

УДК 81; 159.9:316.77

DOI: 10.18384/2310-712X-2019-4-35-49

НОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Карасик В. И.

*Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина
117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6, Российская Федерация*

Аннотация. Анализируется ценностная языковая картина мира, в рамках которой противопоставляются ценности, нормы и обыкновения как иерархически организованные форматы хранения знаний и поведенческих установок в типовых ситуациях общения. Показано, что нормы поведения отражают систему аксиогенных ситуаций, фиксируются в содержании ценностно маркированных высказываний и значениях слов и фразеологических словосочетаний. Охарактеризованы измерения лингвистически релевантных норм поведения. Предложена модель аксиогенной ситуации, выделены типы норм поведения, выводимых из содержания пословиц и слов с пейоративным значением.

Ключевые слова: ценности, нормы поведения, картина мира, аксиогенная ситуация, пословицы, пейоративное значение

NORMS OF BEHAVIOUR IN LINGUISTIC WORLDVIEW

V. Karasik

*Pushkin State Russian Language Institute
6 ulitsa Akademika Volgina, Moscow 117485, Russian Federation*

Abstract. The paper deals with a linguistic analysis of evaluative worldview including values, norms and customs described as a hierarchy of cognitive formats and behavioral dispositions in typical communicative situations. Norms reflect the system of axiogenic situations (axiologically relevant reality), they are fixed in the meaning of sentences, phrases and words. The two-dimensional model of behavioral norms discussed in the article includes values as sets of supermoral, moral, utilitarian and subutilitarian orientations, on the one hand, and universal, civilizational, ethnic, macro- and microgroup behavioral priorities, on the other hand. Types of norms are analyzed on the material of Russian and English proverbs and nouns with a pejorative meaning.

Keywords: values, behavioral norms, worldview, axiogenic situation, proverbs, pejoratives

Одной из важнейших функций языка является функция сохранения знаний, или кумулятивная функция. Знания, сохраняемые в языке, имеют различную природу. Лингвисты и философы выделяют знания о мире и знания о человеке (семантические и прагматические пресуппозиции) [18], научную и наивную картины мира (это соотносимо с дальнейшим и ближайшим значением слова по А. А. Потебне), знания о предметах и о свойствах и качествах предметов (та-

кая информация лежит в основе частеречного членения лексики), знания, разделяемые широким кругом носителей данной культуры, и знания, объединяющие сравнительно узкие группы людей, этноспецифические знания и ассоциативные смыслы и знания, не имеющие такой закреплённости в языке. Нормы поведения обобщают и регулируют множество конкретных ситуаций общения и поэтому относятся к особо важным знаниям, фиксируемым в значениях слов и фразеологизмов. Эти нормы неоднородны, и их лингвистическое исследование представляет интерес как в практическом плане (для понимания инокультурных ценностей и обучения адекватному поведению на соответствующем иностранном языке), так и в теоретическом плане (для выявления природы сохранения разных типов знания в языке).

Существует определённая параллель между научной и наивной картинами мира, с одной стороны, и между нормами поведения с позиций определённой этической системы и с позиций здравого смысла, с другой стороны. Базовый культурный фон любого члена языковой общности складывается из значений и смыслов, известных всем носителям данного языка. Д. С. Лихачев говорит о концептосфере языка и концептосфере отдельного человека, подчёркивая то обстоятельство, что в первом случае концепты образуют «концентрат культуры», и лишь часть этого концентрата доступна всем членам языковой общности, а во втором случае концепты обогащаются либо обедняются и искажаются на основании культурного опыта конкретного человека [12]. Иначе говоря, существуют базовые и расширенные

супериндивидуальные концепты и аналогичные индивидуальные образования. Благодаря базовым концептам возможно общение с опорой на общие знания, расширенные концепты позволяют выйти на новые смыслы в общении.

В ценностной картине мира противопоставляются аксиологические феномены трёх типов: 1) ценности, высшие ориентиры поведения, вербально выраженные в виде однословных обозначений регулятивных концептов (например, триада «истина – добро – красота»); 2) нормы, деонтические суждения, в которых выражены приоритеты поведения в виде высказываний, содержащих предписания, запреты и рекомендации (например, «Следует с уважением относиться к старшим»); 3) обыкновения, социально одобряемые или допустимые действия, которые большей частью автоматически совершаются представителями определённой группы носителей культуры в соответствии с традиционными установками поведения (например, в русском коммуникативном поведении принято мимически выражать приветствие, если оно было вербально произнесено недавно; в случае, если кто-либо по забывчивости нарушает такое обыкновение, ему часто напоминают: «Уже здоровались»). Лингвистическое моделирование ценностей составляет содержание аксиологической лингвистики и неоднократно привлекало к себе внимание исследователей [1–8].

Ценности – это «смыслообразующие основания человеческого бытия, задающие направленность и мотивированность человеческой жизни»¹.

