

## ЛИТЕРАТУРА

1. Палкова, А. В. Основные понятия электронной лексикографии / А. В. Палкова // Вестн. ТвГУ. Сер. Филология. – 2015. – № 4. – С. 88–93.
2. Чепик, Е. Ю. Компьютерная лексикография как одно из направлений современной прикладной лингвистики / Е. Ю. Чепик // Учен. зап. Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского. – 2006. – Т. 19. – № 3. – С. 274–279.
3. Березовская, Е. А. Современная лексикография: возможности электронных словарей / Е. А. Березовская, Е. В. Сухова // Русский язык: человек, культура, коммуникация: сб. материалов Междунар. науч. конф., 15–16 апреля 2014 г., г. Екатеринбург. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – С. 179–183.
4. Успенский, Л. Слово о словах / Л. Успенский // Звезда. – 1955. – № 1. – С. 27–32.
5. Обратный словарь русского языка: около 29 000 слов. – СПб. : Авалон; Азбука-классика, 2007. – 416 с.
6. Еськов, Н. Что такое «обратный словарь»? / Н. Еськов. – Наука и жизнь. – 1969. – № 12. – С. 112–116.
7. Лейкинд, Ю. Что такое CYGWIN? / Ю. Лейкинд [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nestor.minsk.by/kg/2001/04/kg10410.html>. – Дата доступа : 11.10.2018.
8. Испанско-русский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://diccionario.ru/diccionario-inverso-del-espanol/A#ixzz5f0q8LLtR>. – Дата доступа : 15.10.2018.
9. Козьмина, Е. Л. Обратные словари. Принципы их создания и использования : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. Л. Козьмина. – М., 1988. – 20 с.

The article deals with the linguistic problems which may be solved with the help of reverse dictionaries. The paper provides the main aspects and stages of the algorithmic model developing for a Russian Text reverse dictionary based on the computer program Cygwin. The author analyses the results of the developed computer model.

*Поступила в редакцию 22.11.2018*

**Е. М. Яркова**

### ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ В ИССЛЕДОВАНИИ БИЛИНГВАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ СТИЛИСТИЧЕСКИ МАРКИРОВАННЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В МУЛЬТИМЕДИЙНОМ КОНТЕКСТЕ

В статье рассматриваются проблемы билингвального восприятия стилистически маркированных лексических единиц в текстах новостных выпусков и газетных статей. Известно, что при достаточно высоком уровне владения языком существенным фактором понимания являются фоновые знания. Особую роль в исследовании устной и письменной речи играет психолингвистический эксперимент.

Глобализация современного мира диктует необходимость расширения языковых контактов во многих социальных сферах, от предлагаемых университетами разных стран образовательных программ до узкоспециализированной и разнообразной тематики общения. Нахождение в иноязычной среде порождает неуверенность, которая часто подкрепляется невозможностью понять реплики персонажей фильма или диктора при просмотре новостного выпуска. Возникает вопрос о том, как способствовать скорейшей адаптации человека к реалиям повседневной жизни.

Все чаще современные исследователи проводят эксперименты по восприятию речи в ее естественном проявлении. В фокусе исследований оказываются проблемы разграничения речевых сегментов и, следовательно, взаимного влияния звуков на стыках слов, изменения согласных и редукции гласных звуков в спонтанной речи с учетом акцентуации. Однако безошибочное повторение не значит понимание услышанного, и наоборот. В любом иноязычном тексте содержится определенное количество незнакомых слов для слушающего или читающего. Носитель языка также может не знать значение слова, которое редко употребляется и его частотность в речи не велика. Частотность лексики можно проверить по корпусным словарям. Как же измерить тот предел владения иноязычной лексикой, при котором становится возможным понимание текста?

