

ДИНАМИКА СЕМНОЙ СТРУКТУРЫ ГЛАГОЛОВ РЕЧИ

На основе анализа I—X томов «Словаря русского языка XI—XVII веков» нами определены семантические компоненты 476 глаголов речи, обладающие разной степенью универсальности (см. списки 1, 2 в конце статьи). Вероятно, прагматичность и частотность глаголов речи породила их преимущественную моносемию, потому что индивидуальность лексического значения в сочетании с однозначностью создает жесткие условия отбора, лексикализацию семантических компонентов, соответствующих элементам речевой деятельности, составляющим речевого акта. «Конфликт» прагматики и синтактики здесь разрешается в пользу прагматики.

Самая частотная сема двузначных глаголов — «цель речи». Под целью речи понимается возможность речевого воздействия на адресата, предполагающего физическую или психическую реакцию адресата, сиюминутную или отдаленную во времени. Сема «цель речи» не идентична семам «эмоциональное воздействие на адресата» (см. слова НАСМЪЯТИСЯ, НАРУГАТИ — во II значении), «номинация» (НАЗВАТИ — в I значении), «результат речи» (ДОГОВОРИТИСЯ, ВЫПРОСИТИ — в I значении). Корректно различать семы «цель речи» и «речь как стимул речи», сознавая, что между ними существуют гипонимические отношения. Очевидно, что получение речевой информации — тоже цель, но есть группа слов (ВОСПРОСИТИСЯ, ВОПРОСИТИ, ВОСПРОСИТИ, ВОПРОШИТИСЯ, ВПРОШАТИСЯ, ВОПРАШАТИСЯ, ВОПРОСИТИСЯ, ВОСПРОСИТИСЯ), в которых различаются значения, связанные с получением речевой информации и со стимулированием неречевой реакции на речевые действия. Несмотря на то, что сема «цель речи» является самой распространенной и встречается почти в два с половиной раза чаще, чем самая частотная из остальных сем двузначных глаголов (сема «информативность»), только в одном слове она является единственной (в слове ЗАКАЗАТИ). Чаще всего она сочетается с семой «речь как стимул речи» (см. список 3 в конце статьи). Причем в словах, имеющих семы «цель речи» и «речь как стимул речи», последняя сема присутствует в первом, а первая сема — во втором значении. Третья по частотности сема «морально-этическая оценка объекта речи» в 10 словах из 13 сочетается с семой «цель речи». Несмотря на то, что этот тандем стоит на третьем месте по частотности (см. список 3), только в 2 словах из 10 он относится к I и II значению, в 7 словах — ко II значению и ни в одном слове — только к I значению. Две эти семы принадлежат одновременно первому значению только тогда, когда морально-этическая оценка объекта положительна (ВОССЛАВИТИ, ВОСХВАЛИТИСЯ), хотя во втором слове субъект тождественен объекту речи, и поэтому результат речевого воздействия противоположен предполагаемому: информация воспринимается как недостоверная, и адресат может приписывать объекту речи противоположную морально-этическую оценку. Такая динамика семной структуры глаголов речи соответствует традиционным психолингвистическим данным о том, что характер передаваемой информации (сообщение) определяется в значительной степени условиями речевого акта. И хотя в 8 словах, содержащих семы «цель речи» и «морально-этическая оценка объекта речи», есть семы, указывающие на информативность: «передача информации» (ВОПЪТИ, ВОССЛАВИТИ, ВОСПЪВАТИ, ВОСПЪТИ, ГУДИТИ), «недостоверность речевой информации» (ВОЗГЛАГОЛАТИ, имплицитно — ВОСХВАЛИТИСЯ), «информация, противоположная первоначально переданной» (ВЫГОВАРИВАТИСЯ), — сама сема «морально-этическая оценка объекта речи» скорее связана с эмотивной функцией, чем с коммуникативной, ведь в названных словах не эксплицировано тождество адресата и объекта речи (за исключением слова НАРУГАТИ, в котором присутствует сема «эмоциональное воздействие на адресата»).

Сема «передача информации» ни в одном двузначном глаголе не существует изолированно. Даже в синкретическом, на первый взгляд, чисто информационном глаголе НАПОВѢДАТИ она, хотя и присутствует в обоих значениях, но осознается как пресуппозиция, и доминирует сема «получение новой информации». Следовательно, этот глагол входит в два семантических поля: «интеллект» — «речь».

