

ПЕТРЕНКО В. Ф., НИСТРАТОВ А. А., РОМАНОВА Н. В.

РЕФЛЕКСИВНЫЕ СТРУКТУРЫ ОБЫДЕННОГО СОЗНАНИЯ (На материале семантического анализа фразеологизмов)

Взаимопроникновение психологии и лингвистики выразилось, в частности, в появлении понятия «языковая личность». Как справедливо отмечает Ю. Н. Караулов, «нельзя познать сам по себе язык, не выйдя за его пределы, не обратившись к его творцу, носителю, пользователю — к человеку, к конкретной языковой личности» [1].

Психологическое исследование сознания и личности с неизбежностью приводит к анализу языковых значений, опосредующих психические процессы. Настоящая статья посвящена анализу фразеологизмов. Для психолога они интересны тем, что несут в себе совокупный общественный опыт, содержат структуры обыденного, житейского сознания, отражают национально-культурологическую специфику языка. (Таким образом, фразеологизмы в настоящей статье рассматриваются в том их аспекте, который сближает их с некоторыми жанрами фольклора. Ср. ниже точку зрения Ф. И. Буслаева.) Мы полагаем, что использование для описания человека образного, емкого и метафорического языка фразеологизмов может расширить и углубить арсенал методических средств психосемантики в области психологии личности. Построение семантических фразеологических словарей может оказаться полезным для проведения культурно-сопоставительных исследований специфики мировосприятия и мироощущения представителей различных языковых культур, для преподавания и усвоения иностранного языка.

Выражая абстрактное через конкретное, отвлеченное через чувственно и наглядно осязаемое, фразеологизмы являются как бы формой рефлексии внеязыковой действительности. Они порождены потребностью в выразительных средствах для нужд коммуникации — вербального выражения чувств, эмоциональных оценок, способов эмоционального воздействия, ярких и метких характеристик человека, предметов, явлений. «Передавая в сжатом виде сюжет басни, легенды, суть притчи, исторического события, фразеологизмы являются мощным средством компрессии информации, которая возможна благодаря емкости фразеологического значения» [2]. Уместно вспомнить известное положение А. А. Потебни о «сгущении мысли», при котором смысл целого текста находит выражение в одном изречении. Шутливость, каламбур, ирония, свойственные фразеологизму, служат для выражения самых разнообразных чувств и отношений: радости, удовольствия, пренебрежения, — они выручают там, где невозможно найти точные определения, и короткий фразеологизм может дать гораздо более емкую характеристику человека и его действий, чем длинное расплывчатое описание.

В силу компрессии общественного опыта во фразеологии наиболее ярко проявляется национально-культурная специфика языка, его связь с материальной и духовной жизнью народа, его историей. Эти «обычные

выражения», являющиеся, по мнению Ф. И. Буслаева, своеобразными микромифами, содержат в себе «и нравственный закон, и здравый смысл, выраженные в кратком изречении, которые заветовали предки в руководство потомкам» [3].

Обращение психологов к различным этнографическим и фольклорным материалам позволяет подойти к изучению особенностей человеческой психики не абстрактно, исследуя некоего внеисторического субъекта, а в контексте и связи с определенным своеобразным строем культуры, характерным для того или иного народа. Являясь результатом, продуктом деятельности людей, культура в то же время оказывает обратное влияние на формирование человеческого мышления и сознания, в ней закрепляются определенные формы регуляции человеческого поведения [4]. В традиционной культуре такие образования, как пословицы, поговорки, загадки, по мнению казахского психолога М. М. Муканова, являются для обыденного сознания своеобразной формой рефлексии, понимаемой как процесс критического осмысления текущей деятельности и осознания необходимости предпринять новую деятельность [5]. Мысль о рефлексивной функции фольклора, несущего в себе вековой опыт и систему ценностей народа, можно с полным правом отнести и к фразеологии.

Работы В. Н. Губарева [6], А. В. Жукова [7] позволяют полагать, что одной из особенностей фразеологической семантики является ее преимущественно субъектная направленность. «Фразеологизмы оценивают человека с точки зрения физических, психических, морально-этических, интеллектуальных качеств, характеризуют его в отношении социальной принадлежности, рода занятий, возраста и жизненного опыта, родственных связей» [7]. Существующая же объектная фразеология, связанная с характеристикой предметов и явлений действительности, составляет, по данным «Фразеологического словаря» [8], 4—5 % от общего числа фразеологизмов. Причем из выделенных четырех типов объектной фразеологии два относятся к объектно-субъектным, т. е. могут быть отнесены и к объекту, и к субъекту (например, *видать виды* — «много испытать» и «быть сильно поношенным») [7]. Все это говорит о том, что большая часть фразеологического богатства языка может рассматриваться как некоторая форма рефлексии, отражения человеческих отношений.

К проблеме метода. Анализ фразеологизмов в настоящей работе проводился в рамках психосемантического подхода. В отличие от лингвистических методов анализа, ориентированных на структурный анализ объектов (лексики, текстов и т. д.) или использующих лингвистическую интроспекцию, которая опирается на языковую компетенцию исследователя, его «чувство языка», психосемантические методы анализа ориентированы на моделирование реальной речемыслительной деятельности субъекта, испытываемого и исследование значений, так сказать, «в режиме употребления».