Ответ на вопрос о необходимом для понимания текста количестве слов в перцептивном словаре билингва зависит не от установления определенного лексического порога, а, скорее, от желаемой степени понимания: 100 % лексического охвата обеспечивает почти стопроцентное понимание. Отмечено, что, как у носителей языка, так и у изучающих его в качестве второго, 98 % лексического охвата также обеспечивает достаточно высокий уровень понимания и является более предпочтительным по сравнению с более низким. Предположительно, что 95-процентный охват является оптимальным в условиях субординативного двуязычия при восприятии текста разговорного повествования, поскольку обеспечивает достаточно высокий уровень понимания и позволяет избегать вариативности, характерной для 90 % охвата. Это сужает количество гнезд слов, необходимых для слухового восприятия, с 6 000 – 7 000 при 98-процентном охвате до приблизительно 2 000 – 3 000 (95 % охвата). Оказалось, что даже 90 % лексического охвата позволяет понять разговорное повествование. Для этого необходимо знать 750 гнезд слов (1 500 отдельных слов). Таким образом, для того чтобы билингв мог понимать речь на слух, ему необходимо знать от 750 до 2 000 гнезд иноязычных слов.

Чтобы ответить на вопрос о том, какой же лексический охват необходим для слухового восприятия иноязычной речи, был проведен эксперимент с расширением контекста при помощи добавления несуществующих слов (Van Zeeland H., Schmitt N.). Аутентичные тексты содержали приблизительно 5 % слов, превышающих диапазон 2 000 гнезд слов. Данное исследование проводилось на материале разговорного повествования, которое считается

более простым для восприятия по сравнению с другими видами дискурса (например, дидактическим). В связи с тем, что более ранние исследования проводились на материале других типов дискурса, то необходимый для понимания текстов лексический охват мог быть выше и составлять 98 % [1].

В 2011 г. был проведен эксперимент по восприятию письменных текстов академических лекций (дидактический дискурс), целью которого было определить наличие фоновых знаний испытуемых для понимания текстовой информации. В результате было выявлено, что фоновые знания способствуют пониманию письменного текста, но с лексическим охватом в 94 % и выше (Schmitt et al.). Таким образом, при исследовании восприятия текста необходимо учитывать роль таких факторов, как тип дискурса, лексический охват и фоновые знания испытуемых.

К особенностям восприятия медийного дискурса можно отнести большое количество маркированной лексики (метафор, идиом, фразовых глаголов и т.п.), что, несомненно, затрудняет понимание новостных выпусков. В настоящее время ведется дискуссия о том, включены ли они в перцептивный словарь билингва в качестве самостоятельных структур (Санкт-Петербургская школа).

В современных исследованиях восприятия метафор используют технику, называемую MIP (the Metaphor Identification Procedure) ‘процедура идентификации метафор’. Метафора определяется как структура, в которой определенная лексическая единица имеет отличное от основного и уже существующего более современное значение в другом контексте. Решение о том, является ли эта лексическая единица метафорой, принимается при сопоставлении контекстуального значения с основным современным значением.

Еще одна техника – VIP (the Vehicle Identification Procedure) ‘процедура идентификации носителя (источника)’ – была предложена в 2003 г. Л. Кэмерон. В отличие от техники MIP, которая основана на особенностях лексических единиц и применима только к метафорам, VIP используется в отрезках речи любой протяженности в том случае, когда наблюдается расхождение свойственного ему значения с контекстом.

В университете г. Бирмингем было проведено исследование трудностей восприятия устных текстов лекций среди иноязычных студентов. Для участия в образовательном проекте они сдали экзамен на уровень владения английским языком (IELTS) и продемонстрировали результат от 5,5 до 6,5 балла (при минимуме 5,0).

Основная цель эксперимента состояла в том, чтобы высчитать пропорциональное соотношение метафор и лексических единиц, вызывающих трудности понимания, а также установить: были эти сложности связаны с метафоричностью высказываний либо с незнанием значений входящих в их состав лексем. Другой целью эксперимента было объяснить причины непонимания. На заключительном его этапе определялась также степень непонимания, поскольку в некоторых случаях это непонимание информантами не осознавалось.

