

УДК 81'42

СТРАТЕГИИ СЕМАНТИЗАЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ–АГНОНИМОВ РЯДОВЫМИ НОСИТЕЛЯМИ ЯЗЫКА: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Н. П. Зыбина, Н. В. Мельник

STRATEGIES OF PHRASEOLOGICAL UNITS – AGNONYMS SEMANTIZATION BY ORDINARY NATIVE SPEAKERS: LINGUISTIC AND LINGUOPERSONOLOGICAL ASPECTS

N. P. Zybina, N. V. Mel'nik

В статье представлено теоретическое обоснование критериев типологизации персонотекстов рядовых носителей языка, описание персонотекстов, созданных на основе первичных единиц – фразеологизмов-агнонимов, стратегии семантизации фразеологизмов-агнонимов рядовыми носителями языка. За основу в исследовании взяты данные лингвистического эксперимента.

Theoretical research in the field of the language personality, the classification of the language personalities, and strategies of phraseological units-agnonyms semantization of by ordinary native speakers are presented in the article. The choice of the material studied in the article can be explained by the necessity to develop the theory of the linguistic personality.

Ключевые слова: лингвоперсонология, языковая личность, персонотекст, фразеологизм-агноним, стратегии семантизации.

Keywords: linguopersonology, linguistic personality, phraseological unit – agnonym, semantization strategy.

Термин «лингвистическая персонология», обозначающий научную дисциплину, объектом которой является языковая личность, предложил В. П. Нерознак. Выделяются два аспекта лингвоперсонологии [1, с. 7 – 12], коррелирующие с двумя подходами к исследованию языковой личности: дедуктивный (с позиций личности) и индуктивный (с позиций языка) [3, с. 92 – 99]: персонология в лингвистическом измерении и лингвистика в персонологическом измерении.

Персонологией в языковом измерении занимались Г. И. Богин, В. И. Карасик, Ю. Н. Караулов. Предметом ее изучения выступает личность, в описание которой входит комплексный портрет личности, включая языковые характеристики.

Осуществляемое нами исследование формируется в рамках лингвистики в персонологическом измерении, предполагающем описание языка, текста, речевой деятельности в персонологическом аспекте, то есть в аспекте разнообразия языковых личностей. Антропоцентрическая линия развития языкознания изменила устоявшиеся представления о языке, привела учёных разных научных интересов к переосмыслению многих лингвистических проблем. Предметом изучения при таком подходе являются лингвистические категории (лексема, часть речи, тип речи и т. д.), рассматриваемые сквозь призму характеристик личности [4]. Материалом исследований такого рода является текст, именно в тексте реализуется себя, с одной стороны, креативный потенциал языковой системы, с другой стороны, лингвокреативный потенциал языковой личности.

Наше исследование производилось на основе персонотекстов (термин Н. Д. Голева), под которыми мы понимаем тексты, отражающие свойства языковой личности автора и/или адресата. В ходе исследования в качестве первичных единиц были выбраны фразеологизмы-агнонимы (под агнонимией мы понимаем, вслед за В. В. Морковкиным и А. В. Морковкиной, наличие/отсутствие в сознании носителей языка ка-

ких-либо представлений о содержании определенных единиц; характер таких представлений, их зависимость от объема знаний о мире, языковой и культурологической компетенции как отдельной языковой личности, так и больших, и малых групп [5]. Таким образом, агнонимы – определенные единицы языка, знание о содержании которых отсутствует в сознании рядового носителя языка). Выбор фразеологизмов-агнонимов в качестве первичных единиц обусловлен тем, что для выявления индивидуальных характеристик языковой личности, стратегий семантизации фразеологизмов-агнонимов, по-нашему мнению, являются наиболее показательными единицами, поскольку обладают высоким потенциалом вариационного функционирования. При этом мы выходим в область наивной семасиологии, обыденной металингвистики, нас интересует функционирование фразеологизмов в языковом сознании носителей языка, таким образом, нормативный аспект сменяется описательным: мы обращаемся не к словарным дефинициям, а к «реальным» значениям фразеологических единиц, опредмеченных в метатекстовых рефлексивах.

В данной статье мы делаем попытку выявить на основе персонотекстов стратегии семантизации, которыми пользуются рядовые носители языка при восприятии и обработке первичной единицы. Данные стратегии помогут нам в дальнейшем обосновать нашу гипотезу, состоящую в том, что реализация семантического потенциала выбранной фразеологической единицы в значительной мере зависит от лингвоперсонологического фактора (индивидуальная интерпретация) и языкового фактора (разные типы фразеологизмов трактуются в соответствии с определенным типом стратегий). Под стратегией мы понимаем, вслед за С. И. Ожеговым, планирование, прогнозирование, план действия [6, с. 772]. То есть, применяя данное определение к лингвистике, мы считаем стратегиями семантизации тип мыслительного и речевого действия, соответствующий индивидуальным особенностям личности.

