настроенности определенных групп» [Гуревич 1998: 236–237].

Иной точки зрения придерживается Т.Б. Щепанская. Порождающая этническая или национальная культура, в отличие от субкультурных социальных образований, обладает свойством самодостаточности. Субкультуры же, «неспособны к полностью

автономному самовоспроизводству, используют коды своей культуры, из которых заимствуют символы, несколько их трансформируя и перекодируя» [Щепанская 2004: 28–29]. Всякая субкультурная общность соотносит или противопоставляет собственные представления о норме и системе ценностных координат по отношению к материнской культуре. Социум, по мысли Т.Б. Щепанской, понимается как мультикультурное образование, объединяющее под своим началом соседствующие «культурные среды – нормативные и знаковые комплексы». Наряду с понятием субкультуры в научном обиходе выделяют концепцию «образа жизни», соотносимую с особенностями стратегий потребления общественных групп, и концепцию социальной стратификации, постулирующую утверждение, согласно которому культурная дифференциация выступает условием доступа к различным ресурсам, уровням и стилям потребления. Вслед за Т.Б. Щепанской к характерным проявлениям (вербальным и невербальным), составляющим идентичность той или иной субкультурной общности, мы относим: 1. общность менталитета, символики, лингвокультурного кода; 2. общность обычаев, ритуалов, норм, моделей и стереотипов поведения; 3. общность носителя культуры и ее порождающей среды [Там же].

По мнению Т.Г. Грушевицкой и А.П. Садохина, субкультуры представляют собой крупные составные части целостных локальных культур (этнических, национальных, социальных) и характеризуются определенной местной спецификой тех или иных черт. В отдельных аспектах субкультуры отличаются от господствующей культуры, но в главных ее детерминантах согласуются с ней [Грушевицкая, Садохин 2010: 13].

Военный социум и армейская субкультура *GI*

В рамках настоящего исследования нас интересует собственно армейский языковой коллектив США и его самобытные лингвокультурные артефакты, воплощенные в «речевом паспорте» *GI*.

Под воинским социумом, согласно И.А. Липскому, понимается социальное пространство жизненной активности военнослужащих, членов их семей, гражданского населения военных гарнизонов, городков и воинских частей. Военный социум есть устойчивая социальная общность, объединенная местом и условиями жизнедеятельности, спецификой воинского труда и быта [Липский 1998: 86].

В.А. Митрахович определяет военный социум как неотъемлемую часть общества, исторически сложившуюся устойчивую общность. Военный социум – «объединение людей, выполняющих общественно значимые социальные функции, имеющих корпоративные интересы, своеобразную культуру отношений и поведения, специфику нравственных, патриотических императивов и духовных ценностей, обусловленных профессиональной ролью защитника Отечества» [Митрахович 2009: 96]. Военный социум представляет собой исторически сложившуюся форму организации совместной жизнедеятельности, возникшую «как объективная потребность в передаче новым поколениям социального опыта вооруженной борьбы и воспитания социально зрелой личности воина» [Там же].

Социально-профессиональная группа военнослужащих определяется прежде всего онтологическим предназначением и самобытностью культурного наследия, особой ментальностью, историей, традициями, символикой, военным подъязыком, стандартами вербального и невербального поведения. Военный подъязык, по В.П. Коровушкину, интерпретируется как «совокупность фонетических, грамматических и лексических средств национального языка, обслуживающих речевое общение воен-

ного социума» [Коровушкин 2003: 57]. Коммуникативные потребности военного социума как единства военно-профессиональной и военно-корпоративной деятельности военнослужащих обслуживаются системой общих и специальных понятий.

Военный социум понимается нами как устойчивое социальное образование, характеризуемое единством правовых основ регламентации профессиональной деятельности, общественно значимых социальных функций, культурно-исторического наследия, менталитета, идиома и аксиологических ориентаций, условий жизненного уклада. Военному социуму присущи историческая преемственность, традиционность (принято различать, например, боевые традиции, традиции обучения, воспитания, воинского быта), ритуальность, институциональность, субкультурная самобытность. Военный социум представляет собой континуум и объединяет предшествующие, нынешние и грядущие поколения военнослужащих, членов их семей, гражданских служащих вооруженных сил. Ядро гетерогенного по своему составу военного социума составляет армейская (военная) субкультура, наделенная государством социально значимой функцией вооруженного насилия. Армейская субкультура – относительно автономная нормативно-семиотическая социокультурная среда в составе порождающей культуры. Армейская субкультурная общность характеризуется профессионально обусловленными картиной мира, символическим языком, системой морально-нравственных императивов, норм и традиций. Согласно боевому уставу ВС США *the Warrior Ethos and Soldier Combat Skills,* «воинская культура осмысливается как совокупность значимых суждений и ценностей. <…> Этический кодекс *GI* призван объединить сегодняшних американских военнослужащих с теми, кто отдал свои жизни во имя процветания США. Личное мужество, преданность собратьям по оружию, верность долгу выступают отличительными признаками концепции воинства» [FM 3-21.75 2008: 21][2].