¹ Абушенко В. Л. Аксиология // Всемир-

В этом определении выделяются три основные характеристики ценностей – их смысловая природа, мотивационная обусловленность и ориентационный вектор. Ценности как ориентиры поведения могут быть охарактеризованы с различных позиций. В философском плане ценность определяется как «соотнесение объекта или действий субъекта с некоторыми сложившимися в культуре образцами (идеалом, эталоном, нормой) и установление степени соответствия этому образцу» [13, с. 7]. Подчёркивается соотносительная природа ценности. Эта позиция чётко выражена в понимании ценности как субъектно-объектной связи, при этом подчёркивается двойственная суть субъектного отношения к ценности – как отнесение объекта к ценностям и как осмысление объекта, т. е. соотношение объекта с системой ценностей и выявление и понимание конкретного смысла, который этот объект имеет у субъекта [10, с. 51], иначе говоря, акцентируется их смысловая природа. С позиций психологии ценность тесно связана с потребностью, отсюда и аксиологическое осмысление «пирамиды потребностей» в концепции А. Маслоу, на первый план выходит мотивированность ценностей, или, в формулировке В. П. Зинченко, переживаемая значимость [9]. Для социологов суть ценности – в определении предпочтения личностью или обществом конкретного типа поведения в противоположность другому типу поведения, соответственно, подчёркивается ориентационный вектор ценностей. Лингвокультурологический подход к

ная энциклопедия: Философия XX век / главн. науч. ред., сост. А. А. Грицанов. М.: АСТ; Мн.: Харвест: Современный литератор, 2002. С. 21.

изучению ценностей наиболее близок социологическому подходу.

Ш. Шварц формулирует три основных вопроса, определяющих содержание аксиологических исследований: 1) как обусловлены ценности опытом людей (образованием, гендером, возрастом, профессией); 2) как ценности влияют на установки людей (идеология, отношения, поступки в политическом, религиозном, экологическом и других аспектах); 3) каковы различия в ценностных приоритетах у носителей разных культур [20, р. 2]. Третий вопрос в полной мере соответствует тематике сопоставительных лингвокультурологических исследований, но для ответа на него необходимы сведения социального, психологического, исторического и антропологического характера. Р. М. Уильямс подчёркивает, что ценности имеют три базовых измерения – когнитивное, аффективное и директивное [21, р. 16]. Иначе говоря, ценности осознаются, обусловлены эмоциями и детерминируют поступки. Отметим в этой связи, что эмоциональная обусловленность ценностей базируется на переживаемой системе культурных приоритетов, а поступки вписываются в стереотипные действия, принятые в соответствующем обществе. Сочетание культурных приоритетов и стереотипных действий и составляет содержание культурных скриптов. Характеризуя когнитивный компонент ценностей, цитируемый автор справедливо замечает, что индивид не всегда осознаёт, что его поступками движет та или иная ценность, подобно тому, как в речи мы не осознаём правил синтаксиса (мы замечаем их в случае нарушения), но вместе с тем многие ценности представляются лю-

дям вполне эксплицитными, их можно объяснить, привести примеры и т. п. В ряде случаев имеет место и осознанная маскировка мотивированного поступка [21, p. 17]. Следует подчеркнуть методологически важный тезис рассмотрения ценностей в кросс-культурном аспекте: как справедливо отметил М. Рокич, различия между индивидуумами состоит не столько в наличии или отсутствии определённых ценностей, сколько в их аранжировке (arrangement of values, their hierarchies or priorities) [19]. Это в полной мере относится и к различиям между культурами.

Обыкновения можно соотнести с мотивами поведения, поскольку и те, и другие по своей природе помимовольны. Они не поддаются рациональному контролю, хотя могут получить обоснованное рациональное объяснение. Так, молитвенно сложенные ладони показывают, что человек никаким другим делом, кроме молитвы, не занят. Обыкновения, присущие носителям иной культуры, сначала кажутся странными, но затем обычно легко усваиваются. В немецкой академической среде принято выражать одобрение после выслушанного доклада не аплодисментами, а постукиванием костяшками пальцев по столу. В англоязычном коммуникативном поведении часто используется формула вежливости "Thank you" после объявлений, в которых содержится просьба или указание сделать что-либо. С точки зрения носителей русской лингвокультуры такая формула благодарности в столь широком контексте выглядит избыточной, поскольку предполагается, что упреждающая благодарность представляет собой давление на адре-

сата. Но в то же время эту формулу можно воспринимать как знак одобрения того, что адресат обратил внимание на сказанное или написанное.

Обыкновения эмблематичны в том плане, что они свидетельствуют о принадлежности участников общения к определённому сообществу. Например, принято добавлять вводные конструкции со значением благодарности Богу (в христианстве), восхваления при упоминании имени Всевышнего (в иудаизме) или пророка (в исламе). Такая принадлежность может носить профессиональный характер при обращении к членам своего сообщества («коллега» в публичном академическом дискурсе), подчёркивать возраст говорящего (таковы устаревшие жаргонизмы, например «чувак»), акцентировать гендерный признак (вульгаризмы в современном русском мужском общении людей, не считающих себя интеллигентами).

