

## Реконструкция смысла как метод исследования дискурса

**П.К. ВЛАСОВ**

*кандидат психологических наук, директор Института прикладной психологии «Гуманитарный центр»*

**А.А. КИСЕЛЕВА**

*кандидат филологических наук, заместитель директора Института прикладной психологии «Гуманитарный центр»*

*В статье рассматривается вербальная реакция на объект как совокупный продукт культуры человека, включающей его ценности, знания, действия/инструменты. В ходе эмпирического исследования, используя метод реконструкции смысла, была реализована цель проанализировать отношение в обществе к социальной группе предпринимателей и определить модальность этого образа. Для решения задач исследования были применены метод неоконченных предложений и метод тема-рематического членения предложения. Показано, что большая часть высказанных суждений не соответствует реальности, что свидетельствует о стереотипном отношении общества к этой социальной группе. В большей части суждений представлен отрицательный образ предпринимателя, который, в отличие от положительного, основан на логически обоснованных умозаключениях и в понятийном плане оказывается особо дифференцирован. Более того, продемонстрировано, что отрицательный образ значительно в большей степени основан на ценностных убеждениях, чем положительный. Однозначно показано, что последовательное упорядочивание и классификация вербальных реакций позволяют реконструировать вербальный образ и смысл объекта для субъекта.*

**Ключевые слова:** *вербальный образ, реконструкция смысла объекта, морфология, праксиология, аксиология объекта.*

### **Постановка проблемы**

В. Хакер [9] считал, что основную функцию в процессе регуляции действий выполняют «системы оперативного отражения», которые представлены в памяти и определяют индивидуальный способ производственной деятельности. Системы оперативного отражения включают: антиципацию результата работы, знание условий работы (например, знание свойств сырья и функционирования машин), гипоте-

зы о преобразованиях (операциях), которые необходимы для перехода от фактического состояния к должному. В научной литературе известно понятие образа будущего действия как представления о ... В основном системы оперативного отражения выполняют когнитивную функцию формирования ожиданий и, таким образом, представляют собой поисковую модель, которая определяет действия.

Цепочка «сравнение — изменение — обратная связь» объясняет характер тру-

довой деятельности как взаимодействия человека и ситуации (рабочей среды). Ситуация порождает некие объективные задания, о которых человек формирует собственное субъективное представление в виде специфических систем оперативного отражения, в процессе воплощения которых он влияет на ситуацию, изменяя ее.

В. Хакер [там же] выделял три уровня регуляции: интеллектуальный, перцептивно-понятийный и сенсомоторный. Интеллектуальный уровень предшествует двум другим, на нем человек разрабатывает общий план выполнения задания. На перцептивно-понятийном регулирует отдельные действия, на сенсомоторном — процесс выполнения заданий.

Относительно качества деятельности наиболее важным изменением психической структуры В. Хакер [там же] считал интеллектуальное проникновение в суть структуры деятельности.

Психические процессы сенсализации, автоматизации, вербализации и интеллектуальной обработки обуславливают качество деятельности. Так, увеличение вербализации проявляется в том, что условия и элементы деятельности, которые не имеют словесных эквивалентов (не вербализованы), в будущем выражены в словах и закреплены в особых понятиях.

Таким образом, субъективное представление в виде специфических систем оперативного отражения (назовем это *концептом*, или *образом будущего действия*) является предиктором результата деятельности. В связи с этим можно говорить о качестве концепта: его функциональности и продуктивности, возможности с его помощью описывать, объяс-

нять и прогнозировать изменения и преобразовывать реальность.

Концепт может иметь разную степень сформированности, это особенно ярко проявляется на стадии несформированного концепта, нового ценного концепта, например, замысла будущей деятельности. *Замысел* — это «ценностно-когнитивно-действенный» паттерн, который и инициирует организационную деятельность. Организационная деятельность на этапе замысла задает четыре основных компонента: потребности (требования физического и психического благополучия), ценности (то, что инициатор расценивает как хорошее или выгодное и начинает действовать, чтобы получить или удержать это), цели и намерения (ситуационно-специфическая форма ценностей, определенный объект или цель действия), эмоции (форма, при которой человек чувствует изменение значения ресурсов) [1].

