

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ЭВОЛЮЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

Соснин Эдуард Анатольевич – доктор физ.-мат. наук; проф. кафедры инновационных технологий Национального исследовательского Томского государственного университета

Аннотация. С помощью теоретического аппарата теории информации В.И. Корогодина (1991) выделены ситуации, когда в речи появляются устойчивые элементы, эволюция которых приводит к появлению различных фразеологизмов. В результате: 1) выделены социокультурные факторы как прогрессивной, так и регрессивной метаморфозы фразеологизмов из одной формы в другую; 2) выявлено родство между афоризмом и научным высказыванием, афоризмом и междометием как ранней формой фразеологизма; 3) предложена гипотеза: зная закономерности трансформации афоризмов, можно с помощью телеономического подхода создать алгоритм целенаправленного создания афоризмов.

Ключевые слова: афоризм, репликация, речь, социокультурная эволюция, фразеологизм, целенаправленная деятельность, язык

Языковая сущность человека в том, что он именуется вещи.

Вальтер Беньямин (1892–1940) немецкий философ и теоретик культуры

Ничто не возникает в теле для того, чтобы мы могли воспользоваться этим: напротив, тому, что возникло, находится применение.

Тит Лукреций Кар (ок. 99 до н. э.–55 до н. э.), римский поэт и философ.

Афоризм – это смысл, облечённый в форму лаконичного высказывания, удобную для распространения и лёгкую для восприятия. Вот молвил как-то Василий Андреевич Жуковский: «Жизнь и поэзия – одно», и все поэты вторят ему, потому что изречение Жуковского созвучно их мироощущению. Скептики, рецензенты, критики и придиры, цитируют афоризм Эрнеста Ренана: «Сомнение – один из видов преклонения перед истиной». И чувствуют себя возвышено причастными к оценочному виду деятельности.

Почему мы используем афоризмы в своей жизни? Что даёт этому феномену жизнь и столь широкое распространение? Попробуем разобраться.

1. Появление речевого поведения

Когда человек что-либо делает, то делает это с определенной целью Z (явной или неявной) [1, 2], и его деятельность можно описать следующей структурной моделью:

$$[R, S] \mid \overset{Q}{P > p} \rightarrow [Z, W], \quad (1)$$

где Z – его цель, S – текущая ситуация, в которой находится человек, R – имеющиеся в его распоряжении ресурсы, Q – механизмы, способы, алгоритмы и т.д. (которые обобщенно называются операторами), обеспечивающие процесс достижения цели с вероятностью P . Причём эта вероятность больше или много больше вероятности того, что событие цели произойдёт самопроизвольно (с вероятностью p).

Так, если цель человека достать с дерева плод (Z), расположенный высоко (S), то человек может просто сесть под деревом и подождать, когда плод созреет и упадёт к его ногам сам. Либо подождёт сильного ветра, способного уронить плод с ветки. Но вероятность этого самопроизвольного события p крайне мала. Ждать можно очень долго и не дожидаться.

Что может сделать человек? Может использовать свою физическую силу (R_1) и своё тело (Q_1), чтобы забраться на дерево и сорвать плод. Понятно, что вероятность достижения цели (P_1) в этом случае будет заметно больше вероятности p . Теперь предположим, что человек постоянно добывает себе пропитание вышеописанным способом (Q_1) и обнаружил, что выдыхается быстрее, чем восстанавливается. Кроме того, иногда человек срывается с дерева и больно ударяется. Эти факты относятся к разряду побочных продуктов W_1 . Кончено, формируется желание уменьшить или исключить W_1 из процесса. Тогда человек начинает использовать длинный шест (Q_2), чтобы сбивать плоды, а не лезть за ними на дерево (Q_1). Это приводит к тому, что теперь ему требуется меньше ресурсов (R_2), чтобы достичь цели, а побочные продукты W_1 исключены из его целенаправленной деятельности. Это не значит, что со временем не появятся новые побочные продукты W_2 . Например, если он научит своему способу многих людей, то вскоре все доступные шестам плоды будут сбиты и т.д. Понимание неизбежности получения новых побочных продуктов мы находим в записных книжках Андрея Платонова (1899–1951): «Это чепуха, что машина даёт "сама по себе" прибавочную, "ниоткуда", производительность, – пишет он. – Машина даёт этот фокус, но само введение техники, технологии вводит великие осложнения в жизнь людей» [3, с. 189].

Итак в ходе своей целенаправленной деятельности человек всегда включается в природные самопроизвольные процессы, увеличивая вероятность осуществления какого-то события цели до величины P , которая может быть больше или много больше p . Собственно, процесс получения новой информации, ценной для того или иного целевого звена $[R, S] \rightarrow [Z, W]$, составляет сущность творчества [4].

В данной работе мы рассмотрим применимость телеономического подхода (от др.-греч. τέλειος, – заключительный, совершенный + νόμος – закон; термин психолога Олпорта Флойда Генри (1890–1978), введённый им для характеристики модели поведения, связанной с некоторой целью) к описанию социокультурных процессов развития языка.