Список фразеологизмов-агномимов формировался методом отбора единиц с предположительно неизвестным для респондентов значением (с нашей точки зрения, любой фразеологизм обладает потенциалом своего агномимического функционирования, но его реализация зависит от объективных и субъективных факторов), при этом мы выбирали единицы, относящиеся к трем типам фразеологических оборотов с точки зрения их семантической слитности [7]: *фразеологическим сращениям* (буриданов осел, тихой сапой, сума переметная); *фразеологическим единствам* (ветрами подшит, гог и магог, улыбка авгура); *фразеологическим сочетаниям* (не обсевок в поле, синь порох в глазу, гайка слаба) и входящих в тематическую группу «качества человека». Респондентам (55 испытуемых), в качестве которых привлекались студенты КемГУ (социологи 3 курса), студенты КузГТУ (химики-технологи 4 курса), было предложено объяснить значение фразеологизмов.

В результате анализа полученных экспериментальных данных были намечены критерии типологизации персонотекстов [2, с. 15 – 37], выявлены типы персонотекстов, на основе которых были реконструированы стратегии семантизации первичных единиц рядовыми носителями языка: консервативная / креативная, ономаσιологическая / семасиологическая, формально-структурная / предметно-вещественная, эстетико-сенсорная / логико-информативная, механическая / рефлексивная (в персонотекстах респондентов сохраняется авторская орфография и пунктуация).

Описание стратегий семантизации фразеологизмов-агномимов рядовыми носителями языка:

1. Консервативная / креативная:

– при написании вторичных текстов языковая личность старается сохранить конвенциональное значение, не проявляя никаких эмоций и способностей, не нарушает этические и эстетические требования к речевому общению (в персонотекстах респондента сохранены авторская орфография и пунктуация). То есть, при написании вторичного текста автор пользуется консервативной стратегией, которая характеризуется следующими признаками: незначительные количественные изменения формального плана изложения, отсутствие качественного изменения исходной единицы, сохранение стилистики и элементов исходной единицы: *улыбка авгура* – хитрая улыбка; красивая улыбка; прекрасная улыбка; реакции респондентов полностью подражают стилю, сохраняют основное содержание звукобуквенного комплекса первичной единицы;

– для креативной личности характерно индивидуальное своеобразие речи, обусловленное модификацией постоянных, единообразных, иначе говоря, – инвариантных признаков, общих для всех носителей данного языка: введение новой информации, выражение авторской позиции, отражение индивидуальности. В данном случае языковая личность использует креативную стратегию, в созданных ею персонотекстах наблюдаются изменения, касающиеся лексического и грамматического уровня. Буквальное значение исходной единицы синтезируется в более сложную структуру, то есть происходит качественная переработка материала: *ветрами под-*

шит – *непостоянство*; реакция отражает синтез буквального значения слов: ветер – движение воздушных масс, подшит – соединение частей чего-либо; таким способом формируется реакция – *непостоянство*, которая ни по форме, ни по содержанию не повторяет первичную единицу.

2. Ономаσιологическая / семасиологическая:

– во вторичных текстах актуализируется содержательная составляющая: именно содержание и его категории (концепт, пресуппозиция и т. п.) становятся объектом рефлексии, то есть языковая личность при написании вторичного текста пользуется ономаσιологической стратегией, которая характеризуется стремлением передать содержание исходной единицы, почти не уделяя внимания ее форме: *улыбка авгура* – хитрость; хитрец; тайный умысел; счастливый; жизнерадостный; угрюмость. То есть респонденты, основываясь на своем опыте, трактуют улыбку как нечто отрицательное. Такая реакция актуализирует содержательный потенциал пресуппозиции первичной единицы;

– рефлексия происходит по поводу формы текста, касается его стиля, элементов словообразования, манеры повествования. Таким образом, под формой понимается внешняя сторона текста как способ оформления содержания. В данном случае языковая личность использует семасиологическую стратегию, в созданных ею персонотекстах исходная единица изменяется в наименьшей степени, так как при рефлексии языковые личности идут от формы к содержанию: *улыбка авгура* – выражение лица; красивая улыбка; хитрая улыбка; прекрасная улыбка; *тихой сапой* – тихушник; по-тихому; в тихом омуте черти водятся; потихоньку.