Из 34 слов с семей «цель речи» (не учитываются 8 слов с тандемом «цель речи + морально-этическая оценка субъекта речи») 8 слов имеют информационные семы: 6 слов — сему «достоверность информации» (ЗАРЕЧИ, ЗАРЕЩИ, ЗАРЕЧИСЯ, ЗАКЛИНАТИ, ЗАКЛЯТИ, ЗАКЛЯТИСЯ); одно слово имеет сему «передача информации» (ДОЛОЖИТИ); одно слово (ВОПИТИ) кроме семы «передача информации» имеет сему «доступность информации». Слов с семей «цель речи» в 2,2 раза больше, чем слов с семей «информативность»; сочетаемость семы «цель речи» почти в два раза универсальнее сочетаемости семы «информативность». Сема «цель речи» сочетается с 11 разными семами, и только три из них («речь как стимул речи», «акустика речи», «морально-этическая оценка объекта речи») встречаются вместе с семей «передача информации». Из остальных 8 сем надо исключить три, прямо характеризующие информативность («передача информации», «достоверность информации», «информация, противоположная первоначально переданной»). В результате оказывается, что сема «цель речи» малочастотно сочетается только с 5 семами, которые не встречаются совместно с семей «информативность»; но две из них («магическая функция», «эмоциональное воздействие на адресата») являются гипонимами семы «цель речи», а одна сема («материализация речи») незначима, так как выражает формальный признак. В 17 случаях из 54 (около 1/3) сема «цель речи» сочетается с семей «информативность». Лишь одна сема «характер отношений субъекта и объекта речи» встречается в одном слове с семей «передача информации», но ни разу — с семей «цель речи». Степень распространенности сем «цель речи» и «информативность» совершенно различна. И при самом строгом подходе, когда под информативностью понимается только передача информации и оценка достоверности информации; и при более общем подходе, когда под информативностью понимается «речь как стимул речи» (способ получения информации), «информация, противоположная первоначально переданной», а под целью речи — и «результат речевого воздействия», и «эмоциональное воздействие», и «магическая функция» речи, сема «цель речи» оказывается более распространенной (среднее соотношение слов, в которых встречаются две названные семы, — 2,6 : 1).

В однозначных глаголах число слов с семами «цель речи» и «информативность» одинаково (66). Если частота семы «информативность» коррелирует в однозначных и двузначных глаголах (1 : 3,5), то этого нельзя сказать о частоте семы «цель речи», ведь слов с этой семей должно быть как минимум 231. Возможно, причина низкой частотности кроется в способах представления семы в лексико-семантической структуре слова.

Сема «информативность» не сочетается ни с какими другими семами, т. е. встречается изолированно, в 25 однозначных глаголах. К ним относятся 10 глаголов с семей «передача информации»: ЗВѢСТИТИ, ЗВѢЩАТИ, НАРѢЧЬСТВОВАТИ, НАГЛАШАТИ, ВОЗВѢСТОВАТИ, ВОЗВѢЩЕВАТИ, ВОЗВѢЩАВАТИ, ВОСПРОПОВѢДОВАТИ, ВОЗЪЯВИТИ, ВОЗВѢСТИТИ — «сообщить, возвестить, поведать»; 8 глаголов с семей «недостоверность речевой информации»: ВОСКЛЕВЕТАТИ, НАЛГАТИ, НАКЛЕВЕТАТИ, НАЧМУТИТИ, ВЗЛЫГАТИСЯ, ВШИВИТИ — «распространять свои ложные представления, ложное учение», НАБЛЯСТИ — «наклеветать», НАВАЖДАТИ — «наговаривать на кого-либо, оговаривать кого-либо, клеветать на кого-либо»; 3 слова с семей «незначимость речевой информации»: НАПЛЕСТИ, ВРАТИ, ВЯКАТИ — «болтать, говорить попусту, говорить вздор»; 1 слово с семей «передача

информации в неполном объеме»: НЕДОМОЛВИТИ — «недоговаривать»; 2 слова с семой «информация, противоположная первоначально переданной»: ЗАПРЬТИСЯ, ВОСПРЕКОСЛОВИТИ; одно слово с семой «информация, переданная вопреки первоначальному запрету»: ВЫБОЛТАТИ.