Основным методическим приемом выделения категориальных структур и формой их модельного представления является построение субъективных семантических пространств [9, 10]. Семантические пространства являются неким метаязыком исходного языка описания — в нашем случае фразеологизмов, — и их построение заключается в выделении обобщенных категорий-факторов, на языке которых, как на некотором базисном алфавите, записывается исходная лексика. При геометрическом представлении семантического пространства категории-факторы выступают координатными осями такого n -мерного семантического пространства (размерность пространства определяется числом независимых, некоррелирующих

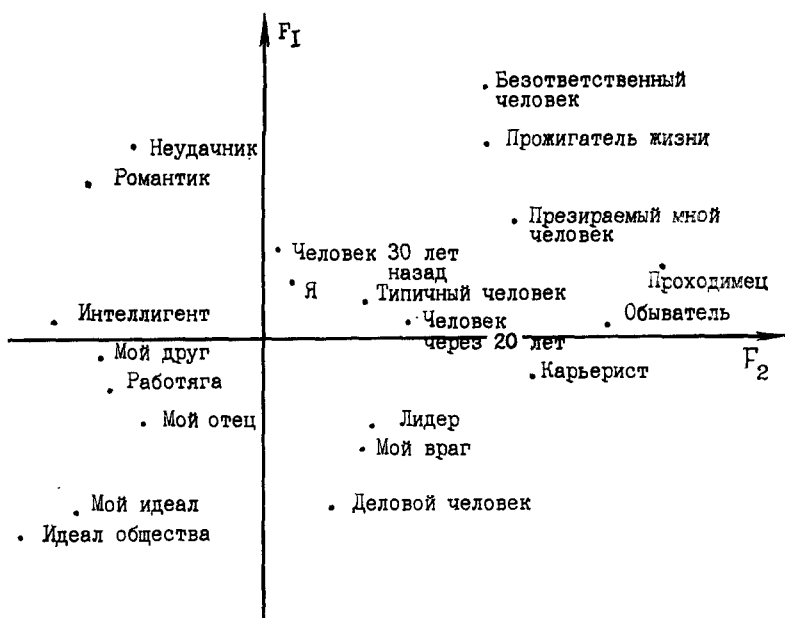


Рис. 1

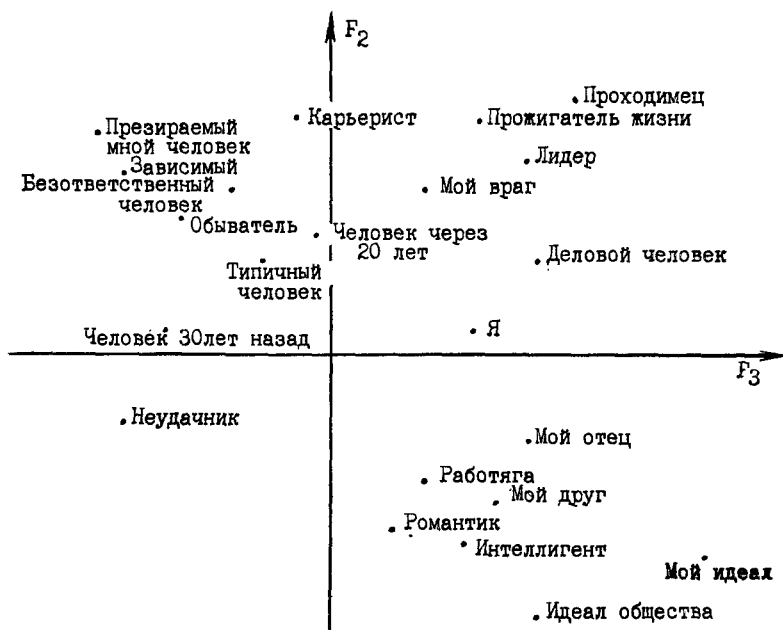


Рис. 2

факторов), а значения анализируемой содержательной области (в нашем случае — ролевых позиций) задаются как координатные точки (или векторы) внутри этого пространства. Размещение объектов в семантическом пространстве позволяет проводить семантический анализ этих значений, выносить суждения об их сходстве и различии, вычисляя семантические расстояния между соответствующими координатными точками.

Эксперимент 1. Семантическое пространство русских фразеологизмов.

В качестве экспериментального материала нами был отобран 71 фразеологизм (см. [8]), относящийся к разряду глагольных.

Процедура эксперимента. Для построения матрицы сходства фразеологизмов (первый этап построения семантического пространства) степень сходства фразеологизмов оценивалась косвенным образом: на основе их отнесения к неким «ролевым позициям». Ролевыми позициями называются обобщенные образы людей, или, другими словами, некоторые типы (например, *типичный человек, романтик, обыватель*). В нашем эксперименте всего 22 ролевые позиции: см. рис. 1, 2 [11].

Выбор ролевых позиций в качестве объектов оценки диктовался, как было указано выше, теоретическими соображениями о преимущественно субъектной направленности фразеологизмов. При отборе фразеологизмов мы стремились выбрать как можно более контрастные позиции («идеал» — «презираемый человек», «лидер» — «безответственный человек», «мой враг» — «мой друг», «романтик» — «обыватель»), чтобы охватить как можно более широкий диапазон аспектов личности человека (волевой аспект, ценностный, временной ориентации личности и т. п.), которые предположительно могут отражаться во фразеологизмах.