В связи с этим особый интерес вызывает возможность проанализировать траекторию существования концепта, предусмотреть его референцию в деятельности. Таким образом, возникает вопрос, как можно изучать концепт деятельности.

Поскольку коммуникация (вербализация) — это способ формирования и осознания концепта деятельности (по В. Хакеру), то вербальное отражение концепта деятельности вполне показательно для описания, изучения концепта деятельности и прогнозирования её самой.

Вербальная реакция субъекта на объект отражает вербальный образ этого объекта, а именно, систему знаний субъекта (морфологию), отношение к объекту (аксиологию) и инструментальное отношение/действие (праксиологию) объ-

екта [7]. Такая вербальная реакция — это частичное или полное описание объекта. Фактически описание, которое строит человек, антропоцентрично, то есть несет в себе «след» субъективного отношения человека к объекту.

Обычно вербальные реакции (тексты) не рассматривают с таких позиций. Например, в лингвистике текст/смысл в основном линейен, то есть логически выводим из значения языковых единиц текста. В социологии значением объекта считают наиболее частотные реакции группы респондентов на объект, оно тоже линейно (только с позиции респондента). Мы же предлагаем рассматривать вербальную реакцию на объект как совокупный продукт культуры человека, включающей его ценности, знания, действия / инструменты. В такой реакции проявляется и замысел субъекта по отношению к объекту. Посредством своей вербальной реакции человек интерпретирует объект, как бы встраивает его в свой субъективный контекст. Человек создает свой индивидуальный дискурс объекта, в котором проявляется его индивидуальная конструкция социального мира. Посредством вербальной реакции человек конструирует социальный мир, включающий и данный объект.

С позиции системного подхода, вербальная реакция — это элемент взаимодействия человека и объекта, а смысл такой вербальной реакции — системный эффект, который складывается одновременно из особенностей объекта и особенностей субъекта. Таким образом, по вербальной реакции мы одновременно можем изучать и объект для определенной группы субъектов, и делать выводы о группе (ее системе ценностей, отношений, знаний, действий).

*Таким образом, для анализа вербально-го отражения концепта деятельности нам необходима структура изоморфной деятельности, с одной стороны, и человек, с другой. Подобная структура отражает динамику этих отношений, а также позволяет прогнозировать деятельность.*

За основу такой структуры мы взяли иерархическую модель описания деятельности Г.В. Суходольского. Она включает:

— *морфологию* деятельности, которую определяют строение деятельности, ее состав и структура;

— *аксиологию* деятельности, которую определяет анализ социальных и индивидуальных потребностей, ценностей и результатов деятельности и отражающие их оценки, мотивы и цели деятельности;

— *праксиологию* деятельности, которая отражается в анализе динамики и развития деятельности и

— *онтологический* аспект мира деятельности [6], который выражается в выделении отдельных видов деятельности по разнообразным их характеристикам.

## Метод исследования

Мы предлагаем подход и метод комплексной реконструкции смысла. Совершая декомпозицию вербальной реакции субъекта, «раскладывая» ее на элементы, мы предлагаем последовательно выделить все субъективные элементы, «запечатленные» в вербальной реакции респондента, реконструировать смысл объекта и, соответственно, субъективный замысел, конструкцию субъективного социального мира, с помощью которого человек приписывает значение объекту.

Структура подхода заключается в следующем.

*Морфология деятельности* — это содержание деятельности, ее соотносительность с конкретной реальностью и включенными в нее объектами. Объекты включены в вербальное описание, выбраны человеком для направленной деятельности. Лингвистическим эквивалентом морфологии деятельности являются понятия, включенные в описание, их количество. Семантика понятий указывает на содержание деятельности и ее направленность. Количество понятий говорит о степени когнитивной сложности и дифференцированности и, соответственно, осознанности и доступности концепта и управляемости деятельности.

Для реконструкции всего концепта деятельности мы не можем воспользоваться одним методом, поскольку нам не удалось выявить его в литературе. Поэтому мы решили, что необходим комплекс методов, которые позволят реконструировать концепт деятельности.