Нормы поведения принципиально отличаются от обыкновений своей жёсткой предписательностью. Наиболее важные для общества нормы письменно фиксируются в юридических кодексах, закрепляются в ритуальных текстах («клятва Гиппократ» у медиков, воинская присяга у военнослужащих) и корпоративных правилах (жёсткое соблюдение уставных правил поведения в армии, ритуалы инициации в криминальной среде, униформа и стиль поведения в бизнес-структурах). Нормы поведения образуют фундамент ценностной картины мира, заданной в пресуппозициях общения применительно к разным коммуникативным ситуациям в определённых лингвокультурах. Так, в некоторых традиционных культурах мужчина не

имеет права взять ребёнка на руки при людях, женщина не имеет права обратиться к мужу по имени, дети не имеют права задавать вопросы родителям.

Наиболее важные нормы выражены в форме запретов (таковы запреты из библейского Декалога), а также установлений, распространяющихся на чётко ограниченный круг ситуаций (во время игры в футбол игроки не имеют права касаться мяча рукой, за исключением вратаря). В ряде случаев запреты намеренно или ненамеренно нарушаются. Намеренное нарушение запрета свидетельствует о стремлении субъекта противопоставить себя сообществу и доказать своё право на особый статус, если же запрет нарушается ненамеренно, то окружающие понимают, что субъект является чужим либо не контролирует своё поведение. Примерами намеренного нарушения запрета являются демонстративное осквернение храма либо любого сакрального места, хамское обращение на «ты» к старшему в русской лингвокультуре, хулиганское поведение, политическая акция несанкционированного протеста и др. В некоторых странах запрещено попрошайничество, но человек имеет право публично демонстрировать своё мастерство и просить за это оплату, например, играть на музыкальном инструменте в публичном месте.

Запреты и предписания могут быть сформулированы прямо либо косвенно. Прямые предписания предполагают ограничение для посторонних (сравним *“Personnel only”* и *«Посторонним вход воспрещен»* или надпись в библиотеке *“Quiet work area”* и *«Не шуметь»*). Соответственно, можно противопоставить культуры, ориен-

тированные преимущественно на прямое либо косвенное выражение норм поведения. В ряде случаев предписания носят юмористический характер: на торговых столах выложены изделия на продажу с надписью *«Смотреть глазами»* (подразумевается *«Руками не трогать»*). Предписания могут быть оформлены в виде просьбы и содержать объяснение: *«Не отвлекайте работников охраны – они выполняют важную работу»*, *“Don’t feed pigeons, they are health hazard and public nuisance”* – «Не кормите голубей, они опасны для здоровья и всем досаждают». Аргументация не только объясняет суть запрета, но и показывает уважение к адресатам.

Ценности в этой аксиологической триаде отличаются от норм и обыкновений тем, что представляют собой рациональное обобщение этих приоритетов поведения в виде концептов. Подобно тому, как существуют эмоционально маркированные ситуации, с одной стороны, и обозначения эмоций, с другой стороны, можно выделить аксиогенные (ценностно маркированные) ситуации и регулятивные концепты, определяющие суть этих ситуаций. Например, порядочность – это концепт, содержанием которого является оценка поведения человека, поступающего «сознательно и справедливо там, где не предусмотрено действие закона» (Аристотель), т. е. не нарушающего намеренно норм морали и в случае вынужденного или случайного их нарушения испытывающего чувство вины и стыда. Регулятивные концепты дуальны по своей природе, поскольку выражают противопоставление плюса и минуса, идеала и его антипода.

Порядочность осмысливается только в соотношении с непорядочностью, подобно добру и злу, правде и обману, красоте и уродству. Аксиогенные ситуации порядочности весьма многообразны и включают выполнение либо невыполнение обещаний, честное и нечестное поведение, благородные и неблагородные поступки. Они могут быть раскрыты в виде нарративов о чьём-либо порядочном либо непорядочном поведении, притч на эту тему, пословиц, афоризмов и шуток. Например, старшеклассники одной из школ опубликовали в социальной сети частную переписку одной из девушек, попавшей в сложную жизненную ситуацию. Грань между непорядочностью и преступлением может быть размытой: врач, разглашающий служебную тайну о здоровье своего пациента, не только поступает непорядочно, но и нарушает кодекс профессионального поведения; учительница, прилюдно рвущая контрольную работу ученика, который опоздал на урок, демонстрирует профессиональную непригодность; студент, использующий шпаргалку на экзамене либо скачавший из интернета курсовую работу, получает заслуженную неудовлетворительную оценку.

Ценности дискурсивно обусловлены. То, что уместно и оправданно в научном дискурсе, выглядит нелепо в дискурсе религиозном: странным является вопрос о достоверности того, что в догматике того или иного вероучения является непреложным фактом. Юмор неуместен в ритуальном дискурсе. Вымысел в художественном дискурсе является его органическим свойством, но в медийном дискурсе противоречит важнейшей задаче этого типа коммуникации – сообщать о новостях.

Как известно, нормы поведения, другие концепты, носят прототипный характер, основаны на установках, действиях, прогнозируемых реакциях в конкретной ситуации. В то же время возможны и девиации от поведенческой нормы, которые всегда содержат дополнительную информацию о коммуникантах. Резко отрицательно воспринимается коммуникантами нарушение поведенческого табу, что может привести к прекращению общения. Так, может осложнить и даже прекратить общение ошибка в выборе регионального варианта поведения: вариант, вполне естественный для британцев, может быть неприемлемым для американцев, и наоборот. Например, широко распространённое в повседневном общении в США пожелание хорошего дня *Have a nice (good) day!* в Великобритании имеет ограниченное употребление и используется, как правило, в коммуникативной ситуации купли-продажи: продавец желает покупателю всего доброго, прощаясь с ним, т. е. формула-пожелание удачного дня содержит статусно-ролевую информацию о коммуникантах.