Сема «цель речи» только в одном моносемичном глаголе встречается изолированно. Глагол ВЫКЛИКАТИ — «взывать, обращаться к кому-либо» выражает в большей степени апеллятивную, чем регулятивную функцию. В 25 случаях сема «цель речи» либо конкретизируется, либо сочетается с другими семами. Например, в слове ЗАМОЛЫТИ — «замолвить слово, попросить о прощении» присутствует цель речи морально-этического плана. В 8 словах: ВЗГОВАРИТИ, НАВАЖАТИ, НАКЛИКАТИ, НАМОЛВЛИВАТИ, НАМАЛВЛИВАТИ, НАУЧИВАТИ, НУКНУТИ, НЮКНУТИ — речь является стимулом действия. В 7 словах: ГОЛОСИТИ, ГЛАСНУТИ, ЗАВЫВАТИ, ЗАЗВАТИ, ЗАЗЫВАТИ, ВЫЗВАТИ, ВЗЫВАТИ — речь является стимулом конкретного действия: движения адресата по направлению к субъекту речи. А три слова: НАПРОСИТИСЯ, НАПРОШАТИСЯ, НАПРАШИВАТИСЯ — конверсивы по отношению к предшествующим семи, так как в них субъект речи C_1 стимулирует речь адресата $АД_1$, который становится субъектом C_2 и в свою очередь стимулирует движение $АД_2 = C_1$ по направлению к субъекту C_2 . В 6 словах присутствует сема «цель речи этикетного характера»: ВИТАТИ, ВОЗБЛАГОДАРИТИ, ЗДОРОВАТИ, ЗДОРОВАТИСЯ, ДОБРОДАРИТВОВАТИ, ДЯКОВАТИ. В остальных случаях сема «цель речи» сочетается с семами, характеризующими ситуацию общения, передаваемую информацию, морально-этическое содержание речи. Семы, характеризующие ситуацию, указывают на а) характер отношений субъекта и адресата речи (7 слов: ЗАПРАШИВАТИ, ЗАПРОШАТИ, ЗАПРАШАТИ, ВОЗВЕЛЪТИ, ВОСТРЕБОВАТИ, ЗАПОРУЧИТИ, ЗАКАЗОВАТИ, где названная вторая сема относится скорее к пресуппозиции; б) количество субъектов речи, но одновременно конкретизируется цель речи: это либо интеллектуальное воздействие (НАГАДАТИ — «посоветоваться»), либо морально-этическая оценка цели речи (ЗЛОСОВЪЩАТИ, ЗЪЛОСОВЪЩАТИ, ЗЛОСОВЪТОВАТИ — «совещаться, сговариваться с целью причинить зло кому-либо»). В 10 словах, где есть семы, указывающие на достоверность речевой информации, цель речи — вынудить адресата адекватно воспринимать речевую информацию. В конечном итоге, здесь цель речи направлена на саму речь, поэтому важно не содержание речи, а отношение к ней адресата. Поэтому слова: ЗАВЕЧАТИ, ЗАВЪЧИВАТИ, ЗАРЪКАТИСЯ, ЗАРЕЧИСЯ, ЗАРЕЧИСЯ, ЗАРЕКНОВАТИ, ВРЕЧИСЯ, ВРЕКАТИСЯ, ВООБЪЩАТИСЯ, ЗАКЛИНАТИСЯ — занимают, с точки зрения их лексико-семантической структуры, промежуточное положение между глаголами, характеризующими ситуацию, условия речевого акта, с одной стороны, и передаваемую информацию, с другой. Вероятно, к этой же группе глаголов относится слово ВЫСУЛИТИ — «добиться чего-либо путем обещаний, посулов», в целом обозначающее результат речи. В остальных четырех словах, где сема «цель речи» сочетается с семой «передача информации» (например, в слове НАПОВЪДЪТИ — «возвести, объявить, указать») игнорируется достоверность речевой информации. В трех из них (ДОГМАТИСАТИ — «проповедовать богослужение, догматы», ДОЛОЖИТИСЯ — «сообщить о своих намерениях», ДОКЛАДЫВАТИСЯ — «сообщить о своих намерениях, спрашивать разрешения») цель речи конкретизируется, а в последнем слове добавляется сема «речь как стимул речи», которая является своеобразным синтаксическим гипонимом семы «цель речи», не связанным с внеязыковыми аспектами плана содержания знака, а потому и малочастотным: существует всего лишь 9 однозначных глаголов с изолированной семой «речь как стимул речи»: ВЫСПРОСИТИ, СПРОСИТИ, ВЫСПРАШИВАТИ, СПРАШИВАТИ, ДОСПРАШИВАТИ, ДОСПРАШИВАТИСЯ, ДОПРАШИВАТИСЯ, ВОСПЫТАТИ, СПРАШАТИСЯ.