Лингвистическим эквивалентом *аксиологии и ценностей*, участвующих в деятельности, является вес (частота) понятий и их эмоциональная оценка, то есть акценты в морфологии. Частотная и оценочная структуры формируют иерархическую структуру концепта деятельности и говорят о приоритетах и отношении человека к деятельности.

*Праксиологию описания деятельности* формирует объяснительный паттерн, раскрывающий, что стоит за данным описанием (причина выбора именно этих элементов деятельности в такой иерархической и оценочной структуре). Он раскрывает мотивы человека, которые приводят в действие концепт. Лингвистическим эквивалентом праксиоло-

гии могут быть явные и скрытые логико-смысловые связи понятий, включенных в описание. Они раскрывают интенциональную природу высказываний. Праксиология раскрывает основной движущий мотив, развитие и функционирование деятельности человека.

Ключевые понятия, формирующие описание, и их иерархия служат параметрическими критериями сравнения и позволяют сравнивать разные концепты или концепты разных людей между собой и изучать их. Это формирует *гносеологический уровень описания деятельности*.

Контекст, в котором становится возможным существование и возникновение такого концепта деятельности, выражает *онтологический уровень её описания*. Этот уровень не имеет прямых лингвистических эквивалентов, то есть тех, что имеют прямое отражение в тексте описания. Он отражается в базовых пресуппозициях, делающих возможным сам контекст описания деятельности. Это может быть выражено в архетипах, этнических стереотипах, объясняющих происхождение и существование концепта.

Методически это выглядит последовательностью следующих этапов реконструкции смысла.

- *Выбор содержательных реакций.* Необходимо отделить формальные вербальные реакции от *содержательных*, чтобы данные были непротиворечивыми и информативными. Формальные реакции не информативны, а выражают стереотипное эмоциональное отношение, к ним же относятся оценки и пожелания.
- *Реконструкция морфологии объекта.* Включает тематическую классификацию вербальных реакций с помощью метода тема-рематического членения

предложения [5]. В каждом высказывании мы выделяли *тему* (о чем говорится в предложении) и *рему* (что именно говорится об этом психологическом подлежащем). Применение метода основывалось на структуралистской традиции о дифференциальной организации знаков [8, с. 253–291]. Ремы высказывания противопоставлены темам благодаря синтаксической конструкции предложения. Темы в «нормальной» структуре предложения обычно занимают место подлежащего, а ремы — сказуемого. При изменении «нормальной» структуры предложения некий объект становится особенно заметным, то есть занимает позицию ремы. Результатом этого этапа является тематическая, она же морфологическая структура объекта.

- *Аксиологическая структура объекта*

— Включает *классификацию* вербальных реакций относительно их модальности внутри тематических групп на позитивные, негативные и нейтральные высказывания.

— Включает *частотную классификацию семантически близких рем.* Семантически близкие ремы объединяются в классы, определяется частота их встречаемости. Ремы с наибольшей частотой и позитивной оценкой отражают ценность элементов морфологии объектов. Результатом является реконструкция аксиологической структуры объекта.

- *Реконструкция праксиологии*

— *Позитивный и негативный образ.* Все выделенные элементы морфологии объекта с позитивной или негативной аксиологией (наиболее частотные ремы с позитивной или негативной оценкой) позволяют реконструировать целостный образ объекта. На этом этапе мы воспользовались методом нарративной се-

миотики (структурной семантики) [там же, с. 173]. Она подразумевает выделение поверхностной и глубинной структур на уровне синтаксиса. Поверхностная структура — это непосредственно мгновенно узнаваемые и легкодоступные формы текста, а глубинная структура — это фундаментальная система ценностей, встроенная в текст (состоит из норм, ценностей). Нарративная структура определяется основными ролями (актантами) и взаимосвязями и их движением по отношению друг к другу. Результатом является нарративный паттерн, или целостный образ объекта, показывающий элементы морфологии, их аксиологию и связи между ними.