Испытуемых просили оценивать по семибалльной шкале (3, 2, 1, 0, —1, —2, —3) верность утверждения, зафиксированного в образной форме каждого фразеологизма, относительно каждой ролевой позиции.

В роли испытуемых-экспертов выступали 20 мужчин с высшим гуманитарным образованием в возрасте от 24 до 35 лет, родной язык которых русский.

Процедура обработки. Индивидуальные матрицы оценок испытуемых суммировались в одну общегрупповую матрицу (71×22), которая подвергалась процедуре факторного анализа. Матрица корреляции (71×71), отражающая связь каждого из 71 фразеологизма друг с другом, строилась на основе 22 ролевых позиций по этим фразеологизмам. Последующая факторная обработка матрицы корреляций позволяет выделить пучки коррелируемых, взаимосвязанных фразеологизмов и описать содержание ролевых позиций через набор базисных категорий факторов. При этом факторные нагрузки фразеологизмов соответствуют проекции вектора, описывающего фразеологизм, на ось фактора. Величина факторной нагрузки показывает, насколько выражен некий смысл, стоящий за фактором в данном конкретном фразеологизме, а содержание фактора выступает как смысловой инвариант входящих в него фразеологизмов. При этом фразеологизмы, имеющие положительную нагрузку по данному фактору, и фразеологизмы, имеющие отрицательную нагрузку по тому же фактору, образуют содержательные полюса этого биполярного фактора: знак факторной нагрузки задает отнесение фразеологизма к тому или иному полюсу фактора (левому или правому) и содержательного, интерпретационного значения не имеет.

Полученные результаты и обсуждение. В результате обработки данных было выделено три значимых фактора, объясняющих соответственно 32, 29, 14% вклада в общую дисперсию.

По первому фактору (F_1) доминирующие нагрузки имели следующие фразеологизмы, которые перечисляются в порядке убывания величины факторной нагрузки: *сесть в лужу* (0, 91), *витать между небом и землей* (0, 88), *купить kota в мешке* (0,88), *влезать в долги* (0,86), *белены объесться* (0,84), *заглядывать в рюмку* (0,83), *гоняться за двумя зайцами* (0,83), *сидеть на бобах* (0,83), *делать как бог на душу положит* (0,82), *ломиться в открытую дверь* (0,81), *лезть в бутылку* (0,81), *дурака валять* (0,77), *строить воздушные замки* (0,76), *метать бисер перед свиньями* (0,76), *воду в ступе толочь* (0,76), *рубить сплеча* (0,76), *бить баклуши* (0,74), *дойти до ручки* (0,74), *выносить сор из избы* (0,72), *переливать из пустого в порожнее* (0,70), *играть с огнем* (0,68), *искушать судьбу* (0,67), *тянуть kota за хвост* (0,60), *не видеть дальше собственного носа* (0,58), *делать из мухи слона* (0,53) — на одном полюсе и — *держат себя в узде* (—0,86), *знать свое место* (—0,83), *брать быка за рога* (—0,73), *заглядывать вперед* (—0,62), *не оставаться в долгу* (—0,55) — на другом полюсе.

Полученные оппозиции характеризуют, на наш взгляд, различные аспекты контроля и целесообразности поведения субъекта. С одной стороны, это нецелесообразная активность без прогноза будущего. Это как бы «тушиковая» активность, у нее нет позитивного выхода. С другой стороны — это активность, при которой субъект контролирует себя и ситуацию, избегая опрометчивости. Содержание фактора раскрывается как оппозиция «безответственности, неорганизованности, несдержанности» — в противоположность — «ответственности, организованности, сдержанности». Назовем это измерение фактором «нецелесообразности — целесообразности» поведения.

Наиболее полярными по этому фактору оказались ролевые позиции: *безответственный человек, неудачник, прожигатель жизни*, с одной стороны, и *деловой человек, идеал с точки зрения общества* — с другой (см. рис. 1), что подтверждает предложенную нами интерпретацию.

Интересно отметить, что среди отобранных нами достаточно случайным образом фразеологизмов большее количество представляет негативный полюс «нецелесообразного поведения», это, очевидно, является свидетельством того, что к фразеологии чаще прибегают для оценки неадекватного поведения, чем для одобрения позитивного.

Второй выделенный фактор (F_2) представлен следующими фразеологизмами: *чужими руками жар загребать* (0,96), *снимать пенки* (0,96), *подложить ссинью* (0,96), *ловить рыбу в мутной воде* (0,92), *втирать очки* (0,91), *плевать в душу* (0,90), *надевать маску* (0,87), *обводить вокруг пальца* (0,87), *рыться в грязном белье* (0,86), *пускать пыль в глаза* (0,85), *и нашим и вашим* (0,80), *брать на пушку* (0,78), *идти по линии наименьшего сопротивления* (0,76), *напускать туману* (0,76), *наступать на любимый мозоль* (0,76), *валить с большой головы на здоровую* (0,75), *делать хорошую мину при плохой игре* (0,61) — на одном полюсе и — *держат свое слово* (—0,81), *бороться с самим собой* (—0,62), *не оставаться в долгу* (—0,57), *уходить в себя* (—0,54) — на другом полюсе. Оценочный характер второго фактора ярко проявляется в том, что на одном полюсе оказались такие явно отрицательные ролевые позиции, как «проходимец», «карьерист», а на другом — такие явно положительные, как «идеал человека с точки зрения общества», «мой идеал человека» и т. д. (см. рис. 1).