На первом этапе эксперимента информанты читали стенограмму лекции два раза. При первом прочтении они смотрели и слушали видеозапись лекции и подчеркивали в стенограмме любые вызывающие трудности слова и словосочетания; при втором – в подчеркнутых местах выделяли маркером незнакомые лексические единицы. Это было необходимо для того, чтобы исключить трудности восприятия, обусловленные незнанием лексических единиц, и противопоставить их проблемам, вызванным метафорическим использованием знакомых единиц. Затем каждая лексическая единица, вызвавшая сложность восприятия, была подвергнута анализу на наличие метафоричности, а в некоторых случаях метафоричность устанавливалась при помощи ранее описанной процедуры MIP. Далее среди лексических единиц, вызывающих у информантов трудности, определялось количество метафор и высчитывалось пропорциональное соотношение M/P (Metaphor/Problematic item) ‘метафора/трудность понимания’. Для каждого информанта был высчитан средний показатель соотношения метафор и вызывающих трудности лексических единиц, а затем общий показатель был определен для каждой лекции. После завершения подсчетов для каждой лекции был рассчитан средний показатель соотношения M/P каждого информанта по всем лекциям.

В экономическом контексте пропорция метафор составила 57,5 % при наличии 4-х информантов. В медийном контексте пропорция метафор составила 45,4 % у 12 информантов. По всем лекциям показатель M/P составил 42 %.

На втором этапе эксперимента информантам предлагалось письменно объяснить значение предварительно выбранных в стенограммах метафор, которые сопровождалось небольшим контекстом. В стенограмме каждой лекции было отобрано по 38 метафор. Необходимо было выяснить, какой процент лексических единиц, состоящих из известных информантам слов и относящихся к метафорам, вызывал трудности в понимании текста. Далее предстояло установить то, были ли эти трудности вызваны просто незнанием составляющих слов, либо непониманием метафоричности. В ходе анализа результатов обнаружено, что в лекциях по экономике 23,1 % слов из вызывающих трудности словосочетаний были знакомы информантам; в лекциях по массмедиа таких оказалось 8,7 %. В экономических лекциях пропорциональное количество метафор среди лексических единиц, вызывающих у информантов трудности, несмотря на знание составляющих эти единицы слов, составило 73,2 %, в лекциях по массмедиа – 46,5 %. Это превысило количество метафор в других исследуемых типах контекста.

В ходе третьего этапа эксперимента было необходимо определить то, какие трудности понимания испытывают информанты. Для этого им предлагалось объяснить контекстуальное значение метафор. В результате было выделено 8 причин неправильного понимания:

- ошибки категоризации вследствие незнания истинного значения (e.g. *to get beyond* ‘выйти за предел’ объяснено как *take off* ‘отправиться, взлететь’);
- игнорирование (e.g. *gene pool* ‘генофонд’ не было объяснено информантами);

- ошибки, обусловленные морфологией (на грамматическом уровне), вследствие анализа отдельных компонентов сложносоставных слов (e.g. *foolproof* ‘антивандальный’ объяснено как *stupid evidence* ‘глупое доказательство’);

- ошибки, обусловленные неправильной смысловой отнесенностью и недостаточной погруженностью в контекст (e.g. *uniform level* ‘общепринятое’ интерпретировано как *common way of speaking* ‘распространенный способ общения’);

- слишком близкая к источнику интерпретация лексической единицы (e.g. *I should confess* ‘Я должен признаться’ интерпретировано как ‘Я хочу сказать что-то секретное’);

- непонимание метафоричности лексической единицы (e.g. *have worked on you* ‘поработал над тобой’ интерпретировано как *interrupted your life* ‘вмешался в твою жизнь’);

- неправильная, но часто встречающаяся интерпретация (e.g. *some point over the next week* ‘определенный важный раздел на следующей неделе’ интерпретировано как *some interesting subject over the next week* ‘определенная интересная тема/предмет на следующей неделе’);

- неправильная, не часто встречающаяся интерпретация (e.g. *stem from* ‘основываться на чем-либо, происходить от’ интерпретировано как *seem clearly different from* ‘казаться явно отличным от’);

- избыточная конкретизация/недостаточная генерализация (e.g. *social network* ‘социальная сеть’ интерпретировано как *social conversations* ‘общественные обсуждения’);

- избыточная генерализация/недостаточная конкретизация (e.g. *to confess* ‘исповедоваться’ интерпретировано как *to say* ‘говорить’).