— *Реконструкция интенций.* Включает реконструкцию социальных намерений, которые «приводят в движение» полученный образ. Вербальная реакция отражает и действенный компонент — намерения и интенции группы респондентов. На этом этапе используются методы функциональной прагматики (К. Бюлер, Ч. Моррис, Р. Карнап), основанные на теории действия (Дж. Остин). Основным инструментом на этом этапе — *лингвистический паттерн, реконструирующий цель, для которой инициатор предпринимает действие.* Для реконструкции интенции использовался вопрос: «Какие потребности удовлетворяет и какие ожидания имеет группа при взаимодействии с этим объектом?». Положительный образ отражает удовлетворенные ожидания/интенции, а негативный — фрустрированные, неудовлетворенные ожидания/интенции.

- *Реконструкция гносеологии*

*Смысловые шкалы и тезаурус описания объекта.* Включает сопоставление негативного, позитивного и нейтрально-

го образов. Они содержат общие элементы морфологии, являются «сквозными», то есть образуют базовые шкалы описания объекта. На основе таких понятий мы можем восстановить полную шкалу, если предложим их антонимы. В результате получили шкалы, по которым группа респондентов «измеряет» объект, проявляя к нему то или иное отношение. Собственно, полученные обобщенные шкалы, реконструированные интенции и синтезированный образ можно считать окончанием процедуры.

### Участники исследования

Мы хотим проиллюстрировать это на примере эмпирического исследования значения образа *социальной группы предпринимателей*, проведенного методом случайной выборки из 5000 респондентов в 1995–1998 году в Украине, которое обнаружило выраженную многоплановость значения категории «предприниматель» [2]. В выборке респондентов пропорционально представлены основные социальные и половозрастные группы.

### Цель исследования

Мы хотели определить тезаурус понятий, описывающих отношения к социальной группе предпринимателей, а также хотели синтезировать включенные в описание понятия в общий образ, то есть определить связи, отношения между ними и модальность образа.

Объективная сложность исследования заключалась в том, что образ не имеет непосредственного выражения и

скрыт от прямого наблюдения. Для того чтобы его исследовать, необходимо было его эксплицировать.

Кроме того, новые социальные группы и институты еще находятся на стадии формирования, а значит, отношение к ним и их образ еще до конца не сложились и не имеют четко выраженного и закрепленного в социальном окружении выражения. Эти ограничения нам необходимо было учитывать при планировании и проведении исследования.

Концепция исследования была построена на том, что отношение к социально-экономическому пространству складывается на основе **образа** мира и является синтезом собственных, уже имеющихся знаний о мире и изменений в окружающем пространстве. Мы учитывали склонность субъекта воспринимать объект целиком и назвали это **целостностью** образа. Образ имеет вербальное выражение, существует в виде высказываний, суждений, оценок и имеет понятийное насыщение. Мету разнообразия понятий, описывающих образ, мы назвали его **дифференцированностью**.

Понятия в образе находятся в определенной связи между собой (причинность, род-вид, часть-целое, атрибуция), что было названо **связностью** образа. Сложившийся образ социальных групп в той или иной мере соответствует действительности, то есть обладает **адекватностью, реальностью**. Образ имеет эмоционально-оценочную составляющую, то есть **модальность**: положительную, отрицательную и нейтральную. В этом случае проявляется негативное, позитивное или нейтральное отношение к социальной группе.

Поэтому для сбора данных мы использовали метод неоконченных пред-

ложений, так как он позволял участникам обследования свободно высказывать свои суждения независимо от того, что социальная группа предпринимателей была для них новым и незнакомым явлением. Для обработки суждений мы воспользовались методом реконструкции смысла, представленным выше.

Для опроса же мы воспользовались методом интервьюирования респондентов. Участников обследования просили продолжить предложение: «Что Вы можете сказать о ...?». Ответы интервьюированных фиксировались дословно.

### **Результаты эмпирического исследования и их обсуждение**

Полученные в результате суждения мы проанализировали относительно критерия реальности и обнаружили, что большинство из них (73 %) не было связано с реальным поведением компании на рынке: «Я не знаю, чем она занимается, знаю, что выманивает деньги у доверчивых граждан», «Это просто перекачка денег», «Фирмы открываются для того, чтобы нажиться за счет людей, и не надеются работать вечно, поэтому существуют за счет обмана», «Нужны нормальные законы, будут нормальные компании». Это свидетельствует, с одной стороны, о недостаточной информированности участников обследования, а с другой — об их активности в высказывании суждений. Наличие суждений при отсутствии информации свидетельствует, что они стереотипны и нереальны. Следовательно, сложившийся образ «предпринимателей» также нереален и выражает стереотипное отношение к этой социальной группе. Поскольку сложив-

шийся образ нереален, то и включенные в него понятия могут быть нерепрезентативными для описания данной социальной группы.