Фразеологизмы, попавшие на один полюс (*чужими руками жар загребать, втирать очки, надевать маску* и т. п.), описывают поведение, в котором другой человек оказывается средством, объектом манипуляции в

достижении неким субъектом своей цели. Можно сказать, что эти фразеологизмы выявляют нарушение действующим субъектом «категорического императива». Немногочисленные фразеологизмы, попавшие на другой полюс фактора (*держат свое слово, бороться с самим собой* и т. д.), описывают поведение, в котором субъект в чем-то ограничивает себя ради чувства долга.

Таким образом, второй фактор нашего семантического пространства фразеологизмов можно назвать фактором «оценки» или фактором «аморальности — моральности». Дифференциация ролевых позиций по этому фактору определяется представлениями наших испытуемых о том, «что такое хорошо и что такое плохо», или, вернее, кто хороший и кто плохой (см. рис. 2). Интересна антипрагматическая направленность в оценке людей (ролевых позиций), проявившаяся у наших испытуемых-экспертов. Так, наряду с «идеалом с точки зрения общества», «моим идеалом человека», «отцом», «романтиком» и «работягой» положительную оценку по этому фактору получила и ролевая позиция «неудачник», имеющая в семантическом пространстве координаты, близкие к ролевой позиции «романтик», в то время как ролевая позиция «деловой человек» имеет несколько отрицательную коннотацию. Наличие смыслового оттенка манипулирования другим человеком во фразеологизмах на полюсе «аморальности» привело, очевидно, к тому, что и ролевая позиция «лидер» оказалась обладающей слабой негативной оценкой. Ведь лидер в каком-то смысле управляет, манипулирует людьми.

Дифференциация ролевых позиций даже в рамках двух первых выделенных факторов позволяет установить достаточно тонкие семантические нюансы лексики. Так, близкие по смыслу оценки «карьерист» и «проходимец» попали в разные квадраты нашего семантического пространства. Имея сходную негативную коннотацию по второму оценочному фактору, они занимают контрастные позиции по первому фактору «нецелесообразности — целесообразности» (см. рис. 1). «Карьерист» отличается от «проходимца» тем, что действует выдержанно и целенаправленно, в то время как «проходимец» может действовать с известной долей риска, без достаточного прогнозирования будущего.

В третий фактор (F_3) вошли следующие фразеологизмы: *не лезть за словом в карман* (0,87), *гнуть свою линию* (0,75), *много брать на себя* (0,72), *жить своим умом* (0,63) — на одном полюсе и — *держаться за бабулю юбку* (—0,69), *плакаться в жилетку* (—0,72), *смотреть как баран на новые ворота* (—0,63), *поджечь хвост* (—0,62), *дрожать над копейкой* (—0,59), *ходить вокруг да около* (—0,58) — на другом полюсе.

На одном полюсе третьего фактора сосредоточены фразеологизмы, отражающие позиции уверенного в себе, независимого субъекта (*гнуть свою линию, жить своим умом* и т. д.), в то время как противоположный полюс фактора описывает неуверенного, несамостоятельного субъекта, зависящего от другого человека или от обстоятельств (*держаться за бабулю юбку, дрожать над копейкой* и т. д.). Мы интерпретировали этот фактор как фактор «силы его» или как фактор «уверенности — неуверенности». Третий фактор близок классическому осгудовскому фактору силы [12], который на материале личностных качеств выступает как фактор «силы личности», или «силы его».

Размещение ролевых позиций по оси третьего фактора подтверждает предложенную интерпретацию. Так, наиболее полярными по этому фактору оказались ролевые позиции «мой идеал», «идеал с точки зрения общества», «лидер» и «проходимец» (различные по фактору оценки, но близ-

кие по параметру уверенности в себе) — с одной стороны, и ролевые позиции «зависимый человек», «неудачник» как обладающие слабой силой личности — с другой (см. рис. 2).

Подводя итоги результатов первого эксперимента, отметим, что выделенные факторы дифференциации фразеологизмов являются наиболее глобальными параметрами, своего рода «архисемами» [13] фразеологизмов, позволяющими проводить их наиболее общую классификацию. Более тонкий семантический анализ содержания фразеологизмов требует привлечения других средств, одним из которых является так называемый кластерный анализ [14].

В отличие от факторного анализа, выделяющего обобщенную структуру семантических связей на каком-либо одном (в зависимости от построения эксперимента) уровне (чаще всего на уровне глобальных коннотативных факторов), кластерный анализ позволяет построить многоуровневое дерево категоризации, фиксирующее семантические связи на различных уровнях сходства.

Эксперимент 2. Исследование категориальной структуры фразеологизмов (семантический анализ фразеологизмов) методом кластерного анализа.

Экспериментальный материал: те же глагольные фразеологизмы, что и в первом эксперименте. Они были распечатаны каждый на отдельной карточке, которая и предъявлялась испытуемым.

Испытуемыми-экспертами были 24 человека обоего пола с высшим гуманитарным образованием, родным языком которых являлся русский.

Процедура эксперимента. В качестве процедуры установления семантических связей фразеологизмов и построения матрицы сходства (I этап психосемантического эксперимента) использовался метод сортировки Миллера [15, 10]. Испытуемым предлагалось расклассифицировать карточки с фразеологизмами в произвольное количество групп с произвольным количеством объектов (фразеологизмов) в каждой группе. После классификации испытуемых просили дать условные названия выделенным группам и попытаться сформулировать принцип (основание) классификации.