Культурное наследие всякой социальной общности обнаруживает резистентность к темпорально обусловленной аксиологической энтропии лишь при условии преемственности накопленного социально-исторического опыта. Однако культурная память этноса не может передаваться генетически. Все знания, умения, навыки, модели поведения, традиции и обычаи живут в рамках культуры как сложной семиотической системы, регламентирующей поведение индивида в обществе. Межпоколенная эстафета социально значимого опыта подобна основному инстинкту самосохранения, присущего, по мысли З. Фрейда, всякому живому организму. Прекращение диалога поколений, в основе которого лежит трансляция опыта взаимодействия человека с внешним миром, грозит утратой национального самосознания, исторической памяти, идентичности. Сказанное позволяет заключить, что межпоколенный диалог, обеспечивающий стабильность и жизнеспособность этнокультурных систем, есть объективная, закономерная и необходимая потребность социальных сущностей. Одним из механизмов передачи социального опыта мыслится социально-психологический феномен стереотипизации. Наряду с когнитивной, ценностно-защитной, регулятивной, прогнозирующей, аффективной, компенсаторной и коммуникативной функциями, стереотипы наделены функцией аксиологической ретрансляции. В контексте армейской языковой стихии феномен стереотипизации выступает средством экспансии духовных ценностей субкультурной среды *GI* в диахроническом и синхроническом разрезах [Романов 2017: 122–123]. Полагаем, что устойчивые речевые формулы, определяемые нами как

[2] Перевод здесь и далее по тексту наш – А.Р.

девизы родов войск и видов вооруженных сил США, обнаруживают свойство стереотипогенности и с достаточным основанием могут быть отнесены к категории языковых средств и речевых форм экспликации этностереотипов армейской субкультуры.

В понятийных категориях лингвокультурологии термин «экспликация» (от лат. *explicatio* – истолкование, объяснение) соотносится с интерпретацией семантики стереотипа, выявлением его этимологических истоков, определением семантического диапазона и вариантов употребления. Под стереотипогенным потенциалом отдельно взятой содержательно-смысловой единицы языка (речи) понимается категория, план содержания которой отражает потенцию к имплицитной или эксплицитной трансляции оценок, свойств, характеристик как неизменно сопутствующих тому или иному объекту действительности. Отметим, что когнитивные процессы стереотипизации и категоризации как фундаментальные свойства человеческого сознания, обращенные вовне, не тождественны друг другу. Стереотипы возникают тогда, когда из всего многообразия свойств и характеристик стереотипизируемого объекта вычленяется лишь ограниченный набор характеристик: реальных или воображаемых. Обнаруживающая свойство стереотипогенности лексема, словосочетание или прецедентный феномен апеллирует в процессе коммуникации не собственно к денотату, а к совокупности ассоциируемых с денотатом дифференциальных признаков.

Девизы видов вооруженных сил и родов войск США

Как уже было упомянуто ранее, армейская субкультурная среда *GI* пользуется особым языковым кодом. Важную в роль в многообразии палитры армейского идиома играют устойчивые обороты речи, дающие добротный материал для лингвокультурологического анализа. Девизы воинских формирований относятся к текстовым произведениям официоза и выступают частной формой реализации армейских клише. Под последними понимаются ригидные языковые формулы, характеризуемые высокой воспроизводимостью в типичных условиях речевого общения членов армейского языкового коллектива.

Согласно «Словарю лингвистических терминов» О.С. Ахмановой, клише (англ. *cliché*, *stereotyped expression*, фр. *cliché*, нем. *Klischee*, *feste Wendung*, исп. c*liché*, *frase estereotipada*) представляет собой шаблонное, стереотипное выражение, подлежащие механическому воспроизведению в типичных речевых оборотах и бытовых контекстах, либо в определенном литературном направлении, диалекте и т. п. [СЛТ Ахманова 1969: 197].

Т.Г. Винокур определяет речевой штамп (от итал. *stampa* – печать) или клише как стилистически окрашенное средство речи, отложившееся в коллективном сознании носителей определенной лингвокультурной общности как «готовый к употреблению» знак для выражения определенного языкового содержания, имеющего экспрессивную или образную нагрузку. При условии частого и регулярного употребления штампом может стать любая структурная и содержательно-смысловая единица языка (речи) – слово и словосочетание, предложение или целостное высказывание (афоризм, пословица, поговорка, частое высказывание), лозунг, профессиональный речевой оборот, троп или фигура речи и т. п. [БЭЯ Винокур 1998: 588–589].

Согласно «Большому толковому словарю русского языка», под девизом (франц. *devise*) понимается лаконичное изречение или слово, в котором выражается руководящая идея поведения или деятельности кого-либо. В геральдике девиз представляет собой краткую надпись на гербе или щите [БТС 2000: 244]. Аналогичное определение

находим и в «Большой советской энциклопедии»: девиз – краткое изречение, выражающее руководящую идею, цель, программу действий [БСЭ Т. 13, 1950: 532].

Представляется, что понятия «девиз» и «слоган» в своем содержательном плане, если и не тождественны, то, по меньшей мере, близки друг другу и выступают частными формами реализации клише, обнаруживающему родовые признаки. В «Словаре иностранных слов» под редакцией Н.Г. Комлева находим следующее толкование слогана. Слоган (англ. *slogan* – лозунг, девиз): 1. короткий лозунг, выражающий какой-либо взгляд или представляющий рекламу товара; сжатая, ясная и легко воспринимаемая формулировка рекламной идеи. 2. шаблонный речевой оборот, банальное лозунговое клише, шумная фраза [http://www.inslov.ru].

