

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 81'23

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ АББРЕВЕМ

М.А. Жолтикова

МБОУ Основная общеобразовательная школа №19, Киров

Статья содержит результаты экспериментального исследования компьютерных аббревем с точки зрения психолингвистики. Делается попытка выявления стратегий и опор, характерных для процесса идентификации аббревем.

Ключевые слова: психолингвистика, аббревиатуры, идентификация, значение слова, стратегии, опоры.

Технический бум и процесс глобализации запустили процесс развития языка в русле аббревиации. Стремление к экономии языковых средств, их минимизация делают актуальным использование сокращений разных видов. Компьютерная сфера не является исключением, а скорее наглядно иллюстрирует такое положение вещей.

Компьютерные аббревемы (далее – КА) рассматриваются нами как составляющие индивидуального лексикона, что побуждает искать ответ на ряд вопросов, связанных с тем, как, благодаря чему, с опорой на какие средства человек понимает сокращения и может успешно пользоваться ими в повседневной жизни. С целью выявления идентификационных стратегий и опор было проведено экспериментальное исследование особенностей понимания аббревем компьютерной сферы. Опираясь на разработанную А.А. Залевской теорию индивидуального лексикона [1; 2], согласно которой слово трактуется как средство доступа к единой информационной базе человека, мы рассматриваем аббревему как средство, актуализирующее в памяти разнообразные (вербальные и невербальные) опоры, на которые индивид опирается в процессе познания.

Для участия в эксперименте были привлечены 215 испытуемых-студентов (далее – Ии.) в возрасте от 17 до 38 лет, обучающихся по гуманитарному направлению и по профилю информатики. Через два года был проведён повторный эксперимент с целью обновления результатов исследования и выявления сходств и различий между результатами двух экспериментов. Для этого были привлечены 48 студентов. Таким образом, общее количество испытуемых составило 263 человека.

Для проведения эксперимента нами была разработана таблица из 15 слов-стимулов, которые являются самыми знакомыми и употребительными КА, образованные по принципу «аббревиатура + имя существительное», были как русско-, так и англоязычными или комбинированными из двух языков: DVD-ROM, GPS-НАВИГАТОР, HTTP-ТЕХНОЛОГИЯ, IP-ТЕЛЕФОНИЯ, LCD-ПАНЕЛЬ, MP3-ФАЙЛ, PIN-CODE, SIM-КАРТА, SMS-РАССЫЛКА, USB-МОДЕМ, Web-ТЕХНОЛОГИЯ, ГИС-СИСТЕМА, ЖК-ДИСПЛЕЙ, ИТ-КОМПАНИЯ, PDF-ФАЙЛ.

Всем Ии. необходимо было заполнить 5 столбцов таблицы, а именно: 1) опознать слово-стимул как знакомое/незнакомое (знаки «+» или «-» соответственно); 2) указать понятность/непонятность слова-стимула («+» или «-»); 3) поставить «+», если слово-стимул используется, или «-», если не используется; 4) расшифровать сокращение, входящее в состав слова-стимула; 5) записать субъективную

дефиницию слова-стимула, его характеристику (где и для чего используется). По итогам проведённого эксперимента мы получили 16125 реакций. При повторном эксперименте Ии. необходимо было заполнить электронную версию анкеты, созданную в программе Google Forms. Количество реакций составило 2880. Таким образом, в результате экспериментов нами получено 19005 реакций.

По результатам анализа полученного корпуса данных было выделено пять основных стратегий, используемых Ии. в процессе идентификации КА (см. рисунок).



Рис. Стратегии идентификации КА

Мотивирующая стратегия

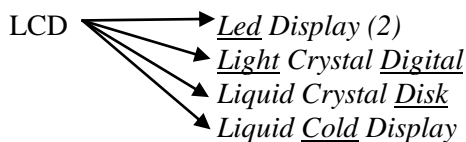
По результатам исследования С.И. Тогоевой [4: 99], мотивирующая стратегия идентификации слова является одной из основных, причём речь идёт об идентификации слов разных частей речи: имён существительных, имён прилагательных и глаголов. Полученные нами данные хорошо согласуются с таким заключением. Описываемая стратегия предполагает опору на морфологический состав и фонетико-графический комплекс идентифицируемого сокращения. Стимул выступает неким мотиватором для актуализации в памяти Ии. связей между единицами лексикона.