3. Механическая / рефлексивная:

– вторичные тексты представляют собой копию первичной единицы, то есть можно предположить, что рефлексии при создании вторичного текста не произошло. При создании персонотекстов данного типа языковые личности используют механическую стратегию, в созданных текстах не выявлено качественных изменений, касающихся содержания или формы первичной единицы: *улыбка авгура* – хитрая улыбка; прекрасная улыбка; голливудская улыбка; *буриданов осел* – мифический осел; осел Буридана;

– рефлексивная стратегия включает процесс, при котором реципиент, воспринимая исходную единицу, пропускает его содержание и формальные категории через себя, на выходе опредмечивается рефлексия по поводу значения первичной единицы: *улыбка авгура* – тайный умысел; счастливый; жизнерадостный; угрюмость; льстец; подхалим; *не обсевок в поле* – отбросы после просеивания; не хватает чего-то.

5. Формально-структурная / предметно-вещественная:

– авторы вторичных текстов воспринимают первичный текст как носитель конвенционального смысла, при этом рефлексии не выходят за его пределы, акцентируя внимание на отдельных компонентах (лексемах): *улыбка авгура* – широкая улыбка; прекрасная улыбка; голливудская улыбка; выражение лица; *синь порох в глазу* – туман в глазах; что-то с глазами; пыль в глазах; синяк под глазом.

В данной ситуации при создании вторичных текстов языковая личность использует формально-структурную стратегию, которая заключается в буквальном толковании значения первичной единицы, звукобуквенного комплекса, составляющего ее. Поэтому при фиксировании рефлексии на исходную единицу языковая личность не выходит за рамки внутритекстовых категорий (концепта, пресуппозиции и т. п.);

– авторы вторичных текстов данного типа воспринимают текст как носитель индивидуального, метафорического значения, отходят от первичной единицы, выходя за его пределы, воспринимают предлагаемый фразеологизм и создают свой персонотекст, облекая его в новую форму, в данной ситуации языковая личность использует предметно-вещественную стратегию: *улыбка авгура* – тайный умысел; счастливый; жизнерадостный; угрюмость; льстец; подхалим; *синь порох в глазу* – заблуждение; это на индийском языке; хитрый; стрелять глазами; мудрый человек.

5. Эстетико-сенсорная/логико-информативная:

– во вторичных текстах представлена обработка информации первичной единицы с опорой на подсознание, на сложившийся ассоциативный ряд, в котором на поверхность выходят связи слов, характеризующиеся свойством непосредственной убедительности. Чаще всего – связи, основанные на полном или частичном тождестве звуковой оболочки знака (словоформы) и значения. Таким образом, респонденты используют при создании данного типа текстов эстетико-сенсорную стратегию, которая определяется через ряд признаков: характеризуется развернутым повествованием, наличием эмоциональной окраски текста, «чувственных» ассоциаций: *улыбка авгура* – хитрец; угроза; пакость; счастливый; жизнерадостный; неискренность; *сума переметная* – непостоянство; интуитивный; непостоянное богатство;

– логико-информативная стратегия подразумевает конкретное изложение фактов, логически выстроенные рассуждения. Персонотексты логико-информативной стратегии нацелены на фиксацию рефлексии по поводу определенного факта, в нашем случае – звукобуквенного комплекса первичной единицы. Респондент основывается на логической операции абстрагирования (мысленного выделения признаков, связей и свойств), обобщения признаков и осознания связей знака и действительности: *сума переметная* – что-то переходящее от одного к другому; что-то связанное с седлом; ноша, которая уходит.

Данная оппозиция объясняется тем, что рядовые личности, использующие эстетико-сенсорную стратегию, затруднялись объяснить фразеологизмы-агнони́мы логически, так как никогда не встречались с таковыми и не обладают никакими профессиональными навыками, например: *сума переметная* – от перестановки *слагаемых сумма не меняется*, то есть респонденты действовали интуитивно, писали реакцию, на которую наталкивала внешняя форма исходной единицы. Во фразеологизмах-агнони́мах *сочетания* респонденты в большинстве случаев вычленили знакомые сочетания, которые пытались объяснить логически, опираясь на свой опыт, например: *синь порох в глазу* – *что-то попало в глаз*. Таким образом, различия персонотекстов обусловлены выбором языковой личностью определенной стратегии семантизации.

