

Салихова Э.А.¹⁾, Кушнарёва А.В.²⁾

**ЦЕЛЬ ОПРАВДЫВАЕТ СРЕДСТВА:
АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ПАРЕМИИ В СОВРЕМЕННОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)[©]**

¹⁾ Институт этнолингвистических исследований им. Р.Г. Кузеева,
Уфимский федеральный исследовательский центр РАН,

²⁾ Уфимский университет науки и технологий,
Россия, Уфа, Salelah12@yandex.ru

Аннотация. В статье исследуются особенности образного выражения «цель оправдывает средства», сравниваются немецкие антипословицы с неопаремиями студентов, полученными в условиях психолингвистического эксперимента на русском и немецком языках. Выделены такие основные стратегии ассоциирования, как включение исходной паремии в новую ситуацию, реакции, связанные с раскрытием ассоциативного потенциала отдельных компонентов исходного стимула, и др.

Ключевые слова: антипословица; ассоциативный потенциал слова; ассоциативный эксперимент; неопаремия; паремическая картина мира.

Поступила: 01.05.2023

Принята к печати: 17.07.2023

Salikhova E.A.¹⁾, Kushnareva A.V.²⁾

The end justifies the means: axiological landmarks of proverbs
in modern discourse (based on the material in Russian and German)[©]

¹⁾ R.G. Kuzeev Institute for Ethnological Studies,
Ufa Scientific Center of the Russian Academy of Sciences,
²⁾ Ufa University of Science and Technology,
Russia, Ufa, Salelah12@yandex.ru

Abstract. The authors reflect on the features of the figurative saying “The End Justifies the Means”, compare German anti-proverbs with students’ neoparemiias obtained in the context of a psycholinguistic experiment in Russian and German. Such key association strategies as the inclusion of the initial proverb in a new situation, the reactions associated with the disclosure of the associative potential of individual components of the initial stimulus have been identified.

Keywords: anti-proverb; associative potential of the word; association experiment; neoparemia; paremic picture of the world.

Received: 01.05.2023

Accepted: 17.07.2023

Введение

Изучение аксиологического потенциала фразеологических единиц (фразеоединиц) языка весьма актуально в настоящее время, когда возрождаются традиционные национальные ценности. Устойчивое выражение *цель оправдывает средства* об оправдании безнравственных поступков ради реализации своих намерений традиционно приписывают представителю итальянского Возрождения, политическому деятелю и мыслителю Никколо Макиавелли (1469–1527), ссылаясь на его известное сочинение «Государь» (1512). По другим источникам, впервые это выражение употребил Игнатий де Лойола [Цель оправдывает ...]. Философы находят аналогичные идеи у английского мыслителя Томаса Гоббса (1588–1679), который в книге «О гражданине» писал: «...всякий имеет право применить все средства и совершить всякое действие, без коих он не в состоянии охранить себя». Эти высказывания впоследствии легли в основу морали ордена иезуитов [Мокиенко, 2012, с. 389].

Сегодня точно определить создателя и происхождение ставшей классической фразы невозможно. В дальнейшем высказывание было использовано другими богословами, прозаиками и философами. Его популярность возросла в связи с тем, что высказывание отнесли к афоризмам с морализаторским оттенком. Относительно решения проблемы соотношения целей и средств сформулирована антитеза иезуитизма / макиавеллизма и абстрактного гуманизма. Принято считать, что иезуиты, а также Н. Макиавелли проповедовали принцип, согласно которому цель оправдывает средства, а абстрактные гуманисты (Л.Н. Толстой, М. Ганди, А. Швейцер) утверждали, что действительная ценность средств целиком обуславливает ценность достигаемых результатов [Ивин, 2004].

Вопрос о паремиологическом статусе изречения остается открытым: так, в «Большом словаре русских поговорок» исследуемое выражение причисляется к поговорке разговорного стиля [Мокиенко, Никитина, 2007, с. 729]. В изданном в 2012 г. словаре «Давайте говорить правильно. Пословицы в современном русском языке» автор-составитель полагает, что изречение можно отнести к пословицам книжного стиля речи [Мокиенко, 2012, с. 389]. В доступных для изучения лексикографических источниках на немецком языке [Daum, Schenk, 2009; Der Zweck heiligt die Mittel] указывается, что образное выражение является пословицей (*ein Sprichwort*).

В рамках данной статьи авторы придерживаются широкой трактовки термина «паремия», под которой, вслед за Л.Б. Кацюбой, понимается «пословица; высказывание, изречение, суждение, относящееся к пословице; краткое образное устойчивое высказывание, синтаксически оформленное как простое или сложное предложение, отражающее обобщенную формально закрепленную ситуацию, введенную в формулу, излагающее важную истину, наставление, правила или принципы поведения, нравственные законы, сформулированные на основе жизненного опыта» [Кацюба, 2013, с. 67]. В статье исследователя упоминаются синонимичные термины «паремия-трансформ(а)» / «неопаремия», обозначающие модифицированные паремиологические единицы, претерпевающие изменения на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях, но сохраняющие ассоциативно-смысловую связь с исходной узульной формой [там же, с. 70–71].