Появление и развитие речи, если обратиться к модели (1), обусловлено тем, что её использование увеличивает вероятность достижения целей человека. Исторически «всё большее значение – благодаря неизмеримо большим связанным с этим возможностям – приобрело речевое обучение, когда сведения о поведенческих реакциях передавались от особи к особи не путем показывания, а в форме слов и их сочетаний, подчиненных определенным правилам, способным запоминаться, декодироваться и индуцировать поведенческие реакции членов сообщества, объединённых речевой общностью, т.е. одним и тем же языком¹. <...> Только речевое общение позволило быстро накапливать – точнее, обобществлять, – опыт, приобретаемый отдельными членами сообществ, а также сохранять и накапливать опыт поведения в чреде поколений, т.е. консолидировать информацию как в пространстве, так и во времени. Отдельные «удачные находки» в области поведения тех или иных индивидов быстро становились достоянием всего сообщества» [5, с. 131–132]. Таким образом, в систему операторов (помимо телесности и орудий труда) были включены многочисленные звуки речи, обозначающие различные аспекты целенаправленной деятельности человека.

Рассмотрим, как пример, такую элементарную часть речи, как *междометия*. Признано, что им не свойственна т.н. связующая функция, т.е. согласно модели (1) в них не фиксируется информация о том, как связать ситуацию и цель. Но будучи первичными элементарными кирпичиками речи (что особенно заметно в речи ребёнка) они, тем не менее, содержат в себе информацию оценочного свойства, выражают эмоциональные и эмоционально-волевые реакции на окружающую действительность.

На рис. 1 представлены примеры междометий (источник [6]) и того, к какому из элементов целенаправленного действия они относятся. Фактически, их назначение состоит в том, чтобы фиксировать отдельные элементы целенаправленного действия (S, Q, Z, W), что необходимо, прежде чем начать устанавливать всевозможные связи между этими элементами.

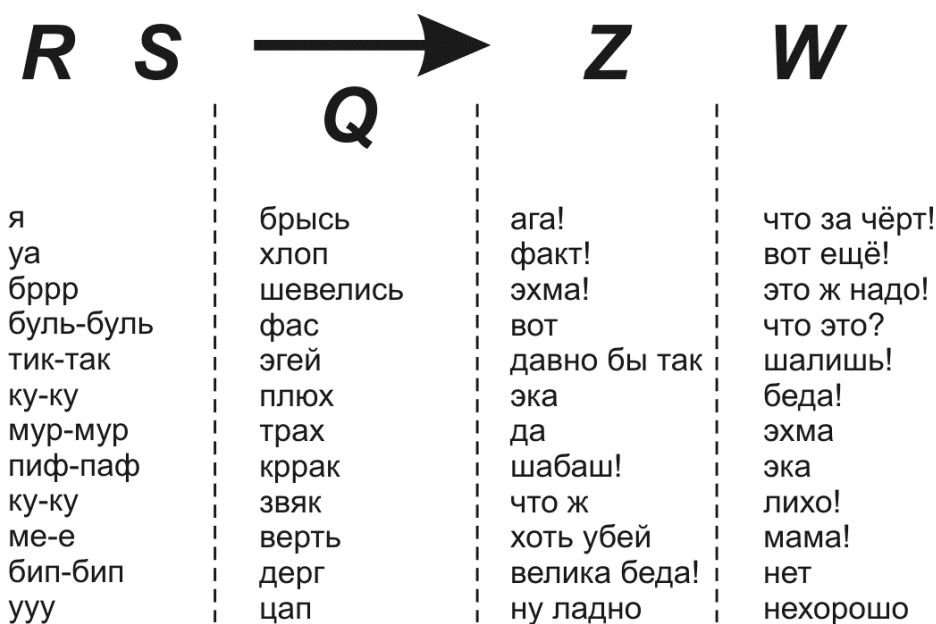


Рис. 1. Структура целенаправленного действия и связанные с его элементами междометия

Ранние междометия, относящиеся к ресурсам R и ситуации S , в основном представляют собой звукоподражания, идентифицирующие объекты («буль-буль» – в речи ребенка это вода или емкость с водой). Относящиеся к оператору Q междометия своим звучанием связаны с каким-либо действием («дерг», «звяк»). Ранние междометия, связанные с целью Z , чаще эмоционально оценивают выполнимость или

¹ Информацию, передаваемую посредством *слов* (др.-греч. λόγος), мы и называем логической.

невыполнимость действия, или значительность результата. Это же справедливо и для междометий, связанных с оценкой нежелательных результатов действия W (рис. 1).

Конечно, по мере развития речи появляются и более сложные междометия, обслуживающие ориентацию в пространстве («направо», «налево»), запуск, остановку и течение процесса во времени («готовься», «баста», «наконец», «перестань»), идентифицирующие и устанавливающие связь с другими людьми («наше вам с кисточкой», «здравствуй») и расширенные версии ранних («известное дело» вместо «да») и т.д. Подчеркнём, их появление подстёгивается потребностью человека увеличить вероятность достижения тех или иных целей, для чего у него есть только два варианта действий:

Желая получить что-то, человек может попытаться показать это «на пальцах» или скопировать поведение мастера своего дела (например, как было заведено при обучении подмастерьев в цехах), либо выразить свою потребность через речь.

Одновременно появляется множество новых слов для обозначения элементов деятельности (существительные – для характеристики R, S, Z, W ; глаголы – для характеристики Q и т.д.). И становятся возможными высказывания, фиксирующие причинно-следственные связи между элементами деятельности в элементах речи. Как это происходит?

2. Появление идиом и пословиц

Каждый элемент речи имеет некоторую частотность появления (она обратно пропорциональна вероятности его появления). Если какой-то элемент речи чаще попадает в орбиту *практической* целенаправленной деятельности, то, во-первых, растёт вероятность его закрепления для обозначения деятельности, и, во-вторых, через элементы практической целенаправленной деятельности этот элемент речи чаще входит в отношения с другими элементами речи. Понятно, что если практическая деятельность носит каждодневный, циклический характер, то и привязанные к ней элементы речи используются чаще. Это значит, что образуются устойчивые словосочетания, характеризующие деятельность – звуковой её аналог, вероятность воспроизведения которой будет тем выше, чем выше вероятность P практической деятельности. Так логическая информация наследует свойства поведенческой².