Перейдем к более детальному описанию типов персонотекстов, выделенных и обоснованных нами на основе критериев типологизации. Данная схема отражает оппозицию типов персонотекстов, различных по семантической сочетаемости групп фразеологизмов, и использование языковыми личностями разных стратегий семантизации при создании вторичных текстов – толкований фразеологизмов (вынесено значение среднего коэффициента доминанты типа персонотекста):

Сращения			Механический тип персонотекста (51 %) (механическая стратегия)	Формально-структурный тип персонотекста (57,3 %) (формально-структурная стратегия)	Эстетико-сенсорный тип персонотекста (58,2 %) (эстетико-сенсорная стратегия)
Единства	Креативный тип персонотекста (72,1 %) (креативная стратегия)	Ономасиологический тип персонотекста (57,6 %) (ономасиологическая стратегия)	Рефлексивный тип персонотекста (58,9 %) (рефлексивная стратегия)	Предметно-вещественный тип персонотекста (62,4 %) (предметно-вещественная стратегия)	Логико-информативный тип персонотекста (45,5 %)* (Логико-информативная стратегия)
Сочетания					

*Значение является преобладающим, так как в данной группе «молчаливые реакции» составили 13,5 %, интуитивных типов персонотекстов насчитывается 41 %.

Таким образом, результаты эксперимента показали, что, во-первых, на все группы фразеологизмов в качестве реакции были написаны персонотексты, имеющие креативное начало, то есть языковые личности чаще всего использовали креативную стратегию. Во-вторых, на все группы фразеологизмов в качестве реакции были написаны персонотексты, имеющие в своей основе реакцию на содержание, то есть актуализируются содержательные категории первичных единиц, то есть языковые личности использовали чаще ономастиологическую стратегию. В-третьих, выявлена оппозиция типов персонотекстов и стратегий, используемых при написании данных вторичных текстов: в группах *сращения* и *единства* преобладают механические, формально-структурные, эстетико-сенсорные вторичные тексты, тогда как в группе *сочетания* преобладают рефлексивные, предметно-вещественные, логико-информативные вторичные тексты. Это разделение, как мы считаем, непосредственно зависит от природы фразеологизма и от группы, к которой относится данный фразеологизм с точки зрения его семантической слитности. То есть в

первых двух случаях респонденты берут за основу первичные единицы, в большинстве случаев написаны реакции относительно звукобуквенного комплекса первичных единиц. В данном случае языковые личности используют механические, формально-структурные, эстетико-сенсорные стратегии. Тогда как в группе фразеологизмов *сочетания* представлены примеры иных реакций: первичные единицы в большинстве случаев расчленились на более понятные словосочетания, которые наделялись значением и объяснялись с точки зрения опыта респондентов, то есть чаще использовались рефлексивные, предметно-вещественные, логико-информативные стратегии.

Таким образом, в рамках статьи мы представили теоретическое обоснование стратегий семантизации первичных единиц рядовыми носителями языка, корреляцию типов персонотекстов и стратегий семантизации с типами фразеологизмов-агномимов, то есть мы попытались раскрыть и обосновать зависимость типа персонотекста-толкования от структуры фразеологизма.

Литература

1. Голев, Н. Д. Лингвоперсонология: проблемы и перспективы / Н. Д. Голев, Н. В. Сайкова (Мельник) // Вопросы лингвоперсонологии: межвузовский сборник научных трудов. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2007. – Ч. 1.
2. Голев, Н. Д. Лингвистические и лингводидактические проблемы языкового образования в техническом вузе (опыт построения концепции): коллективная монография / Н. Д. Голев // Прикладная филология в сфере инженерного образования. – Т. 1: Методология и методика языкового обучения в техническом вузе. – Нортхэмптон; Томск, 2004.
3. Карасик, В. И. Языковая личность: перспективы лингвистической персонологии / В. И. Карасик // Языковая личность как предмет теоретической и прикладной лингвистики. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2004.
4. Мельник, Н. В. Деривационное функционирование текста: лингвоцентрический и персоноцентрический аспекты: монография / Н. В. Мельник / науч. ред. Н. Д. Голев. – Кемерово, 2010. – 212 с.
5. Морковкин, В. В. Русские агномимы (слова, которые мы не знаем) / В. В. Морковкин, А. В. Морковкина. – М., 1997.
6. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов. – М., 2006. – 944 с.
7. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. – М.: Высшая школа, 1985. – 160 с.

Информация об авторах:

Мельник Наталья Владимировна – доктор филологических наук, доцент кафедры стилистики и риторики КемГУ, saikova@mail.ru.

Melnik Natalia Vladimirovna – Doctor of Philology, Associate Professor at the Department of Stylistics and Rhetoric of KemSU.

Зыбина Нина Павловна – магистрант Кемеровского государственного университета, saikova@mail.ru.

Zybina Nina Pavlovna – master's degree student at KemSU.