Семами «морально-этическая оценка» и «цель речи» обладают 10 слов: ЖУРИТИ, ГАЖДАТИ, ЗАХВАЛИТИ, ВОСХВАЛИТИ, ВОСХВАЛЯТИ, ВОСПОКАЯТИСЯ, ВОСПОКАЯТИСЯ, ВОСПОКАЯТИСЯ, ВЫСЛАВЛЯТИ, ВЫСЛАВЛИВАТИ. Сема «морально-этическая оценка» занимает третье место по частотности в однозначных глаголах речи. В самом широком смысле морально-этическая оценка не информативна, а эмотивна: эмоция субъекта — мотив, эмоция адресата — конечная цель морально-этической оценки, выраженной словом. Не случайно же существуют 3 слова (ЖАЛОБИТИ, ЖАЛОБИТИСЯ, ЖАЛОВАТИСЯ), в которых произошла диффузия сем «эмоциональное воздействие на адресата» и «морально-этическая оценка объекта речи», а также 12 слов с семей «морально-этическая оценка», в которых эксплицирована сема «эмоциональное воздействие на адресата»: ГАНБИТИ — «бранить, хулить», НАЛАЯТИ — «бранить, ругать», ВЫЛАЯТИ, ВЫБРАНИТИ, ВЗДРУГАТИСЯ, НАДСМЪВАТИСЯ, НАСМЪВАТИ, НАСМЪВАТИСЯ, НАСМИВАТИСЯ, НАСМЪХАТИСЯ, НАСМИХАТИСЯ, НАСМИСАТИСЯ; причем в последних семи глаголах характер эмоционального воздействия (положительное или отрицательное эмоциональное воздействие) определяется тождественностью / нетождественностью адресата и объекта речи и характером отношений субъекта и адресата речи. Почти половина слов с семей «морально-этическая оценка» (15 из 34) предполагает воздействие на адресата и поэтому имеет сему «цель речи» (5) или сему «передача информации» (5), или обе эти семы (5). В двух из первых пяти глаголов «морально-этическая оценка объекта речи» отрицательная (ЖУРИТИ, ГАЖДАТИ — «порицать, хулить, осуждать»), в трех — положительная (ЗАХВАЛИТИ, ВОСХВАЛИТИ, ВОСХВАЛЯТИ). В двух из последних пяти глаголов «морально-этическая оценка объекта речи» положительная (ВЫСЛАВЛЯТИ, ВЫСЛАВЛИВАТИ), а в трех, где субъект тождествен объекту речи, содержание не соответствует сообщению и морально-этическая оценка речи противоположна морально-этической оценке, выраженной в самой речи (ВОСПОКАЯТИСЯ, ВОСПОКАЯТИСЯ, ВОСПОКАЯТИСЯ).

Если отношения субъекта и объекта речи столь важны, что меняют морально-этическую оценку объекта речи, то импликационно жесткими являются и отношения объекта и адресата речи: во всех пяти словах, где есть отрицательная морально-этическая оценка речи, существующая в пресуппозиции, она сопровождается семей «передача информации» (в трех из них и семей «недоверие к речевой информации», а в одном еще и семей «непоследовательность речевой информации»). Предполагается, что информация передается без ведома объекта речи при ограниченном числе адресатов. Например, ДОРИЦАТИ — «обвинять, доносить» (единственное из пяти слов, где эксплицирована сема «морально-этическая оценка объекта речи»); ДОГЛАГОЛИВАТИ, ДОГЛАГОЛАТИ — «донести, сделать донос, оклеветать»; НАЯБЕДНИЧАТИ — «запутаться в ябедах, крюкотворстве». Только слово НАСОЧИТИ — «донести, объявить, сообщить» энантиосемично по признаку «ограничен / неограничен круг реципиентов».