В реализации нормы поведения значима коммуникативная ситуация, наличие нескольких типов участников, объекта оценки и нормативного прототипа, нормативного модуса и мотивации. Мы выделяем четыре типа участников, в том числе **Куратора** (или хранителя норм), **Экспрессора** (единичного или коллективного, оценивающего действия или высказывания кого-то, учитывая нормы поведения), **Респондента** (единичного или группового, адресат экспрессора) и **Публику** (т. е. факультативные и нейтральные участники ситуации). При этом мы рас-

цениваем объект нормативной оценки как некое качество Респондента, в том числе его установки и действия, а прототип оценки как соответствующее качество с позиций Куратора. Под нормативным модусом понимаются четыре возможных комбинации измерений нормативной ситуации, включающих нормативный знак («необходимо», «запрещено», «разрешено», «безразлично»), нормативную шкалу, отражающую крайние и промежуточные степени качества, нормативное поле (сфера юридического, морального, утилитарного и т. д. суждения), нормативную эксплицитность (степень вербализации нормы поведения: норма поведения может быть чётко сформулирована в юридическом или дипломатическом кодексе либо может подразумеваться в бытовом общении) и нормативную мотивацию, т. е. обусловленность нормативной ситуации конкретными культурными ценностями.

В наиболее эксплицитном виде нормативные ситуации представлены в пословицах, содержащих в сжатом виде предписания и оценки поведения людей. Очевидно, что пословица как жанр словесного творчества родилась и использовалась, прежде всего, в крестьянском сословии и в современной культуре отражает ценностные установки не всего населения.

Вероятно, поэтому в англоязычном общении принято избегать пословиц как содержащих нравоучение и ставящих человека в положение виноватого или неопытного. При этом велик соблазн использовать пословицу шуточно или иронично, видоизменить её или дополнить присказкой «*Старый конь борозды не испортит*» + «*Но и глубоко не вспашет*».

Бесспорна значимость пословиц в осознании ценностей культуры (и в том числе – норм поведения) в коммуникации.

Мы выделяем два больших класса высказываний, различающихся по типу Куратора. К первому классу мы относим речения дидактические, поучительные (*За двумя зайцами погонишься, ни одного не поймаешь; Hell is paved with good intentions*). Ко второму классу мы относим речения, используемые при самооправдании (*Конь о четырёх копытах и то спотыкается; The spirit is willing, but the flesh is weak*).

При использовании речений первого класса Куратор критикует людей, нарушивших, могущих нарушить правила поведения или несостоятельных в чём-либо.

Такой Куратор-Критик диктует моральные и утилитарные правила поведения («*Я*» – *последняя буква в алфавите; Не рой яму другому – сам в неё попадёшь*).

Другой тип куратора, Куратор-Апологет, пытается оправдать человека, объяснить, что не всё зависит от его воли, важны и удачное стечение обстоятельств, наличие сил у человека. При этом он соглашается с тем, что критика его действия или бездействия оправдана, но она слишком резка. В перефразированной форме второй тип пословиц выражается в виде сложноподчинённого предложения уступки («Хотя имеет место то-то, всё-таки вина человека не столь велика»). В пословицах правила поведения выражены не прямо, а опосредованно. Перефразируя пословицы, мы составили перечень норм поведения, вытекающих из них.

В этот перечень вошло примерно 200 поведенческих норм, таких как

«Следует быть честным», «Не следует торопиться, принимая важное решение», «Не следует (слишком) много говорить».

Оказалось, что можно увидеть некоторую корреляцию между нормами поведения, отражёнными в пословицах, и коммуникативными постулатами П. Грайса [16]. Однако коммуникативные постулаты относятся прежде всего к информационному обмену, а нормы поведения – к поддержанию и сохранению «общественного лица» как самоуважения человека (в том смысле, как это понятие трактуется в известной монографии П. Браун и С. Левинсона [15, p. 13]).

Нормы поведения служат механизмом оптимальной регуляции межличностных и статусных отношений в обществе. Они позволяют индивиду вести себя в соответствии с ожиданиями партнёров по коммуникации, с принятыми (и положительно оцениваемыми в обществе) стереотипами поведения. Подчёркнём, что есть сходство между понятиями общественного лица и репутации человека: в обоих случаях имеются в виду его доброе имя, соответствие идеального и актуального «Я», при этом репутация представляет собой взгляд на человека со стороны, уважение, которым он пользуется у других людей, а общественное лицо – это самооценка и самоуважение.

Подсознательно проявляется страх потери лица, в том числе в коммуникативной стратегии намёка, когда говорящий оставляет за собой право в случае коммуникативной неудачи сделать вид, что он имел в виду вовсе не то, что подумал его партнёр.