Процедура обработки данных и построение классификационного дерева осуществлялись с помощью кластеранализа [16], где мерой попарного сходства объектов (фразеологизмов) являлось количество их попаданий в одни и те же классы. Легко понять, что если в эксперименте участвовало n испытуемых, то мера сходства пары объектов может варьироваться от n , если все испытуемые отнесли эту пару фразеологизмов в одни классы до 0, если ни один из испытуемых не сгруппировал их вместе. Для того чтобы сделать меру сходства объектов независимой от числа испытуемых, ее нормируют, т. е. делят на число испытуемых, и, таким образом, она получает значение от 1 до 0.

Последовательное объединение объектов на разных уровнях сходства дает дерево классификации анализируемых объектов. Построение дерева кластеризации (классификации) позволяет наряду с глобальными классами, объединяющими объекты на низких уровнях сходства, выделять более мелкие гроздья смысловых объединений, и, соответственно, провести более детальный семантический анализ объектов (в нашем случае фразеологизмов).

В результате обработки данных на низких уровнях сходства было выделено три больших семантических класса (кластера), первые два из которых по входящим в них фразеологизмам полностью совпадают с содержанием двух первых факторов («целесообразности» и «оценки»), выделенных с помощью факторно-аналитического решения (см. первый

эксперимент). Малочисленные фразеологизмы, находящиеся на положительных полюсах всех трех факторов первого эксперимента (целенаправленность, моральность, сила личности), образуют единый кластер положительно-активного поведения (*жить своим умом, держать себя в узде, не лезть за словом в карман, бороться с самим собой, заглядывать вперед* и т. д.).

Наибольший интерес в плане интерпретации представляют для нас кластеры, выделенные на средних уровнях сходства. Рассмотрим подкластеры первого большого класса фразеологизмов — «нецелесообразности» поведения. Он разбивается на ряд подкластеров, отражающих различные аспекты этой «нецелесообразности».

Первый подкластер: *строить воздушные замки, витать между небом и землей, вариться в собственном соку, не видеть дальше своего носа*. А р х и с е м а этого подкластера, или его ф о р м у л а: «образ мира субъекта» $\neq$ «действительности», где $\neq$ — несоответствие.

Общим содержанием, объединяющим эти фразеологизмы, является, очевидно, отсутствие у некоего субъекта (или субъектов) адекватного образа внешнего мира, действительности, т. е. общий смысл, присущий всему классу фразеологизмов нецелесообразности поведения, конкретизируется в этом кластере как нецелесообразность в силу неадекватности представлений о действительности.

Неадекватность представлений о мире может быть конкретизирована в каждом отдельном фразеологизме как бы добавлением к двум родовым архисемам («нецеленаправленности поведения» и «неадекватности образа действительности») дифференциальных признаков, превращающих фразеологизм в некую неповторимую «единичность». Следует подчеркнуть гораздо большую произвольность нашей интерпретации результатов кластерного анализа по сравнению с факторно-аналитическим экспериментом. В нашей интерпретации мы формализуем содержание образного фразеологизма, переводя его на язык деятельностных структур, работаем с фразеологизмом как с лексемой, а не как с образом. Образное же содержание фразеологизма бесконечно богаче и несет в себе множество дополнительных смыслов и нюансов. Сходство образного наполнения фразеологизмов влияет на их объединение, группировку на высоких уровнях идентичности. Например, наиболее близкими в классификационном дереве оказались фразеологизмы *строить воздушные замки* и *витать между небом и землей*.

Второй подкластер первого большого класса включает следующие фразеологизмы: *сесть в лужу, поджечь хвост, сидеть на бобах, плакать в жилетку*.

Формула подкластера: «действительность $\gg$ цель», где $\gg$ — субъективная значимость. Мы интерпретируем содержание этого кластера как снижение, затруднение собственной активности и целесообразности деятельности в силу зависимости от внешних обстоятельств.

Третий подкластер первого большого класса включает фразеологизмы: *переливать из пустого в порожнее, воду в ступе толочь, ходить вокруг да около, бить баклуши, дурака валять, делать как бог на душу положит, тянуть кота за хвост*.

Формула подкластера: «цель $\leftrightarrow$ отсутствие цели» или «цель $\neq$ цели деятельности».

Смысловым содержательным инвариантом перечисленных фразеологизмов, определяющим интерпретацию этого кластера, на наш взгляд, выступает констатация отсутствия целенаправленной активности в силу: а) подмены ее несущественной активностью (*переливать из пустого в порожнее*,

воду в ступе толочь, бить баклуши; б) подмены ее развлечением (*дурака валять*); в) оттягивания времени реализации этой деятельности (*ходить вокруг да около, тянуть kota за хвост*) и т. п.

Четвертый подкластер объединяет фразеологизмы: *делать из мухи слона, гоняться за двумя зайцами, смотреть как баран на новые ворота, ломиться в открытую дверь, метать бисер перед свиньями, лезть в бутылку, белены объесться*.

Формула подкластера: «цель > < действительность», где > < — неадекватность.