Открытость лексико-семантической системы глаголов речи проявляется в том, что чисто психологическая необходимость отрицательных эмоций с одновременным осознанием их как аномалии, более глубокое и субъективно более длительное переживание их по сравнению с положительными отражается в организации семантического поля глаголов речи. Среди 34 глаголов, имеющих сему «морально-этическая оценка», 5 выражают положительную оценку объекта речи (ЗАХВАЛИТИ, ВОСХВАЛИТИ, ВОСХВАЛЯТИ, ВЫСЛАВЛЯТИ, ВЫСЛАВЛИВАТИ), 26 — отрицательную оценку. К последним относятся 7 глаголов группы НАДСМЪВАТИСЯ и слова: ГАЖДАТИ, ЖУРИТИ, НАЛАЯТИ, ВЫЛАЯТИ, ВЫБРАНИТИ, ВОСПОНОСИТИ, ВЗДРУГАТИСЯ, ВРЕДОСЛОВИТИ, ГАНБИТИ. В 10 словах отрицательно оценивается не объект речи, а сама речь: ЗЛОСЛАВИТИ, ЗЛОСЛОВЕСИТИ, ЗЪЛОСЛО-

ВЕСИТИ, ЗЛОСЛОВЕСОВАТИ, ЗЪЛОСЛОВЕСОВАТИ, ЗЛОСЛОВИТИ, ЗЛЪСЛОВИТИ, ЗЪЛЪСЛОВИТИ, ЗЛЪСЛОВЕСИТИ, ЗЪЛЪСЛОВЕСИТИ. Соотношение отрицательной и положительной оценочной информации равно 5,2 : 1. При этом не учитываются три глагола, в которых морально-этическая оценка речи противоположна морально-этической оценке, выраженной в речи (ВОСХВАЛИТИСЯ, ВСПОКАЯТИСЯ, ВОСПОКАЯТИСЯ). К основной лексике морально-этической оценки не относятся и 12 глаголов, в которых над оценкой превалирует эмотивная функция (ЖАЛОБИТИ, ЖАЛОБИТИСЯ, ЖАЛОВАТИСЯ) или сема «цель речи» (ЗЛОСОВѢТОВАТИ, ЗЛОСОВѢЩАТИ, ЗЪЛОСОВѢЩАТИ), присутствует только этическая оценка информации, содержащейся в речи (ЗЛОВѢСТВОВАТИ — «приносить плохую весть»); морально-этическая оценка объекта речи относится к пресуппозиции, возникающей благодаря эксплицированию сем, называющих условия речевого акта (НАСОЧИТИ, НАЯБЕДНИЧАТИ); по той же причине морально-этическая оценка воспринимается как неадекватная (ДОРИЦАТИ, ДОГЛАГОЛАТИ, ДОГЛАГОЛИВАТИ). Наиболее существенную роль в снятии семы «морально-этическая оценка объекта речи» играет сема «недостоверность речевой информации», которая рождает новую пресуппозицию: «морально-этическая оценка содержания (= субъекта) речи». Если учесть и 12 названных глаголов, то картина соотношения отрицательной и положительной оценочной информации окажется еще более удручающей (7,6 : 1), и остается уповать лишь на несоответствие частотности единиц кода и текста.