Опора на фонетико-графический комплекс стимула

В работе [2] выявлены следующие принципы организация единиц поверхностного яруса лексикона человека: (1) отдельные единицы лексикона связаны между собой совпадением элементов в их составе, причём эти элементы могут иметь различную протяжённость и расположение внутри словоформы; (2) слова включаются в определённые контексты, протяжённость которых также варьируется. Благодаря этим принципам, работающим сообща, каждая единица поверхностного яруса лексикона включена во множество связей на уровне своей графической и/или звуковой формы. На основе данных призна-

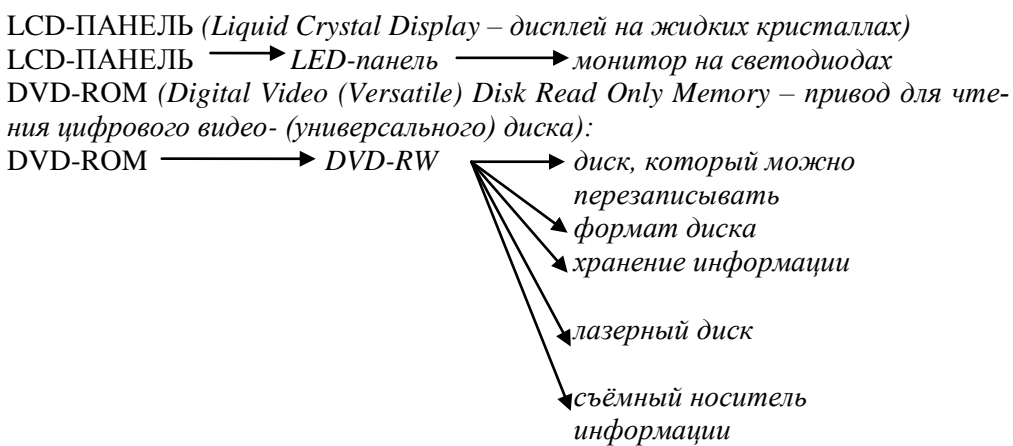
ков происходит группировка единиц лексикона, а также доступ к слову и его идентификация.

В соответствии с графической и звуковой формами слова выделяются два подъяруса поверхностного яруса лексикона: графических образов и звуковых образов. Анализ реакций Ии. показал, что в имеются разнообразные примеры неправильного опознания графического и/или фонетического образа слова-стимула, что влекло за собой ошибочную идентификацию аббревиатуры и аббревемы в целом. Неверное опознание заключается в замене букв стимула на другие и добавлении элементов. Т.Ю. Сазонова полагает, что это связано с «частотными характеристиками графических и фонетических “соседей” стимула» [3: 9]. Приведём пример неверного опознания аббревиатуры LCD (*Liquid Crystal Display* – дисплей на жидких кристаллах):



Как мы видим, начальные элементы вариантов распознавания аббревиатуры совпадают с начальными элементами стимула, что согласуется с моделью В.Д. Марслена-Вильсона [5], отображающей организацию слов ментального лексикона по их начальным элементам, т.е. одна или две фонемы активируют в памяти все слова, начинающиеся таким же образом. Отсевание слов происходит за счёт сопоставления поступающей информации с кандидатами на дальнейшее распознавание и продолжается до тех пор, пока не выявится одно слово, совпадающее с предъявленным.

Ошибочное опознание одной или нескольких букв графического и/или фонетического образа слова-стимула часто влекло за собой неверную субъективную дефиницию:



Также были отмечены единичные варианты следующих звукобуквенных совпадений стимула и реакции: GPS-НАВИГАТОР – *прибОР*, SMS-РАССЫЛКА – *отправКА, переписКА*.