Значит, кроме инвариантов поведения (например, неявно регламентирующих правила охоты, правила бытового общения и т.д.) возникают соответствующие им инварианты речевого поведения. Несмотря на повторяемость бытовых и житейских ситуаций, каждая из них имеет свои отличия, а речевые возможности всегда не успевают зафиксировать этим отличия. Поэтому за речевыми обозначениями закрепляется статус обобщения, которые «сводят множество разнообразных черт, заключённых в нём, к небольшому количеству» [7, с. 109].

Повторим, формирование и повторяемость речевых фигур, согласно модели (1), генетически связано с тем, что какие-то операторы Q целенаправленной деятельности в определенных целевых звеньях $[R, S] \rightarrow [Z, W]$ циклически повторяются, поскольку обеспечивают вероятность достижения цели $P \gg p$ (или $P > p$).

Но для формирования речевых обобщений этого мало. Один и тот же оператор Q может быть использован для достижения разных целей в разных целевых звеньях: «Одним и тем же молотком можно вбить гвоздь, разбить стекло и проломить голову», – пишет В.И. Корогодина и вводит в научный лексикон такое свойство информации как *полипотентность* [5, с. 41–42]. Полипотентность информации в речевой деятельности проявляется в том, что какое-то слово, появившись в определенном контексте деятельности, может быть использовано в другом контексте. Так появляются метафоры (от др.-греч. μεταφορά – перенос, переносное значение) – слова или выражения, употребляемые в переносном значении, в основе которого лежит неназванное сравнение предмета с каким-либо другим на основании их общего признака (например, сравните «нос человека» и «нос лодки»).

Итак, повторяемость целенаправленность действий и полипотентность информации являются необходимым и достаточным условием для появления инвариантных речевых форм, которые тоже обладают свойствами повторяемости и полипотентности (теперь уже логической информации, в них заключённых). В лингвистике эти устойчивые фразеологические единицы, целостные, но способные к порождению новых фраз называются паремиями (от др.-греч. παροιμία – поговорка, пословица, притча). «В качестве основного механизма обобщения в пословицах и поговорках выступает образный перенос, в результате которого паремия приобретает предельно широкое значение» [8]. Например, в пословице «ветром море колышет, молвою народ» [9, с. 67] отражается как циклический процесс распространения будоражащих слухов, а средством его передачи служит метафорическое сравнение моря и народа.

Все пословицы представляют собой операторы информации, предписывающие, какие операции следует делать со смыслом тех или иных слов. А. Крикманн, пользуясь средствами формальной логики, убедительно демонстрирует, что «пословицы, это – формулы» [10].

Вот несколько примеров таких операторов:

– А есть А («какова березка, такова и отростка», «коса – девичья краса»);

– А не есть Б («лежачего не бьют», «лес по дереву не плачет»);

– если А, то Б («клади навоз густо, не будет в амбаре пусто», «что летом приволочешь ногами, зимой приберешь губами»);

² Поведенческая информация передаётся от человека к человеку путём подражания и жестами.

- А напоминает Б («маленькая собачка до старости щенок», «наша горница с богом не спорится»);
- А есть свойство Б («видна птица по полёту», «мала птичка, да коготок востёр»);
- и т.д.

Следует отметить, что нередко пословицы имеют внутренний звуковой ритм, наследуя его у живой природы (сердцебиение, дыхание, смена покоя и бодрствования, цикличность практической целенаправленной деятельности), и в силу этого процесс восприятия нами действительности тоже ритмичен: «Сознание ритмично потому, что вообще наш организм ритмичен» [11]. Функция ритма в паремии – облегчить восприятие, дешифровку и, в конечном счёте – воспроизведение. Поэтому у рифмованных фразеологизмов вероятность их воспроизведения, что в конечном счёте определяет их наследование в культуре того или иного сообщества. Ещё одна особенность афоризмов, обеспечивающая их преэминентность в культуре – краткость сообщения. С учётом данных физиологии человека, если фраза звучит за время $0.1 < t < 5-10$ секунд, то она лучше запоминается [12].

Вышесказанное позволяет нам уверенно трактовать пословицу как репликатор – самовоспроизводящуюся информационную целостность. Понятие репликатор, т.е. «самовоспроизводящаяся единица», было введено в молекулярной генетике, в контексте описания «класса объектов, несущих информацию» [13, с. 22]. Репликацией (от лат. *replicatio* – развёртывание; *replicare* – отражать) в биологии называют спонтанное самовоспроизведение строения цепных молекул. Оно обеспечивает передачу наследственной информации. Синонимы: ауто-репродукция, редупликация, т.е. удвоение молекулярных и субклеточных структур, лежащее в основе деления клеток, роста и размножения организмов. В широком смысле репликация есть создание себе подобной структуры, самовоспроизведение.

В этом смысле репликация пословиц – это распространение определенной речевой структуры среди людей. Можно предположить, что формированию пословиц предшествовало появление идиом (от др.-гр. ἰδίωμα – своеобразное выражение) – неразложимых сочетаний слов («биться как рыба об лёд», «носиться как угорелый», «держаться мертвой хваткой»), являющихся своего рода «языковыми лабораториями» для того, чтобы речь стала способной к восприятию метафор. Выше идиом и пословиц по структурной сложности стоят басни, притчи и сказки, но эти репликаторы требуют для своего воспроизведения сравнительно больших ресурсов памяти.