Мы также проанализировали модальность суждений и в результате получили:

- что 25 % суждений содержат положительную оценку, например: «Думаю, что компания богатая, если бы она выпустила акции, можно было бы их брать», «Наверное, у компании есть деньги, значит — работают хорошо», «Главное работать для людей, если она работает для них, значит хорошо»;

- 60 % суждений имеют отрицательную оценку, как, например: «Могут обанкротиться в любой момент», «Шарлатаны, которые врут и воруют», «Пытаются, как и все компании, делать деньги из воздуха»;

- 9 % суждений имеют нейтральный характер: «Отношусь терпимо к любым формам деятельности», «Ничего не имею против, пусть процветает, но без меня», «С ними не взаимодействовал, отношение спокойное»;

- 6 % суждений не содержат никакого отношения в связи с отсутствием информации.

То есть стереотипные суждения фиксируют в основном негативное отношение социального окружения к рассматриваемой группе.

После этого мы выбрали наиболее частотные суждения и получили положительную и отрицательную лингвистическую атрибуцию социальной группы «предприниматели». Был выделен тезаурус, описывающий образ этой социальной группы, и определили, что включенные в стереотипы понятия располагаются в зависимости от модальности на полюсах следующих шкал (таблица):

Таблица  
**Шкалы понятий, формирующих  
 стереотипный образ  
 «предпринимателей»**

Бесцельность	Наличие цели
Простота	Сложность
Ориентация на круг	Ориентация на социальную общность
Нестабильность	Стабильность
Отсутствие мощи	Финансовая мощь
Нечестность	Честность
Недоступность	Доступность
Отсутствие размаха	Размах
Закрытость	Открытость
Неискренность	Искренность
Неумение вести дела	Умение вести дела
Недолговечность	Долговечность

Следовательно, в настоящий момент образ социальной группы предпринимателей дифференцирован относительно данных понятийных шкал, с помощью которых социальное окружение описывает, структурирует и оценивает проявления этой социальной группы.

Поскольку нас интересовали не только понятия, но и структура и связи между ними, а также целостный образ, мы синтезировали их и построили образ группы, пользующейся положительным и отрицательным отношениями у социального окружения.

В настоящий момент существует следующий положительный образ.

*Рачительный и рациональный хозяин, который умеет правильно распорядиться финансами, делает вклады в базовые отрасли промышленности, производство. Работает с размахом и мощью. Его деятельность направлена на пользу государству и людей. Она открыта, честна, доступна; во взаимодействии с ним могут вступить все. Именно поэтому организация надежна и долговечна.*

Отрицательный образ. *Организация занимается непrestiжным и простым делом типа перепродажи (коммерческая деятельность), «перемывания» денег (финансовая деятельность). Поскольку она проста и нерациональна, у нее нет размаха, и если есть успех, то только за счет обмана, жульничества, шарлатанства, обдуривания остальных. Такая компания не нацелена на присоединение окружающих, поэтому она недоступна, замкнута и обособлена, органично не включена в то, что происходит в обществе и в целом ему чужеродна. Поскольку проста, без размаха, на себя у нее ограничен финансовый ресурс. То есть ненадежна, недолговечна, временна, и все равно в конце концов разорится. Такая компания практически ничего не может сделать для окружающих, а если всё же делает, то лишь в целях саморекламы или чтобы легче было обмануть людей и и скрыть свои подлинные интересы.*