Опора на морфологический состав стимула

В работах по психолингвистике имеется ряд моделей, отображающих включённость морфологии в процесс распознавания и идентификации производных слов, к которым относятся исследуемые нами КА. Однако мнения авторов расходятся по нескольким вопросам: как осуществляется хранение производных слов (отдельно по морфемам или целиком, независимо от своих основ); как происходит доступ к ним и их репрезентация в памяти (происходит ли их декомпозиция на первоначальном этапе); все ли сложные слова идентифицируются одинаково. Согласно психолингвистической теории слова А.А. Залевской, трактующей слово как средство доступа к единой информационной базе человека, морфологическая составляющая играет важную роль в процессе идентификации, морфема как бы связывает форму со значением.

В нашем исследовании к стратегии опоры на морфологический состав стимула мы относим все случаи, когда Ии. употребляли в реакции какой-то компонент стимула (а иногда весь стимул целиком) либо однокоренные слова. Анализируя полученные материалы, мы выяснили, что в качестве мотиватора для Ии. выступали разные морфологические составляющие стимула, а именно: (1) присоединённые слова (неаббревиатурный компонент); (2) аббревиатуры; (3) одно или несколько слов расшифрованной аббревиатуры; (4) различные комбинации представленных компонентов.

Опора на неаббревиатурный компонент проявляется в том, что Ии. при реагировании на слово-стимул давали реакции, включающие в себя присоединённое слово. Как уже говорилось, материал нашего исследования представляют аббревимы, составленные преимущественно по схеме «аббревиатура + имя существительное». Таким образом, при использовании данной стратегии идентификации именно имя существительное становилось опорой. В качестве примера можно привести следующие реакции Ии.: SMS-РАССЫЛКА – рассылка текстовых сообщений, SIM-КАРТА – карта сотового оператора, PDF-ФАЙЛ – файл для картинок, PIN-CODE – секретный код, GPS-НАВИГАТОР – навигатор по местности и т.д. и т.п.

Опора на аббревиатуру. В эту группу вошли те реакции Ии., которые включали в себя аббревиатуру: SMS-РАССЫЛКА – отправка SMS нескольким людям, DVD-ROM – туда вставляется DVD-диск, Web-ТЕХНОЛОГИЯ – вебкамера, MP3-ФАЙЛ – музыка в формате MP3.

Опора на одно или несколько слов расшифрованной аббревиатуры: SMS-РАССЫЛКА (SMS – Short Message Service – служба коротких сообщений) – отправление коротких сообщений, PDF-ФАЙЛ (PDF – Portable Document Format – переносимый формат документов) – формат документа.

Также встречались другие варианты опоры:

- неаббревиатурный компонент + аббревиатура: MP3-ФАЙЛ – файл формата MP3.
- неаббревиатурный компонент + расшифрованная часть аббревиатуры (в том числе переведённая с английского языка на русский): PIN-CODE (PIN – Personal Identification Number – личный идентификационный номер) – код с личной информацией, IP-ТЕЛЕФОНИЯ (IP – Internet Protocol – Интернет протокол) – интернет телефония, GPS-НАВИГАТОР (GPS – Global Positioning System – система глобального позиционирования) – глобальная навигация.

- неаббревиатурный компонент + аббревиатура + расшифрованная часть аббревиатуры: SMS-РАССЫЛКА (*SMS – Short Message Service – служба коротких сообщений*) – рассылка сообщений по SMS.

При анализе материалов эксперимента мы основывались на концепции внутреннего контекста, предложенной А.А. Залевской. Внутренний контекст понимается как доступ к образу мира индивида, а образ мира в свою очередь представляет собой результата переработки перцептивного, когнитивного и эмоционально-оценочного опыта человека во взаимодействии с окружающей (естественной и социальной) средой. В качестве частично вербализованного внутреннего контекста мы трактовали полученные от Ии. субъективные дефиниции. Это дало возможность выделить следующие стратегии.