Попадая в современный русский / немецкий языковой субстандарт, неопаремии заряжаются его экспрессивной энергией. С сожалением приходится констатировать, что следствием процесса такого включения становится вульгаризация живой речи и языка СМИ. Хотелось бы, чтобы такое явление было преходящим, а язык сам нашел бы способы отсеивать зерна от плевел. Лингвистам, социолингвистам, психолингвистам и лингвокультурологам остается наблюдать за происходящими в настоящее время и ускорямыми возможностями компьютерной технологии языковыми изменениями, определять симптоматику настоящей болезни или реакцию здорового человека в процессе языковой игры либо в состоянии аффекта, выработать рекомендации, которые будут востребованы как терапевтические средства. Именно с таких позиций авторы статьи попытались систематизировать и описать имеющиеся данные (в т.ч. экспериментальные) на русском языке в сопоставлении с немецкоязычным материалом.

Будучи «результатом рефлексии человека над житейскими событиями», паремии занимают «центральное место в коммуникативном акте», характеризуя описываемую жизненную ситуацию с разных сторон [Алефиренко, Семененко, 2009, с. 261, 268]. Кроме того, паремии способны к реализации коммуникативной, креативной, pragматической и других функций в языке; способны к трансформации за счет наращивания ассоциативных смыслов и их актуализации в коммуникативном контексте, обусловленном не только межличностными, но и межкультурными, межконфессиональными отношениями вовлеченных в общение субъектов [Салихова, Мурсалимова, 2021]. Включение субстандартных единиц в паремиологические единицы – это динамическое явление, обладающее значительным экспрессивным потенциалом, доступным для этнолингвистической, социо- и психолингвистической интерпретации.

При сопоставлении форм паремии в русском и немецком языках отмечается общность их синтаксической формы: это простое двусоставное предложение, распространенное прямым дополнением, выраженным существительным в винительном падеже (Akkusativ) во множественном числе (средства – Mittel). В обоих языках сказуемое стоит в настоящем времени, что, с одной стороны,

отражает вневременной характер паремии, а с другой – придает некоторую категоричность высказыванию.

Как в немецком, так и в русском языках рассматриваемая паремия иллюстрирует поступки, связанные с негативными сопутствующими явлениями или аморальными действиями, которые могут быть оправданы, если они помогают достичь цели или положительного результата. К синонимичным паремоединицам в русском языке относят *игра стоит свеч / овчинка выделки стоит*; в немецком же языке – *Das Geld stinkt nicht* (деньги не пахнут) / *Not kennt kein Gebot* (нужда не знает заповедей) / *Wo gehobelt wird, da fallen Späne* (лес рубят – щепки летят) [Openthesaurus.de].

Из приведенных примеров становится ясно, что немецкий вариант паремии *Der Zweck heiligt die Mittel* обладает большим экспрессивным потенциалом, нежели русский аналог. Отчасти это положение подтверждается в отношении трансформированных паремоединиц, зафиксированных немецким исследователем В. Мидером в словарях антипословиц [Mieder, 1985; 1998]. Так, в сборнике *Verdrehte Weisheiten* зафиксированы 54 антипословицы, в то время как в русскоязычном источнике содержится лишь одна неопаремия [Адамчик, 2012, с. 303]. Большая экспрессия обозначенных немецких устойчивых единиц объясняется, скорее, тем, что категорию экспрессивности, как известно, рассматривают «в единстве когнитивных механизмов ее порождения, языковой репрезентации и последующего pragматического воздействия» [Гриченко, 2022, с. 51].

На уровне ментальных процессов важную роль в возникновении семантики экспрессивности играют намерения адресанта, его фоновые знания, стереотипные и конвенциально зафиксированные представления, а также внеязыковая действительность. Как следствие, речевая экспрессивность репрезентируется системноязыковыми носителями семантики экспрессивности (образность, интенсивность, эмоциональность, оценочность и пр.), pragматическая природа которых возникает на уровне сознания и присутствует на уровне языкового оформления, имея конечной целью воздействие на адресата [там же].

Методика исследования

Представим характеристику ассоциативного потенциала паремии *цель оправдывает средства* и ее трансформов в русском и немецком языке, используя материалы направленного ассоциативного эксперимента (далее – НАЭ), проведенного в 2020 г. с 85 студентами Уфимского государственного авиационного технического университета (ныне – Уфимский университет науки и технологий). В группу русскоговорящих испытуемых были включены обучающиеся технических специальностей УГАТУ в возрасте 18–20 лет, среди которых 20 девушек и 65 юношей. В ходе НАЭ участники получили задание придумать и написать на русском (изучающие немецкий язык и на немецком) языке собственное оригинальное продолжение 20 известных пословиц и поговорок, в числе которых предлагалось и «цель оправдывает средства». Были проанализированы 85 реакций на русском и 10 реакций на немецком языках.