Фразеологизмы этого кластера, по-видимому, объединяет констатация нарушений целесообразности деятельности в звене целеполагания. Это — констатация невозможности реализации двух целей одновременно (*гоняться за двумя зайцами*) или неспособности идентификации цели (*смотреть как баран на новые ворота*), неадекватности цели действия (*ломиться в открытую дверь, метать бисер перед свиньями*), подмены цели действия целью самоутверждения (*лезть в бутылку*) или неспособности субъекта к постановке цели (*белены объесться*).

Последний, пятый подкластер включает фразеологизмы: *играть с огнем, искушать судьбу, рубить с плеча, много брать на себя, гнуть свою линию, мерить на свой аршин, брать быка за рога*.

Формула подкластера: «цель > > действительность».

Фразеологизмы этой группы объединены описанием некоторой активности субъекта, не соотношенной с реальной ситуацией. Негибкость поведения человека характеризуется на основе этих фразеологизмов как отсутствие ориентировки в объектной и социальной действительности, несоотнесенность с ней цели действия.

Перейдем к рассмотрению второго большого класса фразеологизмов, объединенных проявлением «аморальности». Отметим, что все фразеологизмы этого оценочного класса подразумевают наряду с субъектом деятельности некоего другого субъекта (или субъектов), по отношению к которому (вернее, во вред которому) и реализуется деятельность. Можно сказать, что все эти фразеологизмы реализуют субъект-субъектные отношения. Можно высказать гипотезу, что оценочная компонента вообще возникает тогда, когда в описании индивидуальных характеристик человека имманентно присутствует его отношение к другому человеку или к людям. Говоря, например, что этот человек тревожный или уверенный, мы только описываем его индивидуальные особенности, но говоря, что этот человек гордый, мы имманентно и оцениваем его, так как гордость характеризует его поведение по отношению к другим. Субъект-субъектные отношения фразеологизмов нашего второго большого оценочного класса можно характеризовать с другой позиции анализа и как проявление диалогичности.

Семантический кластер «аморальность» также распадается на ряд подкластеров. Первый подкластер этого большого класса представлен фразеологизмами: *чужими руками жар загребать, рыться в грязном белье, держать камень за пазухой, плевать в душу, подложить свинью, валить с большой головы на здоровую, наступать на любимую мозоль, выносить сор из избы*. Общий смысл всей группы фразеологизмов этого подкластера может быть выражен следующим образом: «некий субъект А (или группа субъектов) реализует предикат „делать плохо некоторому субъекту В или группе субъектов“». Все эти фразеологизмы содержат также дополнительные признаки (семы) по отношению к архисеме «делать плохо в моральном плане» и «делать плохо недозволенными средствами». Предикат «делать плохо другому» конкретизируется в единичных

фразеологизмах и может быть раскрыт следующим образом: «использовать другого человека не как субъекта деятельности, а как средство реализации собственных целей (*чужими руками жар загребать*), как средство удовлетворения собственного любопытства (социально неприемлемой познавательной активности во фразеологизме *рыться в грязном белье*) или дискредитировать образ другого человека в глазах третьих лиц (*выносить сор из избы*)» и т. д. Таким образом, семантически фразеологизмы второго большого кластера, описывающие межличностные взаимодействия, оказываются несравненно сложнее фразеологизмов первого кластера, описывающих нецелесообразную активность единичного субъекта.

Второй подкластер кластера «аморальность» включает следующие фразеологизмы: *втирать очки, обводить вокруг пальца, брать на пушку, пускать пыль в глаза*. Семантический признак, объединяющий эти фразеологизмы, очевидно, задан предикатом «обманывать» — т. е. «использовать другого человека как средство достижения собственных целей, поставляя ему неверную информацию о собственных целях, социальной или предметной действительности». К первым двум подкластерам примыкают на более низких уровнях сходства фразеологизмы: *ловить рыбу в мутной воде, как сыр в масле кататься, снимать пенки*. Общий смысл этих фразеологизмов, очевидно, включает признак «нечестности» — семантически очень многоплановый и сложный. Признак нечестности явно не содержится в двух последних фразеологизмах, но к нему приводит цепочка осознаваемых или неосознаваемых умозаключений: «жить очень хорошо», значит, «жить за чей-то счет». Нечестность заключается в несоответствии индивидуальных ценностей субъекта и форм их реализации по отношению к неким общественным ценностям и нормам при внешней демонстрации лояльности этим нормам.

Третий подкластер семантического класса «аморальность» включает фразеологизмы: *и вашим и нашим, держать нос по ветру, идти по линии наименьшего сопротивления, дрожать над копейкой, себе на уме*. Фразеологизмы этой группы, по-видимому, описывают поведение субъекта, связанное с изменением ценностных ориентаций, целей и жизненных задач в зависимости от житейских обстоятельств с пользой для самого субъекта и, в конечном итоге, во вред другим участникам совместной деятельности, в которую этот субъект включен. Таким образом, некий субъект оказывается слабым звеном в совместной деятельности в связи с неустойчивостью ценностно-мотивационной структуры его личности — на него нельзя положиться.

Наконец, третий самостоятельный семантический класс фразеологизмов, полученный группировкой оценочно-положительных полюсов всех трех факторов первого эксперимента, интерпретируется как кластер «положительного», «целесообразного» активного поведения. Он включает следующие фразеологизмы: *держат свое слово, жить своим умом, держать себя в узде, не оставаться в долгу, не лезть за словом в карман, бороться с самим собой, заглядывать вперед, уходить в себя, знать свое место, делать веселую мину при плохой игре, сглаживать острые углы*.