3. Появление гном, апофтегм и крылатых слов

Напомним, что целенаправленная деятельность человека не статична. Это во многом связано с полипотентностью информации и зачастую непредсказуемым возникновением всё новых и новых побочных продуктов деятельности *W*. Благодаря этому инструментальная практика человека постоянно совершенствуется. Специализации подвергаются и социальные роли, исполняемые людьми (развиваются ремёсла и культуры), институционально оформляются аристократия как форма разделения властей (подробнее об этом в [14]). Формируется тип человека, которого обозначают как *Homo faber* (от лат. «Человек творящий»). Римский государственный деятель и один из основателей римской юриспруденции Аппий Клавдий Цек (ок. 340–273 до н.э.) использовал термин для обозначения способности человека контролировать свою судьбу и своё окружение: «*Homo faber suae quisque fortunae*» («Каждый человек сам творец своей судьбы»). В этот же период истории в среде аристократии становится почти обязательным владение навыками письма и поэтому многочисленные речевые элементы, которые ранее регулировали деятельность сообществ, получают обязательное выражение в знаковой – письменной – форме. Формируется письменная культура.

Как это влияет на паремии? Во-первых, вероятность потерять содержащуюся в паремии информацию снижается, если изречение записано. Во-вторых, чтение записанной фразы можно осуществлять снова и снова, поэтому снижаются требования к наличию в ней ритма и лаконичности. Благодаря этому:

1) **Появляется возможность записывать несколько фраз и объединять их в циклы.** Это, например, позволило Гиппократу (460–377 до н.э.) сформулировать и записать свод правил выявления симптомов и лечения различных заболеваний. Этот свод, собственно, он и назвал *афоризмами* (от др.-греч. ἀφορισμός, – определение, разграничение < ἀφορίζω – отделять границей). Кстати, афоризмами и далее называли правила (т.е. операторы *Q*, увеличивающие вероятность излечения в определённых целевых звеньях) медицинской практики. Эта традиция сохранялась вплоть до конца XIII в. В частности, Данте Алигьери (1265–1321) использовал слово «афоризм» только для обозначения медицинских рекомендаций³.

2) **Появляется возможность создавать специализированные циклы, основанные на применении определённых метафор к целому кругу общественных деяний.** Историк, Публий Корнелий Тацит (55–117 н.э.) сравнил устройство государства с устройством организма (т.е. применил аналогию). А выведенный из этого сравнения свод наблюдений и мыслей, призванных укрепить государственный «организм», тоже назвал афоризмами. В конце XVI – начале XVII вв. происходит следующий скачок: от кратких высказываний о политике и истории авторы переходят к изложению правил политической морали, а затем и житейской мудрости, особенно после выхода в свет «Карманного оракула» Бальтазара Грасиана (1601–1658).

³ А *propos*, во французском языке слово «афоризм» по-прежнему используется только в медицине, а в остальных случаях говорят о максимах.

3) **Правила поведения людей и модели явлений, которые ранее описывались пословицами, теперь можно было преобразовывать в мощные системы правил, в том числе, с регулярным использованием свойства полипотентности информации.** В итоге стали возможными системы образных изречений, выражающие некий философский смысл или правила мудрости. Это распространённые в Греции в VI веке до н.э. – гномы (от др.-греч. γνῶμη – мысль, мнение), которые встречаются у Солона, Гомера, Гесиода и других авторов; апофтегмы (от др.-греч. ἀποφθῆγμα – изречение; ἀποφθῆγμασι – говорить напрямик; изрекать, возвещать; ἀποφθῆματικός – любящий говорить либо исполненный изречениями, сентенциями) – небольшие, наставительные или нравоучительные изречения, порою включающие парадоксы (от др.-греч. παράδοξος – против обыкновенного мнения; неожиданный, странный) и гиперболы (от др.-греч. ὑπερβολή – чрезмерность, преувеличение).

4) **Появляется возможность как вовлечения пословиц в массивы крупных литературных произведений, так и обратная возможность – по извлечению из объёмных текстов каких-то кратких запоминающихся сентенций.** В последнем случае появляются крылатые слова. Термин был введён в оборот немецким филологом Георгом Бюхманом (1822–1884) в одноимённой книге «Крылатые слова» (1864). Бюхмана вдохновили слова Гомера «ἔλεα πτεροεῖτα», переведённые на немецкий язык как «geflügelte Worte» (т.е. дословно – «крылатые слова»). «В отличие от пословиц и поговорок, возникших в фольклоре и по фольклорным законам, крылатые слова имеют литературное (авторское) происхождение. В ряде случаев прямо упоминается или подразумевается, что читатель, собеседник знает источник крылатых слов» [15]. Sapienti sat.

Итак, появление практик письменной культуры и изменения в обществе привели к появлению вышеперечисленных фразеологизмов, способных к репликации только в среде состоятельной и просвещённой аристократии, но не отменило пословицы, продолжающие хождение в народе и по сей день.