Пилотный эксперимент с носителями немецкого языка был проведен в 2014 г. во время стажировки в г. Мангейм (ФРГ). Участниками исследования выступили 10 добровольцев (шесть женщин и четверо мужчин), граждан Германии от 24 до 63 лет. Испытуемые подтвердили, что знают пословицы и поговорки и охотно используют их в повседневной коммуникации. Участникам были предложены опросные листы с опорными словами 20 паремий, отбор которых был основан по признакам их известности носителям как немецкого, так и русского языков: (Например, *Der Apfel füllt nicht weit von dem Stamm* – яблоко от яблони..., *Ohne Fleiß kein Preis* – без труда..., *Der Zweck heiligt die Mittel* – цель оправдывает средства, *Eile mit Weile* – поспешишь... и другие). Параллельно нами рассмотрены примеры из словарей антипословиц В. Мидера, Х. Вальтрея и В.М. Мокиенко для описания ассоциативного потенциала изучаемой паремии.

Как выяснилось, самой частотной реакцией (40%) среди немецкоязычных испытуемых стала замена компонентов на основе их созвучия с исходным опорным словом (*Zweck* (цель) – *Dreck* (грязь) – *Speck* (шпик): *Der Dreck heiligt die Mittel* (грязь оправдывает средства), *Der Speck heiligt die Mittel* (шпик оправдывает средства), *Mit Speck fängt man Mäuse* (на шпик ловят мышей)). Респонденты ориентировались на форму ключевого слова, включая

его грамматический род, а также количество слогов в опорном слове. Интерес представила абсурдная на первый взгляд единичная антипословица *Der Zwerg reinigt die Kittel* (*гном чистит халаты*). Данная окказиональная форма возникла около 30 лет назад на передаче «Колесо фортуны», аналогом которой является отечественное шоу «Поле чудес». Участник неправильно ответил на задание «*Der _we_ _ei_igt die _ittel*», и с тех пор форма *Гном чистит халаты* стала лингвокультурным мемом.

Согласно закрепленным в психолингвистике традициям лексикографического оформления при описании полученных в экспериментах данных строчными буквами обозначена пословица как исходный стимул, а ответы участников эксперимента даны курсивом. Количество реакций дано по убывающей до единичных. По преобладающим реакциям можно выделить доминирующие значения: исходная паремия подвергается переосмыслению (*не всегда / средства оправдывают цель*).

ЦЕЛЬ ОПРАВДЫВАЕТ СРЕДСТВА: *не всегда 4 / средства оправдывают цель 4 / будет цель, будут и средства 2 / поэтому скорее бери ипотеку 2 / действия 2 / потраченное время 2 / а иногда и наоборот / а кого-то суд / а мороженое тает / антицель – нет / а оправдание нет / а правда даёт цель / а средства все применишь на сессии / а средства не оправдывают цель / а средства обвиняют / а удача – результат / бессонную ночь перед экзаменом/ бессонные ночи / большие целей – большие средств / военник / все затраты / все ожидания / все старания / выполненные задачи / действия воплощают / главное, чтобы денег хватило / главное, чтобы суд оправдал / даже благая цель оправдывает не все средства / даже если цели нет / дело за малым: выбрать верную цель! / до тех пор, пока что-то иное оправдывает цель / если крупное наследство / если не оправдывает – это плохая цель / если они есть / если средства оккупились и в долг не превратились / если средства оправдывают цель / если только средства не взяты в кредит / если цель достигнута / жир оправдывает моющие средства / иди по головам и прикрывайся этим крылатым выражением / когда ты целеустремлен / когда цель дает средства / когда это моя цель / кому дозволена цель, тому дозволены и средства / купил машину – траться на бензин / лето – это не когда тепло, а когда есть деньги на отпуск / лишь бы средств на них хватило /*

лишь бы цель была достойной / ложь иногда спасает / лучие химичить, чем не химичить / любые / на цель нужны средства / но с грязными ногами в чистый храм не войдешь / но средства бывают разные / но цель бессмыслена без средств / образование оправдывает средства / плохая цель / поставил цель – найдешь средства для реализации / пустые кошельки в кармане / рискуй / сессия оправдывает все средства / средства выносят приговор цели / средства к цели не всегда пропорциональны / средства не возражают / средства не оправдывают цель / средства оправдывают мечту / средства убивают цель / только вот средств мало / только если она достигнута / только не всегда есть средства / трудности в их достижении / хорошие средства – хорошая цель! / хорошие средства обеспечат хорошую жизнь / цель может оставить без средств / цель мотивирует / цель оправдывает надежду / цель показывает средства / цель проматывает средства / чем большие средства, тем выше цели / чем масштабнее цель, тем быстрее обанкротишься.