Список 1

I	II	III	IV	V
Общее число глаголов	61	263	1:4	
Цель речи	42	66	1:1,5	+
Речь как стимул речи	18	13	1,5:1	+
Информативность (в сумме)	19	66	1:3,5	
Передача информации	8	37	1:4,5	+
Достоверность информации	9	27	1:3	+
Информация, противоположная первоначально переданной	2	1	2:1	
Морально-этическая оценка объекта речи	12	34	1:2,5	+
Материализация речи	8	12	1:1,5	+
Акустика речи	7	27	1:3,9	+
Характер отношений субъекта и адресата речи	5	7	1:1,4	
Результат речи	5	9	1:1,8	+
Ситуация общения	4	6	1:1,5	
Номинатив	4	12	1:3	
Эмоциональное воздействие на адресата	4	19	1:4,8	+
Сумма субъектов речи	2	13	1:6,5	
Эмоциональное состояние субъекта речи	1	3	1:3	

Примечание. В столбце I названы семы, общие для однозначных и двужаных глаголов речи. В столбце II указано число двужаных глаголов, в которых встречаются эти семы. В столбце III указано число однозначных глаголов, в которых встречаются эти семы. В столбце IV указана относительная коррелятивная частота встречаемости данной семы в двужаных и однозначных глаголах речи (при этом следует учитывать, что нормой является отношение 1:4). В столбце V знаком + помечены те семы, которые есть и в семантико-синкретических глаголах речи (кроме того, см. список 2).

1. Семы, которые присутствуют в семиотико-синкретических глаголах речи: речь как стимул действия, интенсивность речевого воздействия, интеллектуальное воздействие на адресата, продолжительность речи.

2. Семы, которые есть только у двузначных глаголов речи: номинация, магическая функция.

3. Семы, которые есть только у однозначных глаголов речи: речь как стимул действия, цель речи этикетного характера, значимость речевой информации, этическая оценка речи, объем речи, объект речи, решение интеллектуальной задачи (как цель речи), интенсивность воздействия на адресата, сумма адресатов речи, фаза речи.

Частота совместной встречаемости сем в двузначных глаголах речи: цель речи + речь как стимул речи (10 слов); цель речи + достоверность речевой информации (9); цель речи + морально-этическая оценка объекта речи (8); цель речи + передача информации (7); цель речи + акустика речи (6); речь как стимул речи + характер отношений субъекта и адресата речи (5); передача информации + морально-этическая оценка объекта речи (5); цель речи + материализация речи (4); цель речи + эмоциональное воздействие на адресата (4); речь как стимул речи + ситуация общения (4); цель речи + + номинация (3); акустика речи + передача информации (2); цель речи + магическая функция (1); цель речи + информация, противоположная первоначально переданной (1); цель речи + характер отношений субъекта и адресата речи (1); номинация + + материализация (1); акустика речи + эмоциональное состояние субъекта речи (1); акустика речи + морально-этическая оценка объекта речи (1); речь как стимул речи + результат речи (1); речь как стимул речи + передача информации (1); передача информации + характер отношений субъекта и объекта речи (1).

Л. А. КОЗЛОВСКАЯ

ПОЛИТЕМАТИЧНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ

Коммуникативно-прагматическая специфика речевого общения обусловила интерес специалистов к такому характерному его свойству, как политематичность (или тематическая полифония). При этом наряду с менее существенными называются две основные причины данного явления¹: включение в основную тему разговора (чаще не связанную с конситуацией) тем, обусловленных данной конситуацией; непринужденность, неофициальность общения, при котором каждый из собеседников в большей степени занят собственной темой, нежели предлагаемой собеседником.

С теоретической точки зрения представляется существенным заметить, что конкретная ситуация (конситуация) относится к невербальным компонентам коммуникативного акта и формально ограничивается координатами «я — ты — здесь — сейчас». Типологически рассматриваемое понятие характеризуется многообразием проявлений и его существенность, как правило, определяется наличием или отсутствием связи с содержанием речи. Не характерна опора на ситуацию, за редким исключением, например, для публичной речи. Вместе с тем это неременный признак непринужденного устного общения, когда в разговор могут вклиниваться реплики, скажем, о погоде, окружающих предметах, особенностях внешнего вида собеседников и многом другом, что может оказаться в поле их зрения. Забегая вперед, отметим, что при кажущейся незначительности и даже «сорности» такого рода реплики в определенных условиях могут существенно влиять как на характер, так и на результаты беседы. Конситуативность темы соответственно определяется наличием опоры на ситуативные элементы данного коммуникативного акта.

Существенным моментом, связанным с проблемой политематичности, является характер реакции собеседника на введение новой темы, который определяется множеством факторов, в частности, социально-личностного плана (позиции коммуникантов относительно друг друга, коммуникативные намерения, цели и мотивы, характер ситуации, правила обще-