

УДК 81`23

**НЕОДНОЗНАЧНОЕ СЛОВО
В МЕНТАЛЬНОМ ЛЕКСИКОНЕ БИЛИНГВА**
(разведывательный эксперимент)

В.М. Беяева

Тверской государственной университет, Тверь

Статья посвящена обсуждению результатов пилотного эксперимента, целью которого было обобщить предварительные наблюдения, а также выявить некоторые особенности восприятия неоднозначных слов. В статье рассматривается корреляция частотности значения слова с субъективными переживаниями значения как «знакомого» носителями учебного билингвизма.

Ключевые слова: *неоднозначность, частотность, психолингвистический эксперимент, билингвизм.*

Восприятие неоднозначного слова, выбор нужного значения происходит под влиянием таких факторов, как наличие или отсутствие контекста, а также частотности слова и его значений. В психолингвистике данные факторы объединяются термином «лексические свойства слова» (lexical quality) [9: 311]. Согласно гипотезе лексических свойств (lexical quality hypothesis) [7], неоднозначные слова наряду с омографами и омофонами относятся к словам с низким уровнем проявления лексических свойств (lower lexical quality), вследствие чего понимание текста осложняется. В [9] указывается, что это происходит в силу того, что нет однозначного соответствия между графической формой слова и его значением. Несмотря на то, что при чтении текста, содержащего неоднозначное слово, могут актуализироваться все известные значения, те, что являются менее частотными по сравнению с остальными, подвергаются «риску» быть «неузнанными». Происходит это вне зависимости от того, насколько однозначным является предоставленный контекст.

Идентифицируемость или опознаваемость неоднозначного слова, выбор нужного значения («functional identifiability») [9: 311] зависит не только от степени выраженности лексических свойств слова, но и от того, кто воспринимает данное слово, насколько это квалифицированный пользователь языка, обширен ли его словарный запас. Сюда же относятся такие факторы, как образование, возраст, пол и т.д.

Говоря об изучении иностранного языка (далее – ИЯ) и восприятии слов неродного языка, следует также учитывать особенности идентификации, присущие билингам. Существует множество исследований, направленных на выявление особенностей восприятия слов и процесса изучения новых слов иностранного языка как одного из аспектов обучения [6, 8, 9]. Исследования показывают, что при восприятии слова ИЯ билингом активными являются оба языка [5], вследствие чего доступ к образам и ассоциациям, возникающим в процессе восприятия слова ИЯ, может реализоваться средствами обоих языков (родного и иностранного), что может как затруднить понимание значения слова (имеет место межъязыковая интерференция), так и облегчить его (происходит положительный перенос).

Значения многозначного слова являются в разной степени актуальными для носителя языка и изучающего этот язык как иностранный. Это подтверждается данными двуязычных словарей. Словарь [12] включает обширный многоязычный корпус слов, отобранных в результате обследования различных источников – газет, книг, журналов, учебных программ и ситуаций повседневного общения. Анализ указанных источников позволяет составителям словаря предоставить информацию о том, какое значение слова является наиболее частотным в аутентичных и учебных контекстах, предназначенных для изучающих английский язык как иностранный. Сравнение двух направлений перевода убедило нас в том, что наиболее частотным может оказаться то значение слова, которое не будет самым распространённым в русско-английской версии словаря. Например, в англо-английском словаре у слова *monitor* в качестве наиболее часто встречающегося указано значение ‘a person who has the job of watching or noticing particular things, for example: United Nations monitors were not allowed to enter the area’, тогда как в англо-русской версии словаря это значение находится на последнем месте в словарной статье, а самым актуальным является другое значение – ‘a screen that shows information or pictures, usually connected to a computer’ (монитор). Самое частотное значение слова *credit* согласно англо-английскому словарю – ‘praise, approval, honour’ (что соответствует русскому переводу «похвала», «заслуга», «одобрение», «доверие»). В англо-русской версии в качестве самого частотного указывается значение ‘кредит’. Следовательно, частота значений слова варьируется в зависимости от того, исследуется ли она на материале текстов, составленных для носителей языка или для условий обучения второму / иностранному языку.