4. Развитие многообразия авторских афоризмов

Ускорение общественной жизни продолжалось. Факторов ускорения было множество. Отметим только три фактора, имеющих первостепенное значение для новых изменений в среде фразеологизмов:

1) **Произошла легализация индивидуальной поисковой деятельности,** которую связывают с формулировкой Фомы Аквинского (1225–1274) истина – это «adaequatio rei et intellectus», т.е. «соответствие предмета и ума» (*Сумма теологии* I, q. 16). Во времена Фомы согласиться с его позицией означало, кроме всего прочего, признать за собой право на поиск истины не только в рамках господствующей религиозной парадигмы, но и в её окрестностях. Если ранее, помимо гном и апофтегм социальная среда тиражировала *библейзмы* (слова из Библии, ставшие крылатыми), то теперь делиться своими наблюдениями о жизни могли люди, далёкие от юриспруденции (и чтящие латинские выражения), религии и мистики. Благодаря этому источником фразеологизма могли стать не только народная традиция, политический или религиозный деятель, а любой любопытный субъект, целенаправленно структурирующий объект внимания, соотнося его со свойствами своего ума.

2) **Появление и развитие книгопечатания.** Как отмечает Фр.А. Йейтс в эпоху, предшествующую изобретению книгопечатания, хорошо развитая память имела жизненно важное значение. Поэтому античные греки разработали специальную «технику запечатления в памяти неких “образов” и “мест”» [16, с. 6]. Не исключением были и пословицы, гномы, апофтегмы и афоризмы Гиппократов, для передачи которых использовались ресурсы человеческой памяти. Конечно, велико было и число *ошибок копирования* в таком способе передачи знаний (побочный продукт *W* такой системы деятельности). А объёмы материала для запоминания всё увеличивались... Изобретение книгопечатания позволило почти полностью справиться с указанным побочным продуктом. Возник другой *W*, типичный для всякой технической новинки, – всё ещё высокая цена книги (хотя она и стала ниже в сравнении с рукописной книгой). Но и с ним удалось постепенно справиться, когда в итоге научной революции XVII в. широко распространилось машинное производство, и начался быстрый рост количества типографий [17, с. 122–126].

3) **Развитие системы мировых грузоперевозок.** Создание целенаправленных систем морских, железнодорожных и авиаперевозок позволило другим целенаправленным системам деятельности увеличить масштабы и объёмы обмена ресурсами и операторами на порядки, в том числе *R* и *Q* логической информации.

Действуя одновременно, факторы (1)–(3) существенно увеличили вероятность *P* появления авторских афоризмов и их репликацию, включая распространение среди огромной аудитории читателей. В обществе появилась специализированная целенаправленная система по переводу сообщений с одного языка на другой. Эта система обязана своим появлением свойству *транслируемости* информации – возможность передачи информации с одного носителя на другой (с минимальными потерями семантики сообщения), такой же или иной физической природы, в той же или иной системе записи [5, с. 36].

То есть афоризмы получили ещё больше степеней свободы для распространения: легко понять, что информация через устные сообщения транслируется надёжнее, чем через письменные, а возможность расширения ассортимента носителей информации многократно увеличивает объёмы трансляции.

Итак, ситуаций *S* и ресурсов *R*, потенциально пригодных для репликации афоризмов, стало больше. Но появились новые побочные продукты *W*! Взаимопроникновение культур вызвало обесценивание многих классических афоризмов. Свойство *ценности* информации [5, с. 43–44], напрямую связано с изменением

вероятности достижения цели в условиях постепенного изменения целевого звена $[R, S] \rightarrow [Z, W]$. Простой пример – в персидской культуре поговорка «мужин дом полон жёлчи» была широко распространённой среди бедноты и иллюстрировала состояние женщины в определённый исторический период (S). Для персиянки очевидно, что ресурсы R жизни женщины находятся в доме мужчины. У ортодоксальных евреев, т.е. в другой социокультурной ситуации, «дом мужчины – мир, мир женщины – дом», т.е. совсем иная оценка целевого звена. Понятно, что при столкновении двух носителей разных культур возникает напряжение, которое, в частности, проявлено и том, что не все привычные речевые правила работают, и, в ряде случаев, обесмысливаются.

Но именно это вызвало поиски новых речевых формул описания мироустройства, в которых интерпретировались, подвергались доопределению или даже отрицались классические формулы. Так возникла целенаправленная система *авторских афоризмов*.

Обратим внимание ещё на один продукт легализации индивидуальной поисковой деятельности – это научная деятельность как целенаправленная система получения и трансляции новых знаний. Её институционализация стала возможной в полной мере после формулы Фомы Аквинского, узаконившей возможность познания субъектом объектов через свойства ума. Теперь вспомним, что ещё А.А. Потебня утверждал: «существует особый род пословицы, более или менее непосредственно коренящийся в наблюдении» [7, с. 112]. Это приводило к появлению пословиц, справедливых в том или ином целевом звене. Научная деятельность тоже начинается с наблюдения за феноменом или процессом в некотором целевом звене [18]. Потом, так же как в случае появления первых пословиц, формируются слова для обозначения результатов наблюдений – термины и понятия. Но в отличие от автора пословицы, учёный не останавливается на формулировке, в которой «схвачено» повышение вероятности целенаправленного действия ($P > p$). Он целенаправленно варьирует элементы целевого звена $[R, S] \rightarrow [Z, W]$ так, чтобы выяснить условия, в которых оператор информации обладает наибольшей эффективностью ($P \gg p$). И, кроме того, испытывает полученный оператор в совершенно новых целевых звеньях. И если выясняется, что оператор эффективно работает в любых (или многих) целевых звеньях, то становятся возможными речевые (логические) формулировки *принципов, законов и отношений!*

Например, посмотрим на формулировку третьего закона Ньютона: «Действие равно противодействию». Она лаконична, целостна (т.е. свойства отдельных элементов не сводятся к свойству целого), в знаковой форме аккумулирует опыт многих учёных. С точки зрения теории целенаправленных систем, её отличает от пословицы лишь существенно большая величина P и применимость к такому количеству опытных ситуаций, которое в пословице и не снилось.