Под слоганом Т.К. О'Гинн, К. Томас, К.Т. Аллен и Р.Дж. Семеник понимают короткую фразу, на основе которой какая-либо организация формирует в сознании людей образы, представления и стереотипы идентичности с целью повышения узнаваемости данной организации. Кампания по набору рекрутов в вооруженные силы США имеет почти столетнюю историю и понимается как совокупность рекламных технологий. Цель кампании – привлечение молодежи на военную службу и повышение ее престижа. Сам же институт вооруженных сил рассматривается как некий бренд. Слоган выступает в качестве сокращенной идентификации либо бренда как такового (вооруженных сил США), либо составляющих его кластеров (родов войск и видов вооруженных сил США). Слоган может также транслировать информацию о положительных свойствах, присущих военнослужащим данного воинского формирования, подчеркивать его исключительность и элитарность[O'Guinn, Thomas, Allen, Semenik 2000: 380].

Подчеркнем, что понятия имиджа и образа не тождественны друг другу. Имидж (*англ. image*, от *лат. imago* – образ, вид) представляет собой целенаправленно формируемый образ того или иного объекта действительности, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию, в целях его популяризации, рекламы и т. п. Имидж, по И.В. Сидорской, конструируется в соответствии с четко сформулированными целями, по определенным программам, с применением соответствующих технологий [Сидорская 2015: 66]. Через посредство слогана каждый род войск ВС США проецирует определенный имидж. Так, например, элитные подразделения Корпуса морской пехоты всегда ассоциировались с героическим нарративом, боевыми действиями на передовой, отвагой, мужеством, идеей исключительности братства морских пехотинцев. Поясним сказанное на примерах: *"Smack 'Em Down! US Marines", "Want Action? Join U.S. Marine Corps!","We're Looking for a Few Good Men"* и "*The Few, the Proud, the Marines", "We Don't Promise You a Rose Garden", "The Marine Corps Builds Men"* [https://www.wearethemighty.com], [Романов, 2017: 104]. Приведенные вербовочные слоганы эксплицируют сему элитарности, принадлежности морских пехотинцев к особой касте военнослужащих ВС США.

Далее мы предлагаем обратиться к анализу воинских девизов ВС США, отражающих автостереотипы армейского языкового коллектива. Напомним, что по принадлежности субъекта стереотипизации к определенной социальной общности принято различать автостереотипы и гетеростереотипы. Для автостереотипов характерна тенденция к закреплению положительных или нейтральных антропологических, интеллектуальных, культурных, поведенческих и иных примет собственной национальной (этнической) общности или ее конкретных социальных групп [Крысько 2008: 75]. Представляется важным сделать оговорку о том, что в рамках настоящего исследова-

ния понятие автостереотипа соотносится с саморефлексией членов социально-профессиональной среды военнослужащих.

В настоящее время организационно-штатная структура ВС США представлена пятью самостоятельными видами вооруженных сил: сухопутными войсками (*U.S.* Army), военно-морскими силами (*U.S. Navy*), военно-воздушными силами (*U.S. Air Force*), морской пехотой (*U.S. Marine Corps*) и береговой охраной (*U.S.* Coast *Guard*). Национальная гвардия армии США выступает организованным резервом сухопутных войск и военно-воздушных сил США, который может быть задействован в чрезвычайных ситуациях губернаторами штатов для ликвидации последствий стихийных бедствий, поддержания правопорядка и др. Кроме того, в 2018 г. президентом США Д. Трампом было анонсировано решение о формировании шестого вида вооруженных сил – космических войск.

1. Сухопутные войска (**С**В) были учреждены 14 июня 1775 г. Основное назначение СВ – ведение наземных боевых действий по всему спектру военных операций. Сухопутные войска включают в себя три основных компонента: регулярные сухопутные войска (*Regular Army*), Национальную гвардию сухопутных войск (*Army National Guard*) и резерв сухопутных войск (*Army Reserve*). В настоящее время в состав СВ США входят следующие рода войск:

1. Боевые рода войск (*combat arms*) – пехота (*Infantry*), артиллерия ПВО (*Air Defense Artillery*), полевая артиллерия (*Field Artillery*), бронетанковые войска (*Armor*), армейская авиация (*Army Aviation*), инженерные войска (*Corps of Engineers*);

2. Рода войск боевой поддержки и непосредственного обеспечения боевых действий (*combat support arms*) – войска связи (*Signal Corps*), военная полиция (*Military Police*), химические войска (*Chemical Corps*), военная разведка и РЭБ (*Military Intelligence*);

3. Рода войск тылового обеспечения (*combat service support*) – генерал-адъютантская служба (*Adjutant General's Corps*), финансовая служба (*Finance Corps*), транспортная служба (*Transport Corps*), медицинская служба (*Medical Corps*) и др. [Шевчук 2016: 127, 130].

Ядро этоса как совокупности моральных императивов названного вида вооруженных сил составляют следующие ключевые концепты: *loyalty, duty, respect, selfless service, honor, integrity and personal courage* – преданность, долг, уважение, беззаветная служба, честь, сплоченность и личное мужество.