Изложенные наблюдения были учтены нами при отборе стимульного материала для предъявления испытуемым (далее – Ии.) – носителям учебного билингвизма, участвующим в психолингвистическом эксперименте. В статье представлены данные, полученные в ходе пилотного эксперимента, цель которого заключалась в обобщении предварительных наблюдений и выявлении некоторых особенностей восприятия неоднозначных слов. Ии. предлагалось записать ассоциации, а также объяснить значение предъявленных стимулов – многозначных существительных в условиях отсутствия контекста. В эксперименте приняли участие 10 студентов 1 курса факультета иностранных языков и международной коммуникации Тверского государственного университета, изучающие английский язык в качестве специальности; они могут рассматриваться как искусственные билингвы, знакомые в той или иной степени с элементами иноязычной культуры. Малочисленность Ии. объясняется разведывательным характером эксперимента. Экспериментальный список включал 13 слов-стимулов, представлявших собой английские существительные-омонимы, которые были отобраны в результате анализа языковой практики студентов, а также статей форумов для изучающих иностранный язык. Двенадцать из тринадцати слов, представленных в эксперименте, входят в список первых 10000 самых частотных слов английского языка согласно [4]. Соответственно месту, которое они занимают в списке частотности, интересующие нас слова можно отнести к условно выделенным зонам. К высокочастотным относятся слова *will, air, change* и *bill*, к среднечастотным – *coat, credit, temple, band* и *ice*, к низкочастотным – *trunk, fan* и *fork*. Слово *monitor*, согласно дан-

ному источнику, не относится к списку первых 10000 самых частотных слов английского языка. Таким образом, данный стимул оказался вне пределов указанных зон.

Предварительно были проанализированы данные о частотности значений слов-стимулов согласно словарям, предназначенным для изучающих английский язык [10–15]. В результате анализа полученных данных было выяснено, что, частотным в большинстве случаев является только одно значение: *ice* – ‘лёд’; *bill* – ‘счёт’, редко ‘клюв’; *air* – ‘воздух’; *coat* – ‘пиджак’, ‘пальто’; *fork* – ‘вилка’. В некоторых случаях значения многозначного слова являются примерно в равной степени частотными, например: *will* в значениях ‘воля’, ‘желание’, ‘завещание’; *band* в значениях ‘тесьма’, ‘лента’, ‘музыкальная группа’. Анализ полученных от Ии. ассоциаций позволяет утверждать, что в ходе эксперимента были опознаны наиболее частотные значения слов-стимулов (см. таблицу).

Таблица

Слово	Самое частотное значение согласно данным обследованных словарей	Количество Ии.
air	воздух	8
change	изменение	9
credit	кредит	10
fork	вилка	7
ice	лёд	10

В эксперименте подтвердился факт корреляции частотности как лингвистической характеристики слова с субъективной частотностью, переживаемой индивидом как «знакомость» («word familiarity» [10], «functional identifiability» [2]). Стимул AIR вызвал у Ии. ассоциации с самым частотным значением слова – ‘воздух’: *кислород, углекислый газ, жизнь, поток воздуха, окружающее пространство, свежий*. Тем не менее, следующие реакции Ии. свидетельствуют об актуализации других значений слова (‘взгляд’); попытке связать с ситуацией другой стихии (*акваланг*); обозначении способа беспроводной передачи информации (*эфир, радио*); использовании графического образа слова (*Jane Air*). На стимул WILL была получена следующая реакция – *имя ведьмы из мультика*, а стимул TEMPLE у одного из Ии. ассоциировался с *песней «Temple of gold» группы Camelot*. Данные реакции свидетельствуют о том, что для Ии. важным фактором является то, каким образом они могут связать слово-стимул с ранее изученным, пережитым, прочитанным, услышанным или увиденным. Иными словами, для Ии. имеет значение то, как воспринимаемое слово соотносится с тем опытом и знаниями, которыми владеют Ии. на момент восприятия.

Немаловажным фактором, определяющим полученные от Ии. ассоциации, явилась форма слова, в частности её созвучность, сходство со словами, которые являются знакомыми для Ии. В [1] отмечается вероятность того, что при идентификации слова, не имеющего орфографической репрезентации в ментальном лексиконе, происходит ошибочный доступ к слову, орфографическая репрезентация которого наиболее близка к графическому

образу визуального стимула, так называемая «графическая “подмена” стимула». Иначе говоря, актуализация слова, близкого стимулу по графической форме, приводит к тому, что идентифицируется не само предъявленное для опознания слово, а его «графический сосед» [там же]. В таком случае Ии. пользовались стратегией опоры на графическую репрезентацию слова. В качестве таких примеров из проведённого эксперимента можно привести следующие ответы Ии.: 1) *bill* (*bell*, *билль*), 2) *fan* (*fun*, *пан*, *фавн*, *тапа*), 3) *goat* (*coat*, *кот*), 4) *temple* (*темн* (4); *temper*) 5) *trunk* (*trick*, *манк*) 6) *fork* (*pork*, *folk*). В ходе постэкспериментального опроса Ии. признались, что ассоциации и дефиниции были даны ими «по ошибке», так как они «перепутали» слово-стимул со словом, имеющим похожую графическую форму. В ходе анализа материалов эксперимента у Ии. также была выявлена стратегия преодоления неоднозначности с опорой на фонетический образ слова [3]. В качестве примера приведём одну из дефиниций, предоставленных к стимулу TRUNK – *транквилизатор* (в данном случае, очевидно, что Ии. не знал(а) значения слова стимула, вследствие чего опирался(ась) исключительно на фонетическую форму слова, которая с ним созвучна). В рассмотренных случаях можно говорить о языковой догадке. В [5: 178] для обозначения этого процесса вводится термин «guesswork». Таким образом, в процессе идентификации значения слова, которое является для Ии. незнакомым, человек ищет наиболее подходящую «партию» – «the best fit» [там же], выбирая вариант, наиболее созвучный с предложенным стимулом. Данный вид реакции определяется как реакция по звукобуквенному комплексу в [1: 43].