В этом смысле можно говорить о том, что научные формулировки находятся в родстве с пословицами, но степень их совершенства по описанию феноменов и процессов значительно выше. Появление и развитие книгопечатания и развитие мировой системы трансляции информации привело к тому, что «пословицу» учёного могут многократно проверить (а далее, – улучшить или опровергнуть) другие учёные. Поэтому научная формулировка сильнее афоризма, но ранее, до выполнения условий (1)–(3), появиться не могла! Она сложилась эволюционно.

Не случайно первые известные учёные называли себя натурфилософами. Термин «*philosophia naturalis*» впервые вводится философом-стоиком Луцием Аннеем Сенекой Младшим (4 до н.э.–65). Возникнув в античную эпоху и вплоть до XVIII в., натурфилософия утверждала, что цель познания – понять устройство природы как целостной системы и фундаментальные закономерности природных явлений. Самыми известными натурфилософами были схоласты (от др.-греч. *σχολαστικός* – досужный; учёный, школьный < *σχολή* – досуг, свободное время, отдых от дел; занятие во время досуга, особенно учёная беседа, чтение; (особенно философская), отсюда *σχολια* – примечания к тексту, или схолии), сочетающие правила логики Аристотеля и христианское богословие. Благодаря малой привязанности к практической целенаправленной деятельности людей речевая практика схоластов родила многочисленные фразеологизмы (в том числе и некоторые производны от библеизмов), в которых совершенствовалась структура и средства высказывания. Поэтому с появлением максимы Фомы Аквинского накопленный схоластами опыт речевого поведения «обрушился» на описание «тварного» мира (который раньше схватывали лишь пословицы), обеспечил высказываниям об этом тварном мире первых учёных логическую строгость и системность.

Итак, новые авторы афоризмов, получив разрешение на наблюдения, оценки и языковую фиксацию всех объектов мира и их свойств, мощные инструменты выявления несоответствий в высказываниях, унаследованные от схоластов, стали не только свободными философами, но и учёными, породив в XIX и XX вв. различные натурфилософские труды.

Новые афористы утверждали, что с одной стороны, афористическая традиция имеет мощную корневую систему, пронизывающую время, отведённое человеку для труда и развлечений. А с другой стороны, доказывали, что классический афоризм, спустя годы, может померкнуть, стать прописной истиной, даже банальностью. Заложенный в него смысл может изнашиваться, устаревать и потому требует переосмысления. Об этом французский литературовед Жан Мари Нizar (1806–1888) писал: «Афоризм должен быть плодом с древа жизни». Но ведь древо жизни растёт и изменяется! Отчасти – и под влиянием древа познания...

5. Новые формы фразеологизмов

Но как бы ни старался человек, согласно структурной модели (1), его активность порождает всё новые и новые побочные продукты *W*. Примерно с середины XX в. произошёл небывалый рост популярности афоризмов, значительно выросло издание старых и новых фразеологизмов самого разного калибра. С другой стороны, чрезвычайно обострилась конкуренция за ресурсы *R* между авторами:

В качестве ресурса репликации выступают читатели и слушатели, их возможности для знакомства с всем ассортиментом представленных фразеологизмов – идёт «битва» за людей как носителей информации. Ресурсом трансляции являются не только традиционные книги и сборники, но и электронные книги, интернет-сайты. В этих условиях *S* запустить в оборот новый фразеологизм отдельному автору весьма сложно. Представьте себе, что в 1883 году появляется не один афористичный трактат «Also sprach Zarathustra» Фридриха Ницше (1844–1900), а десятки и сотни. Пусть даже они разного качества. Но все они требуют ресурсов для репликации и трансляции! И какова при этом вероятность того, что читателю хватит времени и сил, чтобы выбрать из этой горы книг именно Ницше? А ведь сегодня именно это и происходит, только источников фразеологизмов значительно больше.

В этой кризисной ситуации фразеологизмы как форма речевого поведения вновь трансформируются:

1) **Регрессивная эволюция.** При недостатке ресурсов часть авторов афоризмов: i) возвращается к малой форме, отказываясь от циклов афоризмов, объединённых в систему; ii) не стремятся к охвату большого количества целевых звеньев, специализируясь на той или иной «экологической нише». Эти афоризмы можно назвать любительскими, если держать в уме, что по сравнению с гигантами прошлого авторы не стремятся создать индивидуальный свод афоризмов, охватывающий многочисленные целевые звенья. Это – регрессивная (от лат. *regressus* – возвращение, движение назад) эволюция, в которой «информация кодирует операторы для их адаптации к экологическим нишам меньшей, чем ранее, размерности» [5, с. 132]. К чему это ведёт? К появлению клише и примитивных фразеологизмов.

Клише (от фр. *cliche*) – речевой оборот, шаблонная (ещё говорят – «избитая фраза») фраза, речевой штамп, легко воспроизводимые в определённых условиях и контекстах. Являясь готовой речевой формулой, клише имеет крайне незначительную смысловую нагрузку и нацелено на демонстрацию согласия или несогласия с чем-либо. Этим клише облегчает процесс общения, доведённый до автоматизма, что особенно удобно в системах с жёсткой регламентацией деятельности, например, в бюрократических. Для иллюстрации дадим трактовку клише «исполнитель проекта»: «Мифическое существо, упоминающееся в заявке и отчёте среди участников гранта, но не имеющее материального воплощения, так называемая мёртвая душа» [19, с. 58]. Впрочем, переосмысление клише тоже может стать ресурсом для авторских афоризмов. Так, комментируя статью 26 Трудового кодекса Российской Федерации «Уровни социального партнёрства»⁴, афористы С. Сидоров и В. Малешин пишут: «Уровень социального партнёрства стал так низок, что его перестали замечать». В их книге [20], комментариям подвергнуты все статьи Трудового кодекса.