Как известно, ключевым принципом коммуникации у П. Грайса служит

принцип кооперации, стремление к взаимодействию, присущее нормальному общению людей.

Как показали исследования, довольно часто принцип нарушается в реальной коммуникации – иногда намеренно, при коммуникативных манипуляциях, и ненамеренно, из-за недостаточной коммуникативной компетенции участников коммуникации. Всё это отражается в пословицах.

Обычно к нормам поведения апеллируют при потребности выбора стратегии поведения. Особенно при выборе этических (моральных) и утилитарных стратегий поведения, т. е. выборе в пользу интересов других людей или собственных интересов.

Эти стратегии взаимообусловлены и составляют некое единство, иногда нарушаемое, что отражается в некоторых оценочных суждениях.

Мы предлагаем классификацию норм поведения, отражённых в пословицах, состоящую из восьми классов пословиц: **нормы взаимодействия** («Нельзя причинять вред своим», «Люди должны помогать друг другу (особенно в трудное время)», «Нельзя бросать людей в беде», «Нельзя быть неблагодарным», «Нельзя быть трусом»); **нормы жизнеобеспечения** («Следует трудиться», «Следует выполнять своё дело хорошо», «Нельзя терять время», «Следует поддерживать чистоту», «Следует надеяться на лучшее»); **нормы контакта** («Следует быть честным», «Следует думать об интересах других людей», «Не следует (слишком) много говорить», «Не следует быть (чересчур) любопытным», «Не следует быть высокомерным»); **нормы ответственности** («Нужно отвечать за свои действия», «Нужно

признавать свои ошибки», «Нужно исправлять свои ошибки», «Не следует исправлять дурной поступок другим дурным поступком»); **нормы контроля** («Следует быть справедливым», «Нельзя руководить, не имея на это права», «Следует контролировать подчинённых», «Не следует поручать одно дело (слишком) большому числу людей»); **нормы реализма** («Следует знать правду», «Следует полагаться на себя», «Следует предпочесть наиболее реальное благо (и наименьшее зло)», «Не следует (слишком) рано подводить итоги»); **нормы безопасности** («Следует быть осторожным», «Следует советоваться с людьми», «Следует быть экономным», «Не следует принимать необдуманное решение»); **нормы благоразумия** («Нужно следить за своим здоровьем», «Не следует постоянно тревожиться», «Не следует работать без отдыха», «Не следует суетиться»).

Мы относим первые пять групп к этическим нормам поведения. В них осуждается человек, не обладающий в полной мере моральным качеством (невозможно представить слишком честного, справедливого или ответственного человека). Безусловно, нарушение норм человеческого взаимодействия разрушает основания общественного устройства, люди, их нарушающие, такие как изменники, дезертиры, вызывают порицание. Такие нормы отражены в неписаных правилах поведения и в законах. В трёх группах, называемых нами утилитарными, отражены нормы реализма, безопасности и благоразумия. Человек, не соблюдающий их, проявляет несостоятельность и наносит вред себе.

Примечательно, что при нарушении утилитарных норм негативно оцени-

ваются недостаточная и чрезмерная степени качества. Так, необходима осторожность, но она не должна быть чрезмерной (на грани с трусостью) и малой (на грани с безрассудством). При этом неполное проявление качества критикуется с утилитарных позиций, а чрезмерное – с моральных позиций.

Помимо утилитарных и моральных норм есть и другие нормы поведения, такие как витальные, которые известны с ранних лет и непосредственно в пословицах не выражены: «Необходимо есть, спать, следует отличаться от животных». Существуют и высшие (терминальные) нормы поведения, они выражены в религиозных догматах и юридических законах: «Не убий», «Не укради», «Не занимайся развратом». В то же время можно выделить пословицы, отражающие такие нарушения («На воре шапка горит»), смысл которых носит утилитарный характер («Не рискуй, совершая преступление, так как наказание за него неизбежно»).

Мы рассматриваем нормы поведения как отражение сакрального и профанного отношения к миру, включающего моральные и утилитарные стереотипы поведения, и как отражение принадлежности человека к некой общности людей, разделяющей взгляды, ценности и нормы, т. е. исповедующей групповые особенности осознания культурных ценностей. При этом мы выделяем индивидуальные, групповые, этнические и универсальные ценности. Обычно рассматриваются групповые и этнические ценности, а индивидуальные ценности в виде норм поведения формулируются как этические парадоксы.

К терминальным нормам относится норма равенства людей. Как показыва-

ет анализ пословиц, их создатели-экспрессоры, обычно мужчины, невысокого мнения о женщинах: «Курица – не птица, баба – не человек», «Баба с воза – кобыле легче», «Посоветуйся с женщиной и сделай наоборот». Они также невысокого мнения об иностранцах. Такое отношение к иностранцам закреплено в устойчивых словосочетаниях: *to go Dutch* – идти в ресторан на условиях, когда каждый платит за себя («по-голландски»), *a French disease* – ««французская» (венерическая) болезнь», *to take a French leave* – «уйти “по-французски”, не прощаясь». Примечательно, что французы и русские используют фразу «уйти по-английски» с тем же значением.