Таким образом, согласно полученным данным, основными факторами, влияющими на реакции, полученные от Ии. в ходе эксперимента, являются частотность слова и его значений, «знакомость» и форма слова. Планируется увеличить количество Ии., провести масштабный эксперимент, чтобы изучить обнаруженные тенденции на более разнообразном и обширном материале.

Список литературы

1. Жолтикова М.А. Идентификация аббревиатур компьютерной сферы // Вестник Тверского государственного университета. Серия Филология. 2013. № 24. Вып. 5. С. 293–297.
2. Золотова Н.О. Ядро ментального лексикона человека как естественный метаязык: монография. Тверь: Лилия Принт, 2005. 203 с.
3. Сазонова Т.Ю. Психолингвистическое исследование стратегий и опор идентификации слова. [Электронный ресурс]. URL: http://fccl.ksu.ru/winter.99/cog_model/sazonova.pdf (Дата обращения 7.02.2015).
4. Списки частотности английских слов – Frequency lists [Электронный ресурс]. URL: http://en.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Frequency_lists#Word_families (Дата обращения 7.02.2015).
5. Aitchinson J. Words in the mind: an introduction to the mental lexicon. Oxford, UK: TJ Press Ltd, 1987. 229 p.
6. Linck J., Hoshino N., Kroll J. Cross-language lexical processes and inhibitory control [Electronic resource]. URL: http://scholar.google.ru/citations?user=_iyTz0QAAAAJ&hl=en (accessed at: 09.03.2015).

7. Perfetti C. [Электронный ресурс]. URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/ Charles_Perfetti](http://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Perfetti) (accessed at: 7.02.2015).
8. Puntoni S, Langhe B., Osselaer S. Bilingualism and the emotional intensity of advertising language [Electronic resource]. URL: <https://ideas.repec.org/a/ucp/jconrs/v35y2009i6p1012-1025.html> (accessed at 09.03.2015).
9. Schwartz A., Yeh L., Shaw M. Lexical representation of second language words [Electronic resource]. URL: [http://bild.la.psu.edu/publications/ stuff/research-papers-directory/schwartz-and-van-hell-final](http://bild.la.psu.edu/publications_stuff/research-papers-directory/schwartz-and-van-hell-final) (accessed at 09.03.2015).

Использованные словари

10. Active English (1000 слов) [Electronic resource]. URL: <http://www.learnwords.ru/database.html> (accessed at 09.02.2015).
11. Basic English (1054 слова) [Electronic resource]. URL: <http://www.learnwords.ru/database.html> (accessed at 09.02.2015).
12. Cambridge Dictionaries Online [Electronic resource]. URL: <http://dictionary.cambridge.org/ru/> (accessed at 15.02.2015).
13. Intellect 25 (4442 слова) [Electronic resource]. URL: <http://www.learnwords.ru/database.html> (accessed at 09.02.2015).
14. Longman Communication 3000 new [Electronic resource]. URL: <http://www.learnwords.ru/database.html> (accessed at 09.02.2015).
15. 4300 слов (4300 слов, 26 словарей) [Electronic resource]. URL: <http://www.learnwords.ru/database.html> (accessed at 09.02.2015).

AN AMBIGUOUS WORD IN BILINGUAL MENTAL LEXICON (a pilot study)

V.M. Belyaeva
Tver State University

The article is discusses the results of the pilot experiment focusing on summarizing the preliminary data as well as on finding out peculiarities of perception of ambiguous words. The article also considers the correlation of frequency of meaning with its subjective emotional experience as "familiar" by artificial bilinguals.

Key words: *ambiguity, frequency, psycholinguistic experiment, bilingualism.*

Об авторе

БЕЛЯЕВА Виктория Михайловна – аспирант, ассистент кафедры английского языка Тверского государственного университета, e-mail: Victoria.n1@yandex.ru