В экономических лекциях большой процент ошибок был связан с близкой к источнику интерпретацией лексической единицы (26,2 %) и избыточной генерализацией (45,2 %). Подобная ситуация наблюдалась и в лекциях по массмедиа, где среди допущенных информантами ошибок слишком близкая к источнику интерпретация составила 13,5 %, а избыточная генерализация – 30,9 %. Эти показатели превышают аналогичные в других лекциях.

На заключительном этапе эксперимента необходимо было определить то, в какой степени информанты осознавали свои ошибки. Для этого пришлось возвратиться к этапу эксперимента, когда информанты должны были объяснить значение лексических единиц, отобранных из стенограммы. Был составлен список метафор, которым информанты дали объяснение, хотя и не вполне приемлемое. Далее было выявлено, какие из них совпали с выделенными на первом этапе эксперимента лексическими единицами, вызвавшими трудности в их понимании. В этом случае информанты осознавали свои ошибки, хотя и не всегда понимая метафоричность высказывания. В случаях несовпадения было очевидно то, что информанты не осознавали свои ошибки.

В итоге большое количество лексических единиц (41–42 %), которые информанты классифицировали как трудные для понимания, несмотря на знание составляющих их слов, оказались метафорами. Эти случаи представляют собой проблему в процессе обучения студентов, для которых английский язык не является родным. В целом информанты не смогли дать приемлемое объяснение приблизительно 26 % отобранных из стенограммы метафор, что осознавалось ими только в 4 % случаев [2].

Мы проанализировали понимание студентами 4 курса смысла заголовков рубрик и статей новостных выпусков агентства CNN с целью выявить типичные трудности, возникающие при слуховом восприятии медийного текста, и определить способы их устранения. В ходе анализа также попытались выяснить, какое влияние оказывает контекст на понимание сообщения, т.е. насколько способствует пониманию так называемая «предсказательная сила» контекста. К распространенным трудностям восприятия можно отнести непонимание стилистически маркированных лексических единиц и отсутствие фоновых знаний.

Например, фраза *The 'Viking thunder clap' heads to Russia 2018* была осмыслена с большой долей обобщения. Ассоциации студентов были связаны с чемпионатом мира по футболу в России, однако смысл синтагмы понят не был. При обращении к Интернету выяснилось, что, аплодируя стоя, высоко подняв руки, исландские болельщики приветствовали свою команду в 2016 году. Этот жест переняли болельщики и других футбольных команд. Трудность понимания обусловлена еще и игрой слов, поскольку, кроме части сложносоставного слова *thunder clap* 'раскат грома', *clap* означает 'хлопок'. Интересно и то, что слово *Viking* присутствует в названии футбольной команды США: *the Minnesota Vikings*, которая, к сожалению, не прошла квалификацию. Напротив, команда такой маленькой страны, как Исландия, сумела пройти квалификацию и отправиться в Россию, чему и была посвящена статья.

Восприятие письменного текста существенно отличается от устного тем, что в случае непонимания человек может вернуться назад и перечитать фрагмент, вызвавший трудности. В ходе ассоциативного эксперимента, целью которого было выделить типичные трудности в понимании иноязычного текста и выяснить способы их устранения информантами, мы проанализировали особенности понимания студентами 4 курса статей экономической, политической, туристической и PR-направленности.

Уже сами заголовки печатных изданий часто вызывают трудности в их понимании. Например, статья о Китае в газете «Financial Times» озаглавлена *Chinese puzzles* 'Загадки Китая' и ее тематика не вполне понятна, поскольку Китай действительно таит в себе много неразгаданного. Обычно смысл заголовка раскрывается в первых абзацах статьи. В текстах экономической тематики встречается большое количество метафор: иногда не менее трех в одном абзаце. Смысл большинства из них угадывается по соответствиям в родном языке информантов, хотя сочетаемость лексических единиц в языках не совпадает.

*Since outsiders first visited, studied and traded with China, they have divided into two schools. First, there are those who believe that **around every corner lies another Chinese triumph**. For them China is and always will be **the cradle of human civilization and source of all prosperity**.*

Например, фраза *around every corner lies another Chinese triumph* ‘за каждым углом лежит китайский триумф’ не вполне совпадает с выражениями *встречаться на каждом шагу* либо *скрываться за каждым углом*, распространенными в русском языке. Тем не менее, ассоциация со значением ‘повсеместно’ возникла у большинства русскоязычных информантов, что нивелирует вариативные различия. Однако сочетаемость имен существительных *триумф, победа, успехи* с выражением *встречаться на каждом шагу* не часто употребляется в русском языке.