Этнические предубеждения как проявление этноцентризма широко распространены. Одновременно широко распространены автостереотипы и преувеличение хороших качеств собственной этнической группы. Как отмечает Р. Хоггарт, в среде неквалифицированных британских рабочих широко используются такие обобщения, как “*You cannot get a better made thing than one made in England*” [17, p. 103]. Среди типовых стратегий негативной оценки иностранца (представителя иного этноса) стратегии, выделяющие умственные способности (глупые, хитрые), внешний вид (некрасивые, грязные), отношение к труду (ленивые), боевые качества (трусливые), темперамент (чересчур возбудимые или флегматичные), отношение к собственности (скупые или нечистые на руку) и т. д.

В русском языке выявлены этнически маркированные пословицы, отражающие негативное отношение русских мастеровых людей к при-

езжим немцам: «*Родом не немчин, а указывать горазд*» [14, с. 181]. Т. е. выделяется приписываемая немцам привычка критически относиться к труду подчинённых им рабочих.

Мы обращались к результатам сопоставительного анализа слов с пейоративным значением в английском и русском языках [11]. Нас интересовали слова с пейоративным (отрицательно-оценочным) значением, т. к. если они зафиксированы в языке, то выделяют нарушение определённой нормы поведения. Так, английское слово *toady* ‘подхалим, льстец, низкопоклонник’ комментируется как осуждаемое неискреннее льстивое поведение перед властью имущими¹. Здесь отмечается нарушение нормы контакта.

Существуют многочисленные классификации человеческих недостатков, отражённых в значении пейоративов, основанные на разных критериях. Так, по критерию социальной опасности противопоставляются вредные для общества и вредные для человека качества («хитрец», «предатель», «развратник» – «дурак», «тряпка», «неряха»), по критерию контролируемости сопоставляются поступки как проявления характера, по которым оценивается или не оценивается человек («наглец», «лицемер», «пьяница» – «кретин», «зануда», «урод»), по критерию универсальности выделяются черты, присущие большому классу либо малой группе людей («болтун», «холуй», «трус» – «крючоктвор», «рифмоплет», «шарлатан»), по критерию инициативности подразделяются пороки, выделяемые обличителями либо ответчиками («лентяй», «клоун», «ни-

¹ *Toady* // Collins COBUILD English Language Dictionary. London: Collins, 1987. P. 1539.

чтожество» – «мегера», «подлиза», «обыватель»).

Все пейоративы мы подразделяем на две группы – пейоративы, называющие нарушение утилитарных норм и моральных норм поведения. Причём пейоративы первой группы основаны как на объективных, так и на субъективных признаках. Под объективным признаком несостоятельности мы понимаем недостаток ума и воли у объекта оценки, наличие у него физических недостатков, отрицательно оцениваемых другими людьми, например, такими пейоративами, как «болван», «рохля», «дылда». Два подкласса пейоративов выражают субъективный признак несостоятельности. Это, во-первых, общеоценочные слова типа «негодяй» (передающее общее негативное отношение к человеку; ср.: «негодяй» и «подхалим»). В этот подкласс лексики входят крайние вульгаризмы. Во-вторых, подкласс субъективных пейоративов, в которые входят этнические и групповые оскорбления. Как известно, в основе этнических оскорблений лежат национальные и расовые предрассудки, а в основе групповых пейоративов лежат профессиональные, сословные, возрастные и иные характеристики. Мы подразделяем лексику, обозначающую многообразные нарушения моральных норм поведения, на два класса слов по признаку социальной опасности (активное и пассивное неуважение других людей). В первом классе представлены слова, обозначающие нарушение и моральных, и юридических норм поведения («мошенник», «вымогатель», «истязатель»).

Во второй класс включены слова, обозначающие неуважение, связанное с завышенной самооценкой и прини-

жением статуса других людей, такие как «нахальство», «ханжество», «зазнайство». В этом классе мы выделяем два подкласса по признакам отношения к своим обязанностям и по отношению к общественному мнению («халтурищик», «неряха»). Анализ пейоративов не выявил слов, осуждающих нарушение субутилитарных норм поведения, но выявил класс отрицательно-оценочных слов, характеризующих в целом непонятное, странное, ненормальное поведение человека «crank» – «чудак». В словах, обозначающих преступников, выражены нарушения суперморальных норм поведения. Оценочная квалификация поведения человека сложна и противоречива. В контрастивном использовании слов может проявляться окказиональный субъективно-положительный оценочный знак: «Я думал, что ты моряк, а ты трепач» (предполагается, что морякам не свойственна болтливость). Слово «учебный» в устах военных может приобрести субъективно-отрицательную оценку «ненастоящий» («учебная граната»).

Выражение «дамская диссертация» со значением «слабая, посредственная диссертационная работа», используемое в русском языке, свидетельствует о мужском шовинизме, поскольку коммуникант полагает, что выполненное женщиной исследование по определению ниже качеством, чем аналогичная работа, сделанная мужчиной.

Слово «вор» в речи преступников лишено отрицательной коннотации значения и служит самоидентификации.