Важно отметить, что отрицательный образ более насыщен и дифференцирован, по сравнению с положительным. Следовательно, социальное окружение готово воспринимать проявления данной группы скорее негативно, чем позитивно. Сейчас в экономической культуре положительное отношение закрепилось к такой форме предпринимательства, как *ремесла*, которые являются прототипом производства, а отрицательное отношение — к *ростовщичество* и *торговле*. К тому же, отрицательный образ в значительно большей степени основан на ценностных убеждениях, чем положительный. Поэтому отрицательный образ предпринимателей и предпринимательских организаций значительно консервативней. В этом случае опять становится очевидна причинная роль ценностей,

которая проявляется в действиях через убеждения — ценности отрицательного образа значительно быстрее, чем положительного, активизируют действия по отношению к предпринимателям и их организациям.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. *Власов П.К.* Психология замысла организации. Харьков, 2004.
2. *Власов П.К., Ганчук В.С.* Организационно-психологическое исследование интеграции в организации // Вестник Харьковского государственного университета. Серия «Психология». 1997. Вып. 395.
3. *Власов П.К., Маничев С.А., Суходольский Г.В.* Организационная психология. СПб.; Харьков, 2008.
4. *Геберт Д., Фон Розенитиль Л.* Организационная психология. Харьков, 2006.
5. *Матезиус В.* О так называемом актуальном членении предложения // Пражский лингвистический кружок. М., 1967.
6. *Суходольский Г.В.* Введение в математико-психологическую теорию деятельности. СПб., 1994.
7. *Суходольский Г.В.* Введение в математико-психологическую теорию деятельности. СПб., 1998.
8. *Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е.* Методы анализа текста и дискурса. Харьков, 2009.
9. *Hacker W.* Arbeitspsychologie. Psychische Regulation von Arbeitstaetigkeiten. Bern, 1986.

## Meaning Reconstruction as Discourse Research Method

**P.K. VLASOV**

*PhD in Psychology, head of the Institute of Applied Psychology  
"Humanitarian Centre"*

**A.A. KISELEVA**

*PhD in Philology, deputy head of the Institute of Applied Psychology  
"Humanitarian Centre"*

*The paper focuses on a person's verbal reaction to an object as a combined cultural product of the individual that involves his/her values, knowledge and actions/tools. The empirical research was aimed at analyzing the attitudes that exist in Russian society towards the social group of businesspersons, and to explore the modality of this image. For these purposes, a method of meaning reconstruction was employed in the form of unfinished sentences and topic-focus articulation. The research outcomes show that the majority of judgments made by the subjects were by no means based on reality, thus proving the stereotypical character of individuals' attitudes towards the social group of businesspersons. These judgments mostly represent a negative image of the businessperson based, in contrast to the positive one, on logical reasoning and particularly differentiated in terms of concepts. Furthermore, this negative image proved to be much more rooted in personal values than the positive one. The paper clearly demonstrates that consistent regulation and classification of verbal reactions allow for the reconstruction of the verbal image and of the meaning of the object for the subject.*

**Keywords:** *verbal image, reconstruction of meaning of object, morphology, praxeology, axiology of object.*

### REFERENCES

1. Vlasov P.K. Psihologija zamysla organizacii. Har'kov, 2004.
2. Vlasov P.K., Ganchuk V.S. Organizacionno-psihologicheskoe issledovanie integracii v organizacii // Vestnik Har'kovskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija "Psihologija". 1997. Vyp. 395.
3. Vlasov P.K., Manichev S.A., Suhodol'skij G.V. Organizacionnaja psihologija. SPb.; Har'kov, 2008.
4. Gebert D., Fon Rozenshtil' L. Organizacionnaja psihologija. Har'kov, 2006.
5. Matezius V. O tak nazываемom aktual'nom chlenenii predlozhenija // Prazhskij lingvisticheskij kruzhok. M., 1967.
6. Suhodol'skij G.V. Vvedenie v matematiko-psihologicheskiju teoriju dejatel'nosti. SPb., 1994.
7. Suhodol'skij G.V. Vvedenie v matematiko-psihologicheskiju teoriju dejatel'nosti. SPb., 1998.
8. Ticher S., Mejer M., Vodak R., Vetter E. Metody analiza teksta i diskursa. Har'kov, 2009.
9. Hacker W. Arbeitspsychologie. Psychische Regulation von Arbeitstaetigkeiten. Bern, 1986.