Официальным девизом СВ вооруженных сил США выступает лаконичное "*This we'll defend"*. Дословный перевод изречения не дает ответа на вопрос о том, что же подразумевается под указательным местоимением *this*. В чем заключается имплицитный посыл девиза? Степень понимания коннотативного содержания минимального текстового фрагмента напрямую зависит от фоновых знаний интерпретатора, тесно перекликающихся с культурно-историческим контекстом и глубиной герменевтического анализа.

Основное предназначение Континентальной армии США, сформированной в июне 1775 г., заключалось прежде всего в поддержке национально-освободительного движения и защите американских поселений от колониального гнета Британской короны, о чем свидетельствует приводимая ниже цитата Дж. Вашингтона: "*The Army of the United Colonies, and of all the forces now raised, or to be raised, by them, and of all others who shall voluntarily offer their service, and join the said Army for the Defence of American*

liberty, and for repelling every hostile invasion thereof" [http://www.loc.gov]. Импликация девиза заключается в том, что военнослужащие призваны защищать свободу и американский образ жизни, выступающие ключевыми ценностными категориями американской нации (Odierno 2012). На основе приведенного изречения в сознании реципиента выстраивается милитарная метафорическая модель *U.S. Soldier – Defender of Freedom and American Way of Life*. Именно поэтому официальный девиз СВ США подлежит переосмыслению: "*This we'll defend"*– «На страже свободы США» [Engel 2015].

Воинский девиз есть не что иное, как воплощенная в знаках языка манифестация субкультурной общности армейского языкового коллектива. В качестве иллюстративного материала приведем следующие девизы боевых соединений регулярных СВ (дивизии, отдельные бригады, полки), эксплицирующие систему ценностных ориентаций *GI*. *"Duty, Honour, Country"* – «Долг, Честь, Отечество» (U.S. Military Academy at West Point), *"All the Way!"* – «От начала и до конца!» (82nd Airborne Division), *"Rendezvous with Destiny"* (*"Ne desit Virtus"*) – «Рандеву с судьбой» (101st Airborne Division), "*Climb to Glory*" – «Восхождение к славе» (10th Mountain Division), *"If not US, Who? If not Now, When?"* – «Если не Мы, то Кто? Если не Сейчас, то Когда?» (173rd Airborne Brigade), *"Iron soldiers!"* – «Железные воины!» (1st Armored Division), "*No Mission Too Difficult, No Sacrifice Too Great – Mission First!"* – «Не бывает невыполнимых задач, не бывает слишком больших жертв, боевая задача превыше всего!», *"Duty First, First to Fight"* – «Долг превыше всего, первыми в бой» (1st Infantry Division), *"Steadfast and Loyal"* – «Непреклонные и верные» (4th Infantry Division), *"Ready to Strike, Anytime, Anywhere"* – «К бою готовы в любое время и в любом месте» (2nd Cavalry Regiment), *"Facta Non Verba"* (*"Deeds, not Words"*) – «Не словом, но делом» (143rd Field Artillery Regiment), *"Hell on Wheels"* – «Преисподняя на колесах» (2nd Armored Division), *"Leadership and Integrity"* – «Лидерство и сплоченность» (4th US Army), "*De oppresso liber*" (*"To free the oppressed"*) – "Освободить угнетенных" (U.S. Army Special Forces) [http://www.military-quotes.com], [https://www.wearethemighty.com], [Шевчук 2016: 137–138]. Семантическое ядро приведенных девизов родов войск и видов вооруженных сил США, пронизанных духом самоотречения ради всеобщего национального процветания, может быть интерпретировано следующим образом: военная служба – величайшая честь и наивысшая форма проявления любви к Отечеству.

2. Военно-морские силы (ВМС) были сформированы 13 октября 1775 г. для решения оперативных и стратегических задач на морских и океанских ТВД. ВМС США являются универсальным видом вооруженных сил, предназначенным для решения различных задач стратегического или оперативного масштаба. Военно-морские силы США включают в себя флот, авиацию и морскую пехоту. ВМС США сводятся в Атлантический и Тихоокеанский флоты, имеющие в своем составе подводные, надводные и воздушные силы, силы морской пехоты, а также береговые командования центрального подчинения и межфлотские командования [Шевчук 2016: 253].

Ключевые ценности ВМС включают: *honor, courage and commitment* – честь, отвага, преданность. Официальным девизом выступает латинское *"Semper Fortis"* (*"Ever Strong"*) – «Всегда сильны». Неофициальный слоган вышеупомянутого вида вооруженных сила также восходит к **латыни:** *"Non Sibis ed Patriae"* (*Not for self but for country*) – «Не для себя, Отчизны ради» [https://www.reference.com]. Обратимся к примерам армейских девизов ВМС США. *"The Only Easy Day was Yesterday"*– «Единственный легкий день был вчера» (U.S. Navy SEALs), *"Potius Mori Quam Foedar"* (*Death*

Before Dishonor) – «Лучше смерть, чем позор» (Massachusetts Maritime Academy Honor Guard), "*So Others May Live"* – «**Чтобы другие могли жить»** (U.S. NAVY Search and Rescue (SAR), *"In God We Trust. All Other We Monitor."* – **«На Господа уповаем. Но остаемся всегда начеку» (**Naval Intelligence) [http://www.military-quotes.com].