Можно представить оценочное переосмысление слова с изменением нормативной сферы, типа «Какой же ты вор!» (здесь коммуникант осуж-

дает объект оценки как проявивший несостоятельность и утилитарно оценивает то, что в общенародном языке имеет объективно-отрицательную моральную оценку).

Исходные оценочные понятия могут подвергаться переосмыслению (ср.: «злость» и «спортивная злость», при этом для конкретной группы людей (спортсменов) слово «злость» приобретает положительный смысл). В словосочетании «здоровый национализм» также происходит переосмысление.

Политическая лексика особенно резко меняет оценку в зависимости от взглядов и исповедуемых ценностей тех, кто её использует.

В зависимости от взглядов человека или группы людей на возможный путь развития страны слово «патриот» может приобретать положительный или отрицательный смысл. В устах сторонников рыночной модели общества оно имеет устойчивый отрицательный смысл «*националист, шовинист*».

Богатые словообразовательные возможности русского языка позволяют прямо противоположно оценить приверженцев политического курса «*ленинцы и сталинцы*» (в прошлом) и «*сталинисты*» (в настоящее время).

Оценочный знак в значении слова зависит от предметной области значения. Можно выделить три направления трансформации оценочного знака: закрепление оценочного знака, утрата оценочного знака, изменение оценочного знака, при мутации которого проявляется оценочная энантиосемия (одновременное проявление положительного и отрицательного оценочного знака в одном значении). Примечательно, что оценочный смысл может появляться, видоизменяться и

утрачиваться в речи группы людей, а не всего языкового сообщества.

Итак, языковая картина мира включает ценностное измерение лингвистически релевантного осмысления действительности. В рамках этого измерения противопоставляются ценности, нормы и обыкновения как иерархически организованные форматы хранения знаний и поведенческих установок в типовых ситуациях общения. Нормы поведения отражают систему аксиогенных ситуаций, фиксируются в содержании ценностно маркированных высказываний и значениях слов и фразеологических словосочетаний. Важнейшими измерениями лингвистически релевантных норм поведения являются их противопоставления по признаку общественной значимости (терминальные, моральные, утилитарные и витальные нормы) и по признаку охвата населения (универсальные, цивилизационные, этнокультурные, макрогрупповые, микрогрупповые и индивидуальные нормы). Структура аксиогенной ситуации включает следующие позиции её участников: куратор, экспрессор, респондент и публика. Анализ норм поведения, выводимых из содержания пословиц, позволяет выделить их следующие типы: нормы моральные (характеризующие взаимодействие, жизнеобеспечение, контакт, ответственность, контроль) и утилитарные (характеризующие реализм, безопасность, благоразумие). Изучение слов с пейоративным значением подтверждает результаты проведённого анализа, важнейшим признаком оценки является нарушение моральных либо утилитарных норм поведения.

Статья поступила в редакцию 08.05.2019

БЛАГОДАРНОСТИ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, научный проект № 19-012-00609 А «Современная российская аксиосфера: семантическая и прагматическая трансформация русского культурного кода».

ACKNOWLEDGMENTS

The study was supported by the Russian Foundation for Basic Research, research project No. 19-012-00609 A, "Modern Russian Axiosphere: Semantic and Pragmatic Transformation of the Russian Cultural Code"

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1998. 896 с.
2. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М.: Языки славянской культуры, 2001. 288 с.
3. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985. 229 с.
4. Воркачев С. Г. Воплощение смысла: *conceptualia selecta*: монография. Волгоград: Парадигма, 2014. 331 с.
5. Воркачев С. Г. «Реликтовое чувство»: порядочность по данным корпусной лингвистики // Вестник Кемеровского государственного университета. 2016. № 3. С. 111–116.
6. Дементьев В. В. Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и прагматике. М.: Глобал ком, 2013. 336 с.
7. Жданова Л. А., Ревзина О. Г. «Культурное слово» милосердие // Логический анализ языка. Культурные концепты. М.: Наука, 1991. С. 56–61.
8. Зализняк А. А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. О пошлости и прозе жизни // Ключевые идеи русской языковой картины мира: сборник статей. М.: Языки славянской культуры, 2005. С. 175–202.
9. Зинченко В. П. Ценности в структуре сознания // Вопросы философии. 2011. № 8. С. 85–97.
10. Каган М. С. Философская теория ценности. СПб.: Петрополис, 1997. 205 с.
11. Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: Институт языкознания РАН, 1992. 330 с.
12. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: антология. М.: Academia, 1997. С. 280–287.
13. Микешина Л. А. Современное развитие понятия «ценность» // Ценности и смыслы. 2009. № 1. С. 6–17.
14. Оболенская С. В. Образ немца в русской народной культуре XVIII–XIX веков // Одиссей: Человек в истории. 1991. Т. 1991. С. 160–185.
15. Brown P., Levinson S. Politeness: Some universals in language usage. Cambridge: Cambridge University press, 1987. 345 p.
16. Grice H. P. Logic and conversation // Syntax and semantics 3. Speech acts. New York: Academic Press, 1975. P. 45–47.
17. Hoggart R. The uses of literacy. Harmondsworth: Penguin, 1990. 384 p.
18. Keenan E. L. Two Kinds of Presupposition in Natural Language // Studies in Linguistic Semantics / ed. C. J. Fillmore, T. Langendoen. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1971. P. 44–52.
19. Rokeach M. The Nature of Human Values. New York: The Free Press, 1973. 438 p.
20. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries // Advances in experimental social Psychology. Vol. 25. London: Academic Press, 1992. P. 1–65.