В отличие от двух предыдущих больших подкластеров, включающих фразеологизмы, описывающие те или иные формы неадекватности поведения субъекта, и расположенных на отрицательных (в содержательном, а не математическом смысле) полюсах факторов первого эксперимента, в третьем кластере объединены те фразеологизмы, которые находились на положительных полюсах всех трех факторов первого эксперимента, т. е. на полюсах «целесообразности», «моральности» и «уверенности». Исходя

из большого количества фразеологизмов «целесообразности» и «моральности», назовем этот кластер кластером «осмотрительности».

Общественное. В первом эксперименте, используя фразеологизмы в «режиме употребления» для характеристики обобщенных образов других людей (ролевые позиции), мы показали, что такое употребление фразеологизмов позволяет дифференцировать их по неким базисным измерениям, специфицирующим характер индивидуальности и совместной деятельности людей. Другими словами, сам факт построения семантического пространства фразеологизмов на базе шкалирования обобщенных образов других людей свидетельствует о наличии некоей внутренней структуры искусственных текстов, порождаемых испытуемым при соотнесении фразеологизма и образа другого человека. К таким базисным измерениям, как показал эксперимент, относятся факторы «нецелесообразности — целесообразности» поведения, «моральности — аморальности», «силы — слабости» личности субъекта деятельности. Являясь характеристиками субъекта деятельности, фразеологизмы характеризуют и саму деятельность, в рамках которой субъект получает эту характеристику. Действительно, ролевые позиции — обобщенные человеческие образы-типажи («деловой человек», «неудачник», «работяга», «лидер», «интеллигент» и т. п.) являются по сути производными от неких обобщенных деятельностей и стилей жизни, которые они реализуют. Очевидно, соотнесение деятельностных структур, имплицитно содержащихся во фразеологизме и реальной житейской ситуации, и делает возможной рефлексия этой ситуации в обыденном, житейском сознании. При этом наблюдается рефлексия на разных уровнях сознания, с разной степенью детализации опосредующих рефлексия структур. Так, уже простая оценка «хорошо» или «плохо» есть рефлексия ситуации в обобщенных, недифференцированных эмоциональных эталонах.

Второй эксперимент на классификацию фразеологизмов с построением кластерной структуры выявил более детализированную систему категоризаций и семантических признаков, имплицитно присущих фразеологизмам. Так, например, категория-фактор «нецелесообразности — целесообразности» поведения дифференцируется на более дробные основания категоризации: неадекватность поведения в силу неадекватности «образа мира» субъекта; неадекватность поведения в силу излишней зависимости от внешних условий («поле») подавляет внутреннюю активность субъекта); неадекватность поведения в силу отсутствия цели действия или в силу подмены ее несущественной активностью; неадекватность поведения в силу неадекватности его цели внешним условиям и, наконец, неадекватность поведения в силу игнорирования внешних условий при реализации цели.

Для описания выделяемых структур категоризации возникает необходимость в некоем метаязыке, репрезентирующем их не обыденному, а научному сознанию. Остановимся на этом подробнее. Являясь предикатами, описывающими в образной форме некое действие, субъектные фразеологизмы характеризуют отношения между рядом объектов (аргументов). Восстановление недостающих членов (аргументов) некоего отношения осуществляется на основе анализа степени «местности предиката»; необходимо решить вопрос, является ли предикат одно-, двух-, трехместным и т. д. В лингвистике эта проблема выступает как «восстановление смысловой неполноты текста» [17]. Отметим, что при анализе глагольных формы сталкиваемся с проблемой оценки количества мест, присущих тому или иному предикату. Например, полагают, что предикат *ударить* — двухместный (*кто? и кого?*), но может быть задан вопрос *и за что?, как сильно?*,

по какому месту? и т. п. Формальные критерии для определения степени «местности» предиката не разработаны, и в реальной практике исследователь опирается на свое лингвистическое чутье, на контекст.

Аналогично для раскрытия содержания таких предикатных форм, как субъектные фразеологизмы, необходимо реконструировать аргументы — заполнить места отношения, задаваемого фразеологизмом. И здесь мы сталкиваемся с еще более сложным случаем по сравнению с анализом глагольных форм, так как за счет образного, метафорического содержания фразеологизмов номинация членов отношения задается не в конкретной предметной, а в коннотативной форме. Например, фразеологизм *ловить рыбу в мутной воде* обладает, конечно, не прямым, а переносным смыслом, и слово *рыба* по коннотации соответствует некоей ценности, некоему благу. Восстановление аргументов этого многоместного предиката подразумевает необходимость введения некоего «субъекта», совершающего действие по добыче этого блага (рыбы) в среде, которая обозначается как «мутная вода». Признак «мутная», характеризующий место этого действия, подразумевает негативную коннотацию и тогда имплицитно задается еще один аргумент (некое место или некие нормативные места или среды, где соответствующее действие допустимо). Тем самым задается еще отношение между социально одобряемым и неодобряемым местом действия. В иной трактовке отрицательная коннотация слова *мутная* выступает в более непосредственном прямом своем значении. В этом случае негативная коннотация этого фразеологизма заключается в том, что в качестве аргумента сложного отношения подразумевается еще некий или некие субъекты, для которых «мутность» ситуации не позволяет совершить действия для получения блага, а описанный ранее субъект почему-либо обладает этой возможностью. При такой трактовке фразеологизма требуется введение еще одного аргумента отношения — неких социальных норм, с позиции которых извлечение блага субъектом, когда другие люди не могут получить его, социально неодобряемо.