Процессы актуализации ассоциации, проходившие во время проведения НАЭ, не могут быть однозначно описаны лингвистическими, логическими, этнопсихолингвистическими или философскими категориями. Эти реакции являются индивидуальными в своей конкретности и универсальными как принцип связи между стимулом и реакцией и как тип ассоциирования. По этой причине в представленном ассоциативном поле обозначены все реакции, в том числе и единичные. Использование подхода, включающего описание результатов с помощью различных классификаций и на разных уровнях (лексико-синтаксическом, морфологическом, когнитивном, прагматическом, статистическом), позволит в дальнейшем полно и объективно отследить представленность интересующих нас стимулов в языковом сознании россиян и немцев.

В рамках философии моральный выбор (в том числе и выбор цели) – это своеобразное самоопределение личности в плане принципов, суждений и действий. Если судить по наполнению представленного выше ассоциативного поля, то отдельные единицы свидетельствуют о том, что человек, придерживаясь социальных норм, способен выбирать лишь поступки как средство достижения высшей цели: *действия воплощают; иди по головам и прикрывайся этим крылатым выражением; купил машину – траться на бензин*

и подобные. Базовыми принципами организации нормы как семантической категории считаются «антонимичность и оценочный характер обозначающих ее языковых единиц, одни из которых называют положительно оцениваемую ситуацию соответствия норме, а другие – негативно воспринимаемую аномалию» [Краснобаева-Черная, 2015, с. 88].

Для анализа полученный материал был условно разделен нами на группы, отражающие основные стратегии ассоциирования. Мы обозначили их как включение исходной паремии (ИП) в новую ситуацию, как опровержение морали ИП и реакции (R), связанные с раскрытием ассоциативного потенциала отдельных компонентов ИП, а также стратегии, связанные с упоминанием синонимичных паремий и советов. Условность предлагаемой классификации связана с тем, что одна и та же реакция могла входить в разные группы по выделенному основанию, это зависело от семантики входящих в ответные выражения единиц и ассоциативного потенциала неопаремии, реализуемой в разных коммуникативных контекстах.

1. **Включение в новую ситуацию (24 R):** *поэтому скорее бери ипотеку 2 / бессонную ночь перед экзаменом 2 / а мороженое тает / а удача – результат / военник / все затраты / все ожидания / все старания / выполненные задачи / главное, чтобы денег хватило / главное, чтобы суд оправдал / до тех пор, пока что-то иное оправдывает цель / если крупное наследство/ если они есть / если средства окупились и в долг не превратились / купил машину – тратиться на бензин / лето – это не когда тепло, а когда есть деньги на отпуск / лучшие химики, чем не химики / но с грязными ногами в чистый храм не войдешь/ образование оправдывает средства / пустые кошельки в кармане / сессия оправдывает все средства.*

Представленные неопаремии описывают обыденные ситуации, с которыми приходится сталкиваться современным студентам (*образование / военник / сессия / экзамен / пустые кошельки / лето / отпуск, мороженое*), в некоторых реакциях раскрываются отношения с деньгами и к деньгам – реальные и воображаемые: *если средства окупились и в долг не превратились / купил машину – тратиться на бензин / главное, чтобы денег хватило / цель оправдывает все затраты*. Как известно, успешно социализированная

личность способна ставить перед собой глобальные и бытовые (каждодневные) цели. Именно поэтому важно обратить внимание на соотношение намерений с теми средствами, которые используются для их осуществления. В процессе определения резонности и рациональности своего выбора личность проявляет черты характера и особенности мышления. В немецкоязычных вариантах *Der Zweck heiligt die Geldmittel, wenn sie sich nur doppelt und dreifach auszahlen* [Mieder, 1998, с. 348] цель оправдывает денежные средства, если только они окупаются в двукратном или трехкратном объеме / *Der Scheck heiligt die Mittel* [Mieder, 1998, с. 346] чек оправдывает средства также шутливо обыгрывается денежная тематика.

2. Опровержение исходной паремии (19 R): *средства оправдывают цель 4 / не всегда 4 / а иногда и наоборот / а оправдание нет / а средства не оправдывают цель / а средства обвиняют / антицель – нет / даже благая цель оправдывает не все средства / но цель бессмысленна без средств / средства к цели не всегда пропорциональны / средства не оправдывают цель / только не всегда есть средства / цель может без средств. В немецкоязычных словарях неопаремий *Der Zweck heiligt die Mittel. Wirklich? – Цель оправдывает средства. Серьезно?* [Mieder, 1985, с. 208]. *Niemals heiligt der Zweck die Mittel, wohl aber können die Mittel den Zweck zuschanden machen* – Цель никогда не оправдывает средства, но средства могут испортить цель [Mieder, 1998, с. 345].*

В ходе эксперимента было выделено несколько тождественных ответов на русском и немецком языках: *Der Zweck heiligt die Mittel. Nicht immer* (Цель не всегда оправдывает средства); *Die Mittel heiligen den Zweck* (Средства оправдывают цель). Заключенная в паремии мораль подвергается постоянному переосмысливанию носителями языка.