Как указатель определённой замкнутой социальной группы, клише составляет большую часть арго (от фр. *argot* – воровской язык; возможно, от др.-гр. *ἀργον* – рынок (как шумно-говорливое скопище людей), откуда просто говор, наречие [21, с. 57]), – специфических языков, чаще принадлежащих маргинальным сообществам.

Ещё один вариант реализации регрессивной эволюции афоризмов состоит (как и в случае с клише) в потере афоризмом смысла при вовлечении в смеховую культуру. В чём это проявляется?

Традиционный афоризм – это либо моральное предписание (гнома), либо результат небольшого исследования на соответствие оператора информации и целевого звена. Если между ними есть несоответствие (например, цель достигается несоизмеримо большими средствами – «из пушки по воробьям»), то, будучи сформулированным, оно вызывает нашу улыбку. Классический пример из «Бориса Годунова» А.С. Пушкина:

*«Все плачут,
Заплачем, брат, и мы».
«Я силюсь, брат,
Да не могу».
«Я также. Нет ли луку?
Потрём глаза».*

Здесь смех вызывается несоответствием между предписанной целью (нужно плакать *Z* в данной ситуации *S*) и тем, какой оператор *Q* предлагается использовать для того, чтобы заплакать. Поэтому любой смех – это маркер несоответствия, чтобы это понять присмотритесь к любому анекдоту. Но есть два подхода к тому, как смешить. Можно смешить ради самого смеха, а можно рассмешить, чтобы человек задумался, вчувствовался, открыл для себя новую грань мира. В случае регрессивной эволюции фразеологизмы обслуживают смех ради смеха, и афоризмы всё больше напоминают нелепицы, тем более, когда массово тиражируются через различные юмористические передачи. Такие шоу в массовом количестве – тоже примета нашего времени. Речевое поведение их участников наследует афоризмам в той же степени, в какой клише наследуют свою оболочку, теряя в содержательности. Их можно назвать «юморизмами», имея в виду

⁴ Здесь клише является термин «социальное партнёрство».

широкую распространённость в современной речи несложных, банальных и безыскусно скроенных фразеологизмов.

2) **Использование правил образования и трансляции афоризмов в новых областях целенаправленной деятельности.** Если для того, чтобы создавать новые фразеологизмы у автора нет ресурсов (см. выше), то почему бы не воспользоваться ресурсами систем, у которых они есть? Частным случаем этой стратегии является создание новых фразеологических единиц журналистами. Возникает забавная аберрация – журналист не является афористом в традиционном смысле этого слова, но его фраземы у всех на слуху, поскольку являются заголовками к газетным статьям. Как правило, такие заголовки представляют собой производные от известных фразеологических единиц и обобщают ассоциативный подтекст публикации: «Внутренний голос – голос из Министерства внутренних дел» или «Стихийное бедствие – сборник стихов молодых поэтов» и т.д. [22, с. 90].

Возможен и встречный процесс, когда существующая система деятельности начинает использовать операторы афористики для своих собственных целей, увеличивая экспрессивность, нормативность и восприимчивость продуктов своей деятельности.

Так в сфере политики многие сомнительные идеи получают хождение, будучи облечёнными в форму фразеологизма и растиражированные средствами массовой информации. Например, добиваясь своих политических целей, Уинстон Черчилль (1874–1965) использовал как репликаторы-словосочетания «железный занавес», «душить большевизм в колыбели», так и афористический жанр («Я не верю, что Россия хочет войны. Она хочет плодов войны»). Конечно, заимствования фразеологических единиц и пословиц происходили и во времена Римской Империи, и раньше, но тогда количество политиков и степень сложности политических систем была сравнительно небольшой. В современных условиях политиков много, и конкуренция между ними отчаянно высока. Поэтому политики, чьи спич-райтеры не включают в его речь фразеологемы, сегодня неконкурентоспособны. В итоге – афористика стала частью политической надсистемы, афорист трансформировался в спич-райтера, а сам афоризм сделался политическим клише, лозунгом для идентификации «своих» и «чужих» и эмоционального усиления борьбы с «чужими».

Аналогичная ситуация наблюдается в целенаправленных системах бизнеса, в которых отчаянно высока конкуренция за потребителей. В результате афорист трансформируется в копирайтера – специалиста по написанию рекламных текстов, а афоризм становится слоганом, девизом и частью бренда [22].

Эффективность слоганов и политических лозунгов определяется исключительно скоростью его трансляции в социальной среде. Чем меньше их семантическая нагрузка, тем легче его транслировать (в этом и состоит цель Z создателя слогана). Поэтому не стоит искать в рекламных текстах особого смысла. Прикладное применение фразеологизмов всегда соответствует сценарию их регрессивной эволюции.

Итак, телеономический подход позволяет проводить социокультурную реконструкцию условий появления в речи и языке устойчивых элементов. Становится понятным родство между афоризмом и научным высказыванием, афоризмом и ранней формой фразеологизма – междометием.