Для описания содержания фразеологизмов, таким образом, требуется построение определенного метаязыка, фиксирующего базисные аргументы или глубинные роли (в терминах Филлмора), через описание отношений которых раскрывается содержание фразеологизмов. Для более простого класса субъектных фразеологизмов, описывающих индивидуальную деятельность субъекта, мы попытались задать эти отношения, введя простые символы. Однако эта попытка — скорее иллюстрация необходимого движения по пути формализации содержания фразеологизмов. Создание метаязыка, описывающего рефлексивные структуры, — насущная задача. Тем не менее в настоящее время имеется определенная основа для решения этой задачи. Система понятий в теории деятельности А. Н. Леонтьева (мотив, цель, деятельность, действие, операция, субъект, объект и т. д. [18]) или в теории падежной грамматики Ч. Филлмора (агент (одушевленный инициатор действия), контрагент (сила, противодействующая действию), пациент (субъект, испытывающий воздействие), объект (предмет, подвергающийся действию), результат (вещь или физическое состояние, возникшее в результате действия), инструмент (орудие или средство действия), место и время действия и т. д. [19]), семантические теории Ю. Д. Апресяна [20], Р. Шенка [21] создают основу такого метаязыка деятельности структур, хотя, очевидно, не охватывают всего богатства глубинных семантических ролей [22].

Хорошо описывая деятельность субъекта в предметном физикальном мире, понятийный аппарат этих теорий оказывается менее приспособленным

для описания деятельности субъекта в ментальном психическом плане, в частности, для описания рефлексии собственной деятельности. Требуется расширение исходного смысла семантических ролей и для описания совместной деятельности людей, и для описания их общения. Так, наверняка наряду с глубинными ролями субъекта (агента), мотива, цели, инструмента (средства) деятельности должны войти такие роли, как вынесенный в самосознание «образ Я субъекта», или «образ идеального Я», или «образ Меня», который субъект приписывает (атрибутирует) другому человеку, участнику совместной деятельности или общения, или «образ Я другого» (контрагента или соагента), который имеется у одного субъекта относительно другого или других, или «образ Я», который приписывает один субъект самосознанию другого. Такие глубинные роли, как «идеалы», «нормативные ценности», «нормативные средства», время и место действия в субъективных пространствах взаимодействующих субъектов, также, очевидно, войдут в базовый список глубинных семантических ролей.

Дальнейшая разработка теории деятельности и общения может, на наш взгляд, идти как путем «восхождения от абстрактного к конкретному», т. е. движения теоретического сознания в психологии и лингвистике, так и путем восхождения от эмпирической данности естественного языка и фиксированных в нем структур обыденного, житейского сознания (путем их экспликации и рефлексии) к теоретическим моделям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987. С. 7.
2. Берлизон С. Б. Специфика семантики фразеологических единиц и роль структурных компонентов в ее определении // Семантическая структура слова и фразеологизма. Рязань, 1980. С. 17.
3. Русские пословицы и поговорки собранные и объясненные Ф. Буслаевым. М., 1854.
4. Лотман Ю. М. Культура как информация // Статьи по типологии культуры. Вып. 1. Тарту, 1970.
5. Муканов М. М. Исследования когнитивной эматии и рефлексии у представителей традиционных культур // Исследование речемысли и рефлексии. Алма-Ата, 1979.
6. Губарев В. Н. К проблеме семантики устойчивых словесных комплексов как словесных знаков прямой и косвенной номинации // Семантическая структура слова и фразеологизма. Рязань, 1980.
7. Жуков А. В. Объективная фразеология в русском языке // Семантико-грамматические характеристики фразеологизмов русского языка. Л., 1978.
8. Фразеологический словарь русского языка / Под ред. Молоткова А. И. М., 1967.
9. Петренко В. Ф. Экспериментальная психосемантика: исследование индивидуального сознания // Вопросы психологии. 1982. № 5.
10. Петренко В. Ф. Введение в экспериментальную психосемантику. М., 1983. С. 176.
11. Kelly G. A. Theory of personalities. The psychology of personal constructs. N. Y., 1963.
12. Osgood Ch., Suci G., Tannenbaum P. The measurement of meaning. Urbana, 1957.
13. Гак В. Г. К проблеме семантической синтагматики // Проблемы структурной лингвистики. М., 1971.
14. Дюран Н., Одделл П. Кластерный анализ. М., 1977.
15. Miller G. A. Empirical method in study of semantics // Semantics / Ed by Steinberg W. and Jakobovits L. A. Cambridge, 1971.
16. Johnson S. C. Hierarchical clustering schemes // Psychometrika. 1967. V. 32.
17. Леонтьева Н. Н. Семантический анализ и смысловая полнота текста: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1968.
18. Леонтьев А. Н. Деятельность, сознание, личность. М., 1975.
19. Филлмор Ч. Дело о падеже // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. X. М., 1981.
20. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика. М., 1974. С. 367.
21. Шенк Р. Обработка концептуальной информации. М., 1980. С. 361.
22. Петренко В. Ф. Идеи Л. С. Выготского и теория глубинных семантических ролей // Научное творчество Л. С. Выготского и современная психология. М., 1981.