В представленных ниже трансформированных паремиях ведущую роль играет ассоциативный потенциал ключевого компонента. Понятие ассоциативного потенциала слова является базовым для исследования «психологической реальности значений в свете актуальной для говорящих информации, включая как социально отфильтрованные, так и личностные смыслы». Ассоциативный потенциал слова представляет собой «совокупность формально-

семантических реакций, которые может вызывать слово в сознании носителей языка» [Гридина, 2014, с. 14–75].

3. Реакции, связанные с отражением ассоциативного потенциала компонента «СРЕДСТВА» (15 R): действия 2 / потраченное время 2 / а средства все применишь на сессии / если средства оправдывают цель / если только средства не взяты в кредит / жир оправдывает моющие средства / лишь бы средств на них хватило / любые средства / не возражают / но средства бывают разные / только вот средств мало / хорошие средства обеспечивают хорошую жизнь / чем больше средств, тем выше цели.

В приведенной группе актуализируются не только семы, отражающие «прием, способ действия для достижения чего-л.» [Ефремова, 2000], но и дополнительные семы со значениями «предметы, приспособления или совокупность их, необходимые для осуществления чего-л.» (*потраченное время; жир оправдывает моющие средства*), «деньги, капитал, материальные ценности» (*если только средства не взяты в кредит; хорошие средства обеспечивают хорошую жизнь*). С точки зрения личной выгоды любое ориентированное на получение должного результата действие своим замыслом предполагает необходимые для этого воплощения средства [там же]. Считается, что полученный результат компенсирует возникшие неудобства. В рамках прагматической концепции все старания приравниваются в их отношении к достигаемой цели и возводятся в статус правомерности. Не только общие морально-этические поведенческие установки связывают референтную ситуацию с пословичной, но и сопоставление конкретных образов.

4. Реакции, связанные с раскрытием ассоциативного потенциала компонента «ЦЕЛЬ» (13 R): большие целей – большие средств / даже благая цель оправдывает не все средства / даже если цели нет / дело за малым: выбрать верную цель! / если не оправдывает – это плохая цель / если цель достигнута / когда ты целеподестремлен / когда цель дает средства / когда это моя цель / лишь бы цель была достойной / плохая цель / цель мотивирует / чем масштабнее цель, тем быстрее обанкротишься / Es gibt Zwecke, die auch gute Mittel verderben Есть цели, которые портят хорошие средства [Mieder, 1998, с. 348].

Как видим, в отдельных ответах отображается собственно этическая составляющая, которая возникает при ассоциировании –

даже благая цель оправдывает не все средства / лишь бы цель была достойной. Такая реакция появляется по причине осознания разумности цели, для достижения которой непозволительно совершать недопустимые, преступные действия, нарушающие морально-нравственные постулаты.

5. Реакции, связанные с раскрытием ассоциативного потенциала компонента «ОПРАВДЫВАЕТ» (6 R): *а кого-то суд / а правда даёт цель / средства выносят приговор цели / средства убивают цель / цель показывает средства / цель проматывает средства.*

Сравним с единицами, представленными лексикографически. *Das Mittel kann den Zweck entheiligen* Средства могут осквернить цель [Mieder, 1985, с. 208], *In der Kunst heiligt der Zweck die Mittel nicht: aber heilige Mittel können hier den Zweck heiligen* – В искусстве цель не оправдывает средства: но здесь священные средства могут оправдать цель [Mieder, 1998, с. 344], *Das Mittel kann den Zweck entheiligen* – Средства могут осквернить цель [Mieder, 1998, с. 344], *Der Zweck heiligt die Mittel so wenig, wie die Mittel den Zweck entheiligen* – Цель так же мало оправдывает средства, как и средства оскверняют цель [Mieder, 1998, с. 345], “*Der Zweck heiligt die Mittel*” – *dies muss sich der liebe Gott gedacht haben, als er das Weib erschurf* – «Цель оправдывает средства» – так, должно быть, думал Бог, когда создавал женщину [Mieder, 1998, с. 345], *Manchmal entheiligt der Zweck die Mittel* – Иногда цель оскверняет средства [Mieder, 1998, с. 346], *Manche Zwecke verderben die heiligen Mittel* – Некоторые цели развращают святые средства [Mieder, 1998, с. 348].

Интерес представляет сопоставительный анализ семантической направленности ассоциативных векторов компонентов-сказуемых в русском и немецком языках. «Оправдывать» означает «подтверждать на деле правильность, истинность, основательность чего-либо» [Ефремова, 2000]. В русской традиции «оправдание» связано с судом, не всегда имеющим религиозное основание, а в немецком же языке аналогичный компонент *heiligen* имеет иное толкование: «святить, освящать, канонизировать» [Daum, Schenk, с. 964]. От данного глагола образован антоним *entheiligen* – «осквернить», «лишить святыни», который довольно часто встречается в собранных В. Мидером антипословицах на рассматриваемую тему.