21. Williams R. M. Change and stability in values and value systems: a Sociological Perspective // *Understanding Human Values: Individual and Societal* / ed. M. Rokeach. New York: The Free Press, 1979. P. 15–46.

REFERENCES

1. Arutyunova N. D. *Yazyk i mir cheloveka* [The language and the human world]. Moscow, Yazyki russkoi kul'tury Publ., 1998. 896 p.
2. Vezhbitskaya A. *Ponimanie kul'tur cherez posredstvo klyuchevykh slov* [Understanding cultures through key words]. Moscow, Yazyki slavyanskoi kul'tury Publ., 2001. 288 p.
3. Volf E. M. *Funktsional'naya semantika otsenki* [Functional semantics of evaluation]. Moscow, Nauka Publ., 1985. 229 p.
4. Vorkachev S. G. *Voploshchenie smysla: conceptualia selecta* [The embodiment of meaning: conceptualia selecta]. Volgograd, Paradigma Publ., 2014. 331 p.
5. Vorkachev S. G. ["Relict feeling": honesty according to the corpus linguistics data]. In: *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Kemerovo State University], 2016, no. 3, pp. 111–116.
6. Dement'ev V. V. *Kommunikativnye tsennosti russkoi kul'tury: kategoriya personal'nosti v leksike i pragmatike* [Communicative values of Russian culture: the category of personality in vocabulary and pragmatics]. Moscow, Global kom Publ., 2013. 336 p.
7. Zhdanova L. A., Revzina O. G. ["Cultural word" mercy]. In: *Logicheskii analiz yazyka. Kul'turnye kontsepty* [Logical analysis of language. Cultural concepts]. Moscow, Nauka Publ., 1991, pp. 56–61.
8. Zaliznyak A. A., Levontina I. B., Shmelev A. D. [On the vulgarity and prose of life]. In: *Klyucheveye idei russkoi yazykovoi kartiny mira* [The key ideas of Russian language picture of the world]. Moscow, Yazyki slavyanskoi kul'tury Publ., 2005, pp. 175–202.
9. Zinchenko V. P. [Values in Consciousness Structure]. In: *Voprosy filosofii* [Russian Studies in Philosophy], 2011, no. 8, pp. 85–97.
10. Kagan M. S. *Filosofskaya teoriya tsennosti* [Philosophical theory of value]. St. Petersburg, Petropolis Publ., 1997. 205 p.
11. Karasik V. I. *Yazyk sotsial'nogo statusa* [The language of social status]. Moscow, Institute of Linguistics of Russian Academy of Science Publ., 1992. 330 p.
12. Likhachev D. S. [The conceptsphere of the Russian language]. In: *Russkaya slovesnost'. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta* [Russian literature. From the theory of literature to the structure of the text]. Moscow, Academia Publ., 1997, pp. 280–287.
13. Mikeskina L. A. [Modern development of the concept of "value"]. In: *Tsennosti i smysly* [Values and meanings], 2009, no. 1, pp. 6–17.
14. Obolenskaya S. V. [The image of a German in Russian folk culture of the 18th – 19th centuries]. In: *Odissei: Chelovek v istorii* [Odysseus: Man in history], 1991, vol. 1991, pp. 160–185.
15. Brown P., Levinson S. *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge, Cambridge University press, 1987. 345 p.
16. Grice H. P. *Logic and conversation*. In: *Syntax and semantics 3. Speech acts*. New York, Academic Press, 1975, pp. 45–47.
17. Hoggart R. *The uses of literacy*. Harmondsworth, Penguin, 1990. 384 p.
18. Keenan E. L. Two Kinds of Presupposition in Natural Language. In: Fillmore C. J., Langendoen T., eds. *Studies in Linguistic Semantics*. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1971, pp. 44–52.
19. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. New York, The Free Press, 1973. 438 p.
20. Schwartz S. H. *Universals in the content and structure of values: theoretical advances and*

empirical tests in 20 countries. In: *Advances in experimental social Psychology*. Vol. 25. London, Academic Press, 1992, pp. 1–65.

21. Williams R. M. Change and stability in values and value systems: a Sociological Perspective. In: Rokeach M., ed. *Understanding Human Values: Individual and Societal*. New York, The Free Press, 1979, pp. 15–46.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Карасик Владимир Ильич – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры общего и русского языкознания Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина;
e-mail: vkarasik@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Vladimir I. Karasik – Doctor in Philological Sciences, Professor at the Department of General and Russian Linguistics, Pushkin State Russian Language Institute;
e-mail: vkarasik@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Карасик В. И. Нормы поведения в языковой картине мира // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 4. С. 35–49.
DOI: 10.18384/2310-712X-2019-4-35-49

FOR CITATION

Karasik V. I. Norms of behaviour in linguistic worldview. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2019, no. 4, pp. 35–49.
DOI: 10.18384/2310-712X-2019-4-35-49