3. Военно-воздушные силы (ВВС), учрежденные 18 сентября 1947 г., предназначены для обеспечения национальной безопасности в воздухе, в космосе и в киберпространстве. В своем составе ВВС США имеют 10 командований – 8 целевых и 2 территориальных и Национальную гвардию ВВС. Военно-воздушные силы США включают следующие рода войск: бомбардировочную авиацию, штурмовую авиацию, истребительную авиацию, разведывательную авиацию, военно-транспортную авиацию, авиацию специального назначения [Шевчук 2016: 269].

Основными моральными императивами американских ВВС выступают следующие ключевые концепты: *integrity first, service before self and excellence in all we do* – приоритет сплоченности воинского коллектива, главенство воинского долга перед личными интересами, превосходство во всем.

Официальным девизом ВВС США, имеющим вокативно-ответную структуру, выступает *"Aim High… / Response: Fly-Fight-Win"* – «Ставить перед собой высокие цели… / Ответ: Летать, сражаться, побеждать». Перед нами двухсоставная речевая формула, в первом компоненте которой реализован призыв, а во втором – отражена готовность американских летчиков к исполнению воинского долга [http://www.af.mil]. В качестве иллюстративного материала послужат следующие армейские девизы ВВС США. *"Libertatem Defendimus"* (*"Liberty We Defend"*) – «**На страже свободы» (**2nd Bomber Wing (2nd BW)), *"Mors Ab Alto"* (*"Death From Above"*) – *«Разящие небеса»* (7th Bomber Wing (7th BW)), "*Semper Paratus"* ("*Always Prepared"*) – «**Всегда во всеоружии» (**9th Reconnaissance Wing (9th RW)), *"Aut Vincere Aut Mors"* (*"Win or Die"*) – «**Одержать победу или пасть в бою»** (1st Fighter Wing (1st FW)).

4. Морская пехота (МП) как вид вооруженных сил была сформирована 10 ноября 1775 г. и предназначена для проведения десантных операций и ведения боевых действий в приморской зоне. Морская пехота представляет собой силы передового базирования ВС США, способные не только высаживаться и закрепляться в районе десантирования, но и самостоятельно вести боевые действия некрупного масштаба в рамках операций по подавлению действий повстанцев, контртеррористических операций [Шевчук 2016: 298–299].

МП разделяет те же фундаментальные ценности, что и ВМС. Официальный девиз МП – *"Semper Fidelis"/"Semper Fi"* (*"Ever Faithful"*) – **«Всегда верны»**. **Упомянутый слоган Морской пехоты ассоциируется с абсолютной приверженностью морских пехотинцев идеалам Корпуса и верностью стране даже после ухода в отставку** [Engel 2015], [Redmond et al. 2013: 11], [http://www.military-quotes.com]. Обратимся к иллюстративному материалу. *"Make Peace or Die"* – «Установить мир или погибнуть» (1st Battalion, 5th Marines), *"Strike for Freedom"* – «В бой во имя свободы» (3rd Corps Artillery), *"Whatever it Takes"* – «Чего бы это ни стоило» (1st Battalion, 4th Marines) [http://www.military-quotes.com], [https://www.wearethemighty.com].

5. Береговая охрана (БО) была сформирована 4 августа 1790 г. и представляет собой военную службу, ответственную за соблюдение федерального законодательства и обеспечение безопасной навигации судов как в открытом море, так и во внутренних водах США. Береговая охрана играет роль морского правоохранительного ведомства,

юрисдикция которого распространяется как на внутренние, так и международные воды. В правоохранительной роли БО США препятствует нелегальной миграции, контрабанде наркотиков, обеспечивает безопасность портов, судоходных путей и береговой инфраструктуры. Кроме того, Береговая охрана обеспечивает безопасность морских рубежей США, проводит поисково-спасательные операции на море и занимается обслуживанием речных, береговых и морских навигационных средств [Шевчук 2016: 310].

Система аксиологических доминант упомянутого вида войск включает: *honor, respect and devotion to duty* – честь, уважение и верность долгу. Официальным девизом Береговой охраны является *"Semper Paratus"* (*"Ever Ready"*) – **«Всегда готовы»** [Redmond et al. 2013: 1], [http://www.military-quotes.com].

Заключение

Приведенный языковой материал, на наш взгляд, позволяет зафиксировать ключевые ценностные ориентиры военнослужащих США и убедительно подкрепляет выдвигаемый нами тезис о наличии стереотипогенного потенциала в клишированных оборотах речи. Воинские девизы, таким образом, с достаточным основанием могут быть отнесены к категории продуктивных языковых средств экспликации стереотипов армейской социально-профессиональной среды. Отметим, что для клишированных речевых формул характерно широкое употребление латыни. По-видимому, латынь несет на себе функцию означивания принадлежности к высоким традициям христианских ценностей, уходящих корнями в христианскую культуру. Обращение к латыни свидетельствует о высоком стиле устойчивых речевых формул армейского официоза. Коннотативный компонент армейских девизов апеллирует к культурно-историческому наследию социально-профессиональной среды *GI* и требует эксплицитного развертывания системы смыслов, остающихся вне поля зрения человека непосвященного. Отличительными свойствами девизов выступают семантическая имплицитность, вокативность, лаконичность, метафоричность, широкое использование латинизмов, стереотипогенность. Воинские девизы ВС США отражают упрощенные представления массового сознания носителя англосаксонской лингвокультуры о ментальности, идеалах, морально-нравственных ориентациях субкультурной общности *GI*.