В следующем фрагменте также встречаются метафоры, значение которых легко угадывается благодаря наличию соответствий в родном языке.

*Then there are those who believe **China is camped on the slopes of a volcano, which is likely at any moment to blow its top**. While surprised that this has not happened already, their **seismological expectation** is that **the explosion cannot be long delayed**.*

Метафора *сидеть на пороховой бочке* в русском языке имеет соответствие в англоязычном варианте ‘*Китай разбил лагерь на склоне вулкана*’. И если в русском варианте естественным продолжением становится глагол *взрываться (о пороховой бочке)*, то в английском варианте *извергаться (о вулкане)*. Аллюзия на сейсмически неблагоприятный прогноз может быть не совсем понятна носителю языка. Однако общая для обоих языков ассоциация со взрывом позволяет понять смысл абзаца.

Понимание смысла следующего абзаца вызывает существенные затруднения у русскоязычных информантов, поскольку метафора *to clap eyes on something* в дословном переводе звучит как ‘хлопать глазами’ и вызывает ассоциативное сходство с глаголом *удивляться*.

*China exports as much in a day now as it did in a year when I first **clapped eyes on it** in 1979.*

На самом деле эта метафора означает ‘увидеть, заметить’. Русскоязычные информанты чаще всего затрудняются дать какую-либо интерпретацию данному фрагменту предложения. Несколько информантов ассоциировали глагол *to clap* ‘хлопать’ с существующей в русском языке метафорой *хлопать глазами*, что означает ‘удивляться’. Данная погрешность является коммуникативно релевантной, поскольку затрудняет понимание текста в целом.

Заголовок статьи *Cyprus and a dog that did not bark* ‘Кипр и собака, которая не лаяла’ представляет собой с грамматической точки зрения назывное предложение, однако его смысл не понятен, поскольку имена существительные *Cyprus* ‘Кипр’ и *dog* ‘собака’ не совместимы по смыслу. В таких случаях, как правило, требуется подзаголовок, например, *The curious incident of the market during the latest crisis* ‘Любопытное происшествие, случившееся с рынком во время последнего кризиса’.

В тексте статьи встречаются метафоры и аллюзии, которые не совсем понятны тому, кто перед просмотром газеты не перечитывал произведения Артура Конан-Дойля о знаменитом сыщике Шерлоке Холмсе.

*One lesson is that systemic risk is, at least in part, in the eye of the beholder. If markets are quiet, like Sherlock Holmes's dog, they must be finding some crumbs of comfort in the situation.*

В первом случае читающий должен знать смысл выражения *Beauty is in the eye of the beholder* 'красота в глазах смотрящего', что в русском эквиваленте означает 'каждый понимает (видит) по-своему'. Во втором случае стабильная ситуация на рынке сравнивается со спокойствием собаки Шерлока Холмса. Для понимания данной фразы необходимо владеть фоновыми знаниями в области английской литературы. Смысл сочетания слов *crumbs of comfort* 'крошки спокойствия' угадывается из контекста и может быть интерпретирован как 'немного спокойствия (успокоения)'.

Заголовок статьи *Sexual Politics* 'Сексуальная политика' можно интерпретировать как 'гендерная политика', т.е. политика государства в области равенства полов. В заголовке присутствует игра слов, что несколько затрудняет понимание смысла. Несмотря на то, что смысл статьи становится понятным уже после прочтения первого абзаца текста, ряд метафор требует комментариев.