Кроме того, присутствие в трансформированных паремиях на немецком языке таких слов, как *der Gott – Бог*, *die heiligen Mittel – святые средства* может свидетельствовать о значительном экспрессивном потенциале компонента *heiligen*. Очень часто для того, чтобы взойти на Олимп, человек вынужден жертвовать инвестициями, усилиями, временем. Именно поэтому чрезвычайно важно, чтобы, придя к своей цели, он не жалел о том, что жертвовал чем-то и рисковал.

Отметим, что прагматика пословиц и поговорок не ограничивается аксиологической составляющей их семантики. Данные устойчивые высказывания могут выступать как способ выражения разнообразных социально значимых коммуникативных интенций говорящего, т.е. непосредственно в качестве речевого акта или речевого действия. В следующей группе реакций отражены ответы назидательного характера, реализующие функцию рекомендации, совета, напутствия. Таким образом, встраиваясь в выражение тех или иных этикетных или ритуальных значений, неопаремии оформляются в определенные жанровые формы, в частности, в призывы к определенным действиям. В современном обществе становятся важными такие понятия, как самопрезентация, само-продвижение, поэтому боязнь не использовать какие-либо средства из возможных, по мнению участников НАЭ, может в некоторых сферах лишить человека определенных преимуществ.

6. Совет (2 R): иди по головам и прикрывайся этим крылатым выражением / рискуй!

Ассоциативное поведение участников эксперимента позволило выделить некоторые их прагматические характеристики. Проанализированные реакции показывают, что исследуемые неопаремии могут употребляться в речевой ситуации, когда коммуниканты имеют один социальный статус или когда говорящий выше по статусу, чем адресат. Вероятно, это связано с тем, что поучительная тональность, характерная для паремий, неуместна в обращении к вышестоящему лицу, поэтому в таком случае воспринимается негативно.

Присутствие в реакциях других паремий доказывает их принадлежность к единой паремиологической картине мира, которая рассматривается нами как специфическое лингвоментальное обра-

зование, структура которого обусловлена культурно детерминированными смыслами. Паремии как инструмент моделирования языковой картины мира характеризуются нами в аспекте «культурно обусловленного компонента паремических значений и когнитивных механизмов формирования важнейших культурных стереотипов в их коррелятивной связи с определенными ценностными доминантами лингвокультуры» [Семененко, Кривошеев, 2019].

Фразеологизмы, прежде всего, – это отражение субъективно важных физических, психических, социальных ситуаций и эмоционального состояния человека. Аксиологический компонент реализованных в реакциях личностных смыслов, сопрягаемых со стимулом, «так или иначе зависит от способа своей вербальной репрезентации: знаковые системы в известной степени ограничивают содержание ментальных образований» [Пищальникова, 2020, с. 32–33].

Малочисленная группа «совет» содержит авторские интерпретации исходной паремии, и представлена только в материалах на русском языке.

7. Другие паремии (6 R): *будет цель, будут и средства 2 / дело за малым: выбрать верную цель! / кому дозволена цель, тому дозволены и средства / ложь во спасение / ложь иногда спасает.* Реакции в этой группе отражают диффузные значения воспринятой участниками эксперимента паремии. Фразеологические единицы с диффузной оценкой могут выражать и положительную и отрицательную разновидности оценки. Оценочное значение таких фразеологизмов определяется воображаемым или бывшим в речевой практике контекстом, который, по-видимому, определил такие ответы респондентов. При этом обращает на себя внимание клишированный характер реакций: *ложь во спасение / ложь иногда спасает*, казалось бы, они называют ложь, оправданную обстоятельствами и не несущую никому ощутимого вреда. Вряд ли студенты нетеологического профиля подготовки знают о библейском происхождении крылатой фразы, церковнославянский текст которой был неверно интерпретирован. В псалме 32 Псалтыри сказано: «Ложь конь во спасение, во множестве же силы своея не спасется» [Кушнарева, 2022]. Иными словами, речь идет о том, что спасти человека может только Бог, и даже на коне человек не ускакет от того, что должно произойти по воле Бога.

Подобным образом сконструированные паремии (реакции группы 7 и 8) являются полифункциональными, поскольку заключают в себе одновременно несколько прагматических установок. В зависимости от контекста одна и та же паремия может выражать эти установки в большей или меньшей степени. При этом комбинации этих установок являются закономерными: «...они формируют характерные сочетаемостные конstellации, обычно обусловленные смысловым содержанием соответствующих паремий» [Сидоркова, 1999, с. 49].

Заключение

Паремия «цель оправдывает средства» востребована в русской и немецкой лингвокультурах, поскольку затрагивает актуальную проблему соотношения целей и средств. Немецкий вариант паремии *Der Zweck heiligt die Mittel* обладает большим экспрессивным потенциалом благодаря компоненту *heiligt* (освещает). Анализ данных НАЭ показал, что самыми частотными стратегиями ассоциирования являются включение исходной паремии в новую ситуацию, чаще связанную с бытом студентов, а также опровержение смысла узульской паремии. Реакции, связанные с ассоциативным потенциалом отдельных компонентов паремии, раскрывают как личностные, так и социально отфильтрованные смыслы.