Лингвокультурологический анализ девизов родов войск и видов вооруженных сил США позволяет объективировать национальную культуру через язык и текстовые произведения, а также запечатлеть своеобразие армейского идиома в аспекте генезиса и функционирования культуры. Взаимодействие языков и культур, заключает Б.Л. Бойко, предполагает знание противоположной стороны. «Это знание приобретается в ходе освоения всего того, что имеется в предметах культуры, фольклоре, реалиях повседневной жизни народа, наконец, в текстах письменных и устных <…>» [Бойко 2008: 67].

Литература

Бойко Б.Л. Основы теории социально-групповых диалектов: монография / Б.Л. Бойко. М.: Военный университет, 2008. 184 с.

Винокур Т.Г. Речевой штамп // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Советская Энциклопедия, 1998. 685 с.

Большой энциклопедический словарь. Языкознание / гл. ред. В. Н. Ярцева. 2 изд. М.: Большая Российская Энциклопедия, 1998. 685 с.

Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. Спб., Норинт, 2000. 1536 с.

Большая Советская Энциклопедия: в 50 т. / гл. ред. С.И. Вавилов. 2-е изд. Т. 13. М.: Большая Советская Энциклопедия, 1950.

Грушевицкая Т.Г., Садохин А.П. Культурология. Учебник. М.: Unity, 2010. 686 с.

Гуревич П.С. Культурология. XX век: энциклопедия в 2 т. Т.2. СПб.: Университетская книга; Алетей, 1998. 447 с.

Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 246 с.

Коровушкин В.П. Нестандартная лексика в английском и русском военных подъязыках (понятийный аппарат социолексикологического описания) // Вестник ОГУ. № 4. 2003. С. 53–59.

Крысько В.Г. Этническая психология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.Г. Крысько. 2-е изд., стереотип. М.: Академия, 2008. 320 с.

Липский И.А. Военно-социальная работа на уровне человека // Армия и общество. 1998. № 1. С. 84–95.

Митрахович В.А. Научно-педагогические характеристики военного социума // Образование и наука. 2009. № 7 (64). С. 95–103.

Романов А.С. Речевые клише армейской субкультуры США в контексте этнокультурной стереотипизации // Вопросы психолингвистики. М.: Институт языкознания РАН, 2017. 3(33). С. 122–135

Романов А.С. Этнические стереотипы армейской субкультурной среды США в знаках языка и культуры: монография / А. С. Романов. М.: Военный университет, 2017. 231 с.

Сидорская И.В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики, 2015 г. / Сост. Л.А. Капитанова, В.В. Фролов. Псков: Псковский государственный университет, 2015. С. 64–84.

Словарь лингвистических терминов / ред.-сост. О.С Ахманова. М.: Советская энциклопедия, 1969. 608 с.

Судзиловский Г.А. Сленг – что это такое? Английская просторечная военная лексика / Г.А. Судзиловский. М.: Воениздат, 1973. 182 с.

Шевчук В.Н. Справочник военного переводчика. Спб.: Русь, 2016. 400 с.

Щепанская Т.Б. Система: тексты и традиции субкультуры / Т.Б. Щепанская. М.:ОГИ, 2004. 286.

Allport G.W. (1954). The Nature of Prejudice / G.W. Allport. Reading, MA: Addison-Wesley. 350.

Af.mil. U.S. Air Force [Электронный ресурс]. – URL: http://www.af.mil/ News/ ArticleDisplay/tabid/223/Article/115367/aim-high-fly-fight-win-to-be-air-force-motto.aspx (дата обращения: 14.06.18).

Dickson P. War Slang : America fighting words and phrases since the Civil War / P. Dickson. – 2nd ed. Dulles, Virginia: Brassey's Inc, 2003. 428 p.

Engel R. The brief history of each branch's motto [Электронный ресурс]. – URL: https://www.military1.com/military-lifestyle/article/1553206014-the-brief-history-of-each-branchs-mott / (дата обращения: 12.05.18).

Loc.gov [Электронный ресурс]. – URL: http://www.loc.gov/teachers/classroommaterials/presentationsandactivities/presentations/timeline/amrev/contarmy/drafts.html (дата обращения: 20.05.18).

Military-quotes.com [Электронный ресурс]. – URL: http://www.militaryquotes.com/mottos/US%20Army%20and%20Corps.htm (дата обращения: 10.06.18).

Odierno R. Armylive.dodlive.mil [Электронный ресурс]. – URL: http://armylive.dodlive.mil/index.php/2012/07/independence-day-2012 / (дата обращения: 18.04.18).

O'Guinn T.C., Thomas C., Allen C.T., Semenik R.J. Advertising (2nd edition) / T.C. 'Guinn, C. Thomas, C.T. Allen, R.J. Semenik. – Cincinnati, OH: International Thomson Press/South-Western Publishing, 2000.

Redmond S.A. et al. (2013). A brief introduction to the military workplace culture. Wilcox S.L., Campbell S., Kim A., Finney K., Barr K. Hassan A.M. LA,CA, USA, 20. [Электронный ресурс]. – URL: https://pdfs.semanticscholar. org/2dec/8a2c61dd8ee3330c6c31583dbfc4b3fd5652.pdf (дата обращения: 05.09.18).

The Warrior Ethos and Soldier Combat Skills. FM 3-21.75 (FM 21-75). Headquarters Department of the Army Washington, DC, 2008 [Электронный ресурс]. – URL: https://www.globalsecurity.org/military/library/policy/ army/fm/3-21-75/fm3-21-75.pdf (дата обращения: 20.06.18).

Reference.com. What is the US Navy's Motto? [Электронный ресурс]. – URL: https://www.reference.com/government-politics/navy-s-motto-1f79eb1 a6bff720a (дата обращения: 11.04.18)

We are the mighty.com. 19 of the coolest military unit mottos [Электронный ресурс]. – URL: – Режим доступа: https://www.wearethemighty.com/ articles/military-mottos (дата обращения: 20.06.18).

THE GI AXIOLOGICAL REFERENCE SYSTEM REFLECTED THROUGH MOTTOS OF THE U.S. ARMED FORCES' SERVICES AND BRANCHES

Alexander S. Romanov
PhD in philology, doctoral degree candidate
32nd Department of English Language
Military University
Russian Federation Defense Ministry
Volochaevskaya str., bld. 3/4, Moscow, Russia, 111033
biyalka@mail.ru

The current research investigates the nature of relations between phenomena of ethnos, culture, and language. The object embraces stereotypical representations of certain aspects of the social institution of the U.S. Armed Forces and the army subcultural milieu, which prevail in native speakers' mass linguistic consciousness. The subject of this paper dwells on the U.S. Armed Forces services and branches *mottos* seen as a productive language tool for explicating ethnic stereotypes of the military subculture. Imbued with the spirit of cohesion and patriotism, army mottos are a means to display belonging to a particular unit. Vested

with the function of axiological retransmission, mottos of military units make up an essential part of the army idiom and contribute to shaping and reinforcing stereotypes of the collective consciousness. Obviously, slogans belong to the complex of language artefacts reflecting GI's dominant values, behavioral patterns, world outlook and the sphere of concepts. Thus, the military motto is comprehended as a stereotypogenic language tool intended to manifest values and corporate ethics of the U.S. military.

Keywords: U.S. Armed Forces, military subculture, GI, stereotyping, stereotype, linguistic means and forms for explicating ethnic stereotypes, military motto, mottos of the U.S. Armed Forces services and branches

References

Bojko B.L. (2008) Osnovy teorii social'no-gruppovyh dialektov: monografiya / B.L. Bojko [Fundamentals of the Theory of Social Group Dialects: Monograph / B.L. Boiko]. M.: Voennyj universitet. 184 P. (In Russian)

Vinokur T.G. (1998) Rechevoj shtamp // Lingvisticheskij enciklopedicheskij slovar' / Gl. red. V.N. Yarceva [Cliché // Linguistic Encyclopedic Dictionary / Ed.-in-chief V.N. Yartseva]. M.: Sovetskaya Enciklopediya. 685 P. (In Russian)

Bol'shoj enciklopedicheskij slovar'. Yazykoznanie (1998) / Gl. red. V.N. Yarceva [Great Encyclopedic Dictionary. Linguistics / Ed.-in-chief V.N. Yartseva]. 2 izd. M.: Bol'shaya Rossijskaya Enciklopediya. 685 P. (In Russian)

Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka (2000) / cost. i gl. red. S.A. Kuznecov [Great Explanatory Dictionary of the Russian language / Comp. and ed.-in-chief S.A. Kuznetsov]. Spb., Norint. 1536 P. (In Russian)

Bol'shaya Sovetskaya Enciklopediya: v 50 t. (1950) / gl. red. S.I. Vavilov [Great Soviet Encyclopedia: in 50 vol. / Ed.-in-chief S.I. Vavilov]. 2-e izd. T. 13. M.: Bol'shaya Sovetskaya Enciklopediya. (In Russian)

Grushevickaya T.G., Sadohin A.P. (2010) Kul'turologiya. Uchebnik [Culturology. Textbook / T.G. Grushevickaya, A.P. Sadohin]. M.: Unity. 686 P. Print. (In Russian).

Gurevich P.S. (1998) Kul'turologiya. XX vek: enciklopediya v 2 t. [Culturology. XX Century: encyclopedia in 2 vol. / P.S. Gurevich]. T.2. SPb.: Universitetskaya kniga; Aletej. 447 P. (In Russian)

Karaulov Yu.N. (2010) Russkij yazyk i yazykovaya lichnost' [The Russian Language and Linguistic Identity / Y.N. Karaulov]. Izd. 7-e. M.: Izdatel'stvo LKI. 246 P. (In Russian).

Korovushkin V.P. (2003) Nestandartnaya leksika v anglijskom i russkom voennyh pod"yazykah (ponyatijnyj apparat socioleksikologicheskogo opisaniya) [Non-standard vocabulary in the English and Russian military sublanguages (the conceptual framework of the sociolexicological description)] // Vestnik OGU [OGU Letters] 4: 53–59. (In Russian)

Krys'ko V.G. (2008) Etnicheskaya psihologiya: ucheb. posobie dlya stud. vyssh. ucheb. Zavedenij / V.G. Krys'ko [Ethnic psychology: textbook for students of higher educational institutions / V.G. Krysko]. 2-e izd., stereotip. M.: Akademiya. 320 P. (In Russian)

Lipskij I.A. (1998) Voenno-social'naya rabota na urovne cheloveka [Human-Oriented Military-Social Work] // Armiya i obshchestvo. [Army and Society] 1: 84–95. (In Russian)

Mitrahovich V.A. (2009) Nauchno-pedagogicheskie harakteristiki voennogo sociuma [Scientific and pedagogical characteristics of military society] // Obrazovanie i nauka [Education and Science] 7 (64): 95–103. (In Russian)

Romanov A.S. (2017) Rechevye klishe armejskoj subkul'tury SShA v kontekste etnokul'turnoj stereotipizacii [Speech clichés of the U.S. military subculture in the context of ethnocultural stereotyping] // Voprosy psiholingvistiki [Journal of Psycholinguistics] 3(33): 122–135 M.: Institut yazykoznaniya RAN. (In Russian)

Romanov A.S. (2017) Etnicheskie stereotipy armejskoj subkul'turnoj sredy SShA v znakah yazyka i kul'tury: monografiya / A.S. Romanov [Ethnic stereotypes of the U.S. military subcultural environment in signs of language and culture: monograph / A.S. Romanov]. M.: Voennyj universitet. 231 P. (In Russian)

Sidorskaya I.V. (2015) «Obraz» ili «imidzh» strany: chto reprezentiruyut SMI ["Picture" or "image" of the country: what is represented by the media] // Aktual'nye problemy issledovaniya kommunikacionnyh aspektov PR-deyatel'nosti i zhurnalistiki / Sost. L.A. Kapitanova, V.V. Frolov. Pskov: Pskovskij gosudarstvennyj universitet. Pp. 64–84. (In Russian)

Slovar' lingvisticheskih terminov (1969) / red.-sost. O.S. Ahmanova [The Dictionary of Linguistic Terms / ed. and compiled by O.S. Akhmanova.]. M.: Sovetskaya enciklopediya. 608 P. (In Russian).

Sudzilovskij G.A. (1973) Sleng – chto eto takoe? Anglijskaya prostorechnaya voennaya leksika [Slang – what is it? English military colloquialisms]. M.: Voenizdat. 182 P. (In Russian)

Shevchuk V.N. (2016) Spravochnik voennogo perevodchika [Military Intepreter's Reference Book / V.N. Shevchuk]. Spb.: Rus'. 400 P. (In Russian)

Shchepanskaya T.B. (2004) Sistema: teksty i tradicii subkul'tury [System: subcultural texts and traditions] M.: OGI. 286 P. Print. (In Russian)

Allport G.W. (1954). The Nature of Prejudice / G.W. Allport. Reading, MA: Addison-Wesley. 350 P.

Af.mil. U.S. Air Force. URL: http://www.af.mil/News/ArticleDisplay/tabid/223/Article/115367/aim-high-fly-fight-win-to-be-air-force-motto.aspx (retrieval date: 14.06.18)

Dickson P. (2003) War Slang: America fighting words and phrases since the Civil War / P. Dickson. – 2nd ed. Dulles, Virginia: Brassey's Inc. 428 P.

Engel R. The brief history of each branch's motto. URL: https://www.military1.com/military-lifestyle/article/1553206014-the-brief-history-of-each-branchs-motto/ (retrieval date: 12.05.18)

Loc.gov URL: http://www.loc.gov/ teachers/ classroommaterials/presentationsandactivities/presentations/timeline/amrev/contarmy/drafts.html (retrieval date: 20.05.18)

Military-quotes.com URL: http://www.militaryquotes.com/mottos/US%20Army%20and%20Corps.htm (retrieval date: 10.06.18)

Odierno R. Armylive.dodlive.mil URL: http://armylive.dodlive.mil/index.php/2012/07/independence-day-2012/ (retrieval date: 18.04.18)

O'Guinn T.C., Thomas C., Allen C.T., Semenik R.J. (2000) Advertising (2nd edition) / T.C. O'Guinn, C. Thomas, C.T. Allen, R.J. Semenik. – Cincinnati, OH: International Thomson Press/South-Western Publishing.

Redmond S.A. et al. (2013). A brief introduction to the military workplace culture. Wilcox S.L., Campbell S., Kim A., Finney K., Barr K. Hassan A.M. LA, CA, USA, 20. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/2dec/8a2c61dd8ee3330c6c31583dbfc4b3fd5652.pdf (retrieval date: 05.09.18).

The Warrior Ethos and Soldier Combat Skills. FM 3-21.75 (FM 21-75). Headquarters Department of the Army Washington, DC, 2008. URL: ttps://www.globalsecurity.org/military/library/policy/army/fm/3-21-75/fm3-21-75.pdf (retrieval date: 20.06.18).

Reference.com. What is the US Navy's Motto? URL: https://www.reference.com/government-politics/navy-s-motto-1f79eb1a6bff720a (retrieval date: 11.04.18)

We are the mighty.com. 19 of the coolest military unit mottos. URL: https://www.wearethemighty. com/articles/military-mottos (retrieval date: 20.06.18)