Заканчивая обзор эволюции фразеологизмов, вспомним о такой характеристике системы, как её степень сложности. В кибернетическом смысле она представляет собой сумму $N + K$, где N – число элементов в системе, K – число связей между ними. Тогда эволюцию фразеологизмов можно представить в форме, близкой к эволюции биологических видов. Самые первые биологические структуры имели минимальную сложность, но уже имели способность к репликации. В отношении предмета нашего исследования эта начальная стадия развития речевой деятельности отвечает междометиям. Далее степень сложности увеличилась – возникли высказывания, в которых имелись статистически повторяющиеся элементы – идиомы, а позднее – пословицы и поговорки.

Последующее изменение социокультурной среды обитания пословиц приводило ветвлениям эволюционного древа, относящимся как к прогрессивным, так и регрессивным сценариям развития:

– прогрессивное развитие привело к появлению гном, апофтегм, басен, притч, сказок, сборников авторских афоризмов, схоластических суждений, научных и философских законов;

– регрессивное развитие привело к появлению крылатых слов, библеизмов и компиляций (как «осколков» более сложных систем – литературных произведений, религиозных учений и натурфилософских трактатов), клише, слоганов, политических лозунгов и «юморизмов»

Заметим, что в рамках телеономического подхода мы получаем средства оценки ценности и транслируемости фразеологизмов. Кроме того, можно поставить цель создания алгоритма целенаправленного создания афоризмов. Но это – тема для отдельного обстоятельного исследования.

Автор благодарит своего коллегу и друга Б.Н. Пойзнера за ценные ссылки и поддержку. Текст статьи содержит небольшие фрагменты из введения к книге [23].

Литература

1. Ayala F. Teleological explanation in evolutionary biology // *Philosophy of science*. – 1970. – Vol. 37, No. 1. – P. 1–15.
2. Елисеев В.А. Осознаваемые и неосознаваемые компоненты творческого мышления // *Исследование проблем психологии творчества*. – М.: Наука, 1983. – С. 247–266.; Наумова Н.Ф. Социологические и психологические аспекты целенаправленного поведения. – М.: Наука, 1988. – 200 с.

3. Платонов А.П. Записные книжки. Материалы к биографии / Сост. Н.В. Корниенко; Публ. М.А. Платоновой. – М.: Наследие, 2000. – 421 с.
4. Соснин Э.А., Пойзнер Б.Н. Из небытия в бытие: творчество как целенаправленная деятельность. – Томск: STT, 2011. – 520 с.
5. Корогодин В.И. Информация и феномен жизни. – Пушкино: Пушкинский научный центр РАН, 1991. – 204 с.
6. Квеселевич Д.И., Сасина В.П. Русско-английский словарь междометий. – М.: ООО «Изд-во Астрель», ООО «Изд-во АСТ», 2001. – 512 с.
7. Потехина А.А. Теоретическая поэтика: учебное пособие. – 2-е изд., испр. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Академия, 2003. – 384 с.
8. Ефремова Н.И. О месте паремий в кругу других языковых клише (на материале немецкого и русского языков) // Фразеология германских, романских и славянских языков: сб. науч. статей; ред. Е.Е. Иванов. – Могилёв: Могилёв. гос. ун-т им. А.А. Кулешова, 2009. Т. 1. – С. 130-136.
9. Жуков В.П. Словарь русских пословиц и поговорок. – М.: Русский язык, 2000. – 537 с.
10. Крикманн А. 1001 вопрос по поводу логической структуры пословиц // Сайт «Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика». URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/krikmann1.pdf>
11. Вундт В. Сознание и внимание. – М.: Изд-во МГУ, 1976. – 385 с.
12. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. – М.: Мир, 1966. – 351 с.
13. Эйген М., Шустер Г. Гиперцикл: принципы самоорганизации макромолекул / под ред. М.В. Волькенштейна, Д.С. Чернавского. – М.: Мир, 1982. – 270 с.
14. Соснин Э.А., Пойзнер Б.Н. Основы социальной информатики: Пилотный курс лекций. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2000. – 110 с.
15. Луков В.А., Луков В.А. Крылатые слова // Энциклопедия гуманитарных наук. – 2009. – № 2. – С. 235–236.
16. Йейтс Фр.А. Искусство памяти. – СПб.: Университетская книга, 1997. – 490 с.
17. Немировский Е.Л. Большая книга о книге: справочно-энциклопедическое издание. – М.: Время, 2010. – 1088 с.
18. Соснин Э.А. Управление инновационными проектами: учебное пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2013. – 202 с. – (Высшее образование).
19. Краткий иллюстрированный словарь клише и стереотипов: К 60-летию Павла Анатольевича Клубкова. – СПб.: Институт логики, когнитологии и развития личности, 2009. – 168 с.
20. Сидоров С., Малешин В. Трудовой кодекс Российской Федерации в афоризмах. – М.: Астрель, 2013. – 43 с.
21. Липатов А.Т. Сленг как проблема социолектики: монография. – М.: Элпис, 2010. – 318 с.
22. Беглова Е.И. Текстобразующая роль фразеологических единиц в малых речевых жанрах // Уральский филологический Вестник. – 2012. – №3. – С. 88–92.
23. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. – СПб.: Питер, 2006. – 160 с.
24. Соснин Э.А. Метафоризмы и фрагменты. – Томск: STT, 2013. – 64 с. (доступна по адресу: <https://disk.yandex.ru/public/?hash=ZOiUU59Jd2BFBGb4zaysMIHMsfbi4sZCwjgyT1D/LFI%3D>)