*Awaking giddy from the euphoria of Barack Obama's acceptance of his party's nomination the night before, I turned on CNN to find John McCain announcing he had chosen a woman – an unknown Alaska governor and mother of five – as his running mate: Sara Palin. "Obama's just won the election", I called to my still-slumbering companion. Five minutes later, having taken in Palin's cocky moxie and Wonder Woman veneer, I shouted: "Get up! You've got to see this woman. Maybe Mc Cain will win!"*

Радость от победы на выборах сравнивается с эйфорией. Аллюзия на ощущения от похмелья создается уже в самом начале абзаца фразой *awaking giddy from the euphoria*. Намек на любимые американцами комиксы присутствует в той части абзаца, где Сэра Полин сравнивается с Чудо-женщиной. Современная трактовка данной метафоры как 'женщина, способная совмещать обязанности по дому с успешной профессиональной карьерой' не была знакома большинству информантов. Дополнительную трудность понимания составили лексические единицы с низкой частотностью: имя прилагательное *cocky* 'дерзкий, напористый', имена существительные *moxie* 'пробивная сила' и *veneer* 'облицье'. Многие информанты затруднялись интерпретировать сочетание *running mate* 'кандидат на пост вице-президента', относящееся к специальной политической терминологии.

Несомненно, понимание данной статьи предполагает наличие фоновых знаний как в области политики, так и общекультурных. Например, фраза *Nora Ephron accused Clinton of having as much authenticity as Naugahyde* предполагает знание того, кто такая Нора Эфрон и что такое *Naugahyde*. При поиске в Интернете была найдена информация о том, что *Naugahyde* является производителем искусственной кожи. Нора Эфрон – известный американский кинорежиссер, сценарист. Русскоязычная аудитория знакома с этим именем в связи с фильмами «Неспящие в Сиэтле», «Как Гарри встретил Сэлли». Только теперь становится понятно то, что в этой фразе Хиллари Клинтон обвиняют в неискренности.

В заголовке *Couture politics* ‘Высокая политика’ присутствует аллюзия на часто употребляемое сочетание *haute couture* ‘высокая мода’. Тематика статьи становится понятной после прочтения первого абзаца, в котором присутствует аллюзия на мир животных.

*In the animal world, the male is usually the fancy dresser. But in the masculine jungle of global politics, it is the first lady who has to seduce a fickle public on behalf of her dully plumaged partner.*

Первое лицо государства названо ‘партнером с бледным оперением’, а первая леди должна ‘соблазнять слабую общественность’.

Заголовок *Survival strategies* ‘Стратегии выживания’ вызывает ассоциации с выживанием людей в трудных условиях. И, тем не менее, назывное предложение не дает полной картины того, что представляет собой содержание данной статьи. Читатель может получить представление о нем после прочтения подзаголовка *Landscape Dungeness on the English coast is as rich as it is remote* ‘Пейзаж местечка Дандженесс на английском побережье настолько разнообразен, насколько удален от цивилизации’.

В тексте присутствует аллюзия на стиль художника прошлого века Хита Робинсона, получившего известность благодаря юмористическим рисункам, в которых присутствуют необычные механические конструкции.

*This working landscape has some fabulously Heath Robinson-style touches; on one visit I admired the ingenuity of a fishing boat slipway made out of redundant central heating radiators.*

Нами отмечено, что уровень понимания метафор в большей степени связан с вызываемыми метафорами универсальными (общими), а не индивидуальными (субъективными) ассоциациями; и не только с наличием или отсутствием прямых соответствий этим метафорам в языке информантов, как отмечалось в ранее проведенных исследованиях. При сходстве универсальных ассоциаций смысл метафоры изучаемого языка угадывается уже на уровне формирования концептов. Предположительно, именно концепты, а не сами стилистически маркированные единицы, могут входить в ментальный лексикон билингва.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Van Zeeland, H. Lexical coverage in L1 and L2 listening comprehension / Zeeland H. van, N. Schmitt // Applied Linguistics. – 2013. – Vol. 34. – P. 474–479.*
2. *Littlemore, J. Difficulties in metaphor comprehension faced by international students whose first language is not English / J. Littlemore, P. T. Chen, A. Koester, J. Barnden // Applied Linguistics. – 2011. – Vol. 4. – P. 408–429.*

The article deals with problems of bilingual comprehension of stylistically marked lexical units in newscasts and newspaper articles. It is known that at higher levels of language command the role of background information should be emphasized. Psycholinguistic experiment adds to the research into oral and written speech.

*Поступила в редакцию 13.11.2018*