Результаты НАЭ подтверждают тот факт, что «психологически актуальное содержание ценности как базового понятия этнической культуры возникает только в индивидуальной деятельности человека. При этом влияние социума на формирование этого содержания, безусловно, есть, но степень этого влияния определяется бытием каждого человека и проявляется в соотношении его внутреннего и внешнего поведения» [Пищальникова 2020, с. 33].

Фразеоединицы, обладающие различными коннотациями, экспрессивностью, усилением выражения и т.д., имеют такой важный признак, какой отсутствует у простых лексем с переносным значением: семантика фразеологизма характеризуется дополнительными дифференциирующими и конкретизирующими семами.

Для функционирования неопаремий, связанных с речевой ситуацией достижения цели, характерен устойчивый концептуальный фон. Особую роль играют культурные коннотации пословичных

компонентов, поскольку в ряде случаев они становятся главными выразителями оценки, отношения говорящего. Эти коннотации очевидны для носителей языка, имеющих общую когнитивную базу, но могут быть непонятны для представителей других культур, а потому нуждаются в комментариях.

Список литературы

- Адамчик М.В.* Антипословицы и афоризмы. Веселая и умная книга. – Минск: Харвест, 2012. – 320 с.
- Алефиренко Н.Ф., Семененко Н.Н.* Фразеология и паремиология. – Москва: Наука-Флинта, 2009. – 344 с.
- Гридинина Т.А.* Ассоциативные проекции детских словотворческих инноваций и тренинги вербальной креативности // Лингвистика креатива – 3: коллективная монография. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО УрГПУ, 2014. – С. 14–75.
- Гриченко Л.В.* Сущностная характеристика категории экспрессивности и особенности ее функционирования в паремиях // Гуманитарные и социальные науки. – 2022. – Т. 94, № 5. – С. 49–54.
- Ефремова Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – Москва: Русский язык, 2000. – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/203382>/Оправдывать
- Ивин А.А.* Философия: энциклопедический словарь. – Москва: Гардарики, 2004. – URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/1349/ЦЕЛЬ
- Кацуоба Л.Б.* Определение паремии (лингвистический аспект дефиниции) // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2013. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-paremiia-lingvisticheskiy-aspekt-definitsii>
- Краснобаева-Черная Ж.В.* Аксиологическое пространство фразеологических единиц с положительной оценкой // Гуманитарный вектор. – 2015. – № 4 (44). – С. 82–90.
- Кушинарева А.В.* Отражение стереотипов в языковом сознании и паремической картине мира // Russian Linguistic Bulletin. – 2022. – № 3 (31). DOI: 10.18454/RULB.2022.31.25. – URL: <https://rulb.org/archive/3-31-2022-july/10.18454/RULB.2022.31.25>
- Мокиенко В.М.* Давайте говорить правильно. Пословицы в современном русском языке. – Москва: ОЛМА Медиа групп, 2012. – 416 с.
- Мокиенко В.М. Никитина Т.Г.* Большой словарь русских поговорок. – Москва: ОЛМА Медиа групп, 2007. – 784 с.
- Пищальникова В.А.* Базовые ценности: методологические проблемы психолингвистического исследования // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2020. – № 3 (832). – С. 21–35.
- Салихова Э.А., Мурсалимова Ю.Р.* Ассоциативное поле слова «Бог»: трансформации значений и их смысловое искажение // Исследования по семантике. – Уфа: БашГУ, 2021. – С. 195–203.

Семененко Н.Н., Кривошеев Г.С. Паремическая картина мира как проводник этно-культурного стереотипа // Концепт, 2019. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/paremicheskaya-kartina-mira-kak-provodnik-etnokulturnogo-stereotipa>

Сидоркова Г.Д. Прагматика паремий: пословицы и поговорки как речевые действия. – Краснодар: КубГУ, 1999. – 249 с.

«Цель оправдывает средства»: происхождение, значение фразы, примеры из жизни, истории, литературы. – URL: <https://heaclub.ru/cel-opravdyvat-sredstva-proishozhdenie-znachenie-frazy-primery-iz-zhizni-istorii-literatury>

Daum E., Schenk W. Langenscheidt Handwörterbuch Russisch Langenscheidt KG. – Berlin, 2009. – 1393 p.

Der Zweck heiligt die Mittel. – URL: <http://www.sprichwort-plattform.org/sp/Der%20Zweck%20heiligt%20die%20Mittel>

Mieder W. Honig klebt am längsten. Das Anti-Sprichwörterbuch. – Wiesbaden: Verlag für deutsche Sprache GmbH, 1985. – 251 c.

Mieder W. Verdrehte Weisheiten: Antisprichwörter aus Literatur und Medien. – Wiesbaden: Quelle und Meyer, 1998. – 396 c.

Openthesaurus.de. – URL: <https://www.openthesaurus.de/synonyme/Der%20Zweck%20heiligt%20die%20Mittel>

Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache. – URL: https://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff=Der+Zweck+heilig+die+Mittel&bool=relevanz&gawoe=an&sp0=rart_ou

References

- Adamchik, M.V. (2012). *Anti-theologians and aphorisms. A fun and smart book*. Minsk: Harvest.
- Alefirenko, N.F., Semenenko, N.N. (2009). *Phraseology and paremiology*. Moscow: Nauka-Flinta.
- Gridina, T.A. (2014). Associative projections of children's word-making innovations and verbal creativity trainings. *Linguistics of creativity-3* (pp. 14–75). Ekaterinburg: FGBOU VPO UrGPU.
- Grichenko, L.V. (2022). The essential characteristic of the category of expressiveness and the features of its functioning in paroemias). *Humanities and Social Sciences*, 94(5), 49–54.
- Efremova, T.F. (2000). *New dictionary of the Russian language. Explanatory-word-formation*. Retrieved from: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/203382> Opravdyvat
- Ivin, A.A. (2004). *Philosophy: an encyclopedic dictionary*. Retrieved from: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/1349/CEL
- Kacyuba, L.B. (2013). Definition of paremia. *Bulletin of SUSU. Series: Linguistics. Seriya: Lingvistika*, 1. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-paremii-lingvisticheskiy-aspekt-definitissii>
- Krasnobaeva-Chernaya, Zh.V. (2015). Axiological space of phraseological units with a positive assessment. *Humanitarian Vector*, 4(44), 82–90.

- Kushnareva, A.V. (2022). Reflection of stereotypes in linguistic consciousness and the paremic picture of the world. *Russian Linguistic Bulletin*, 3(31). DOI: 10.18454/RULB.2022.31.25. Retrieved from: <https://rulb.org/archive/3-31-2022-july/10.18454/RULB.2022.31.25>
- Mokienko, V.M. (2012). *Let's speak correctly. Proverbs in modern Russian*. Moscow: OLMA Media grupp.
- Mokienko, V.M., Nikitina, T.G. (2007). *A large dictionary of Russian sayings*. Moscow: OLMA Media grupp.
- Pishchalnikova, V.A. (2020). Basic values: methodological problems of psycholinguistic research. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities*, 3(832), 21–35.
- Salihova, E.A., Mursalimova, Yu.R. (2021). Associative field of the word “God”: transformations of meanings and their semantic distortion. In *Research on semantics* (pp. 195–203). Ufa: BashGU.
- Semenenko, N.N., Krivosheev, G.S. (2019). The Paremic picture of the world as a conductor of an ethnocultural stereotype. *Concept*, 4. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/paremicheskaya-kartina-mira-kak-provodnik-etnokulturnogo-stereotipa>
- Sidorkova, G.D. (1999). *Pragmatics of paremias: proverbs and sayings as speech actions*. Krasnodar: KubGU.
- “The end justifies the means”: the origin, meaning of the phrase, examples from life, history, literature. Retrieved from: <https://heaclub.ru/cel-opravdyvaet-sredstva-proishozhdenie-znachenie-frazy-primerы-iz-zhizni-istorii-literatury>
- Daum, E., Schenk, W. (2009). *Langenscheidt Handwörterbuch Russisch Langenscheidt KG*. Berlin.
- Der Zweck heiligt die Mittel. Retrieved from: <http://www.sprichwort-plattform.org/sp/Der%20Zweck%20heiligt%20die%20Mittel>
- Mieder, W. (1985). *Honig klebt am längsten. Das Anti-Sprichwörterbuch*. Wiesbaden: Verlag für deutsche Sprache GmbH.
- Mieder, W. (1998). *Verdrehte Weisheiten: Antisprichwörter aus Literatur und Medien*. Wiesbaden: Quelle und Meyer.
- Openthesaurus.de. Retrieved from: <https://www.openthesaurus.de/synonyme/Der%20Zweck%20heiligt%20die%20Mittel>
- Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache. Retrieved from: https://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff=Der+Zweck+heilig+die+Mittel&bool=relevanz&gawoe=an&sp0=rart_ou

Сведения об авторах

Салихова Эльвина Ахнафовна – доктор филологических наук, профессор, профессор отдела этнополитологии, Институт этнологических исследований им. Р.Г. Кузеева Уфимского федерального исследовательского центра Российской академии наук;

Кушнарёва Анна Викторовна – преподаватель кафедры инновационных технологий языковой коммуникации, Уфимский университет науки и технологий.

About the authors

Salikhova Elvina Akhnafovna – Doctor of Science in Philology, Professor, Professor at the Department of Ethnopolitology, Institute of Ethnological Research after R.G. Kuzeev's name, Ufa Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences;

Kushnareva Anna Viktorovna – lecturer at the Language Communication Advanced Technology Department, Ufa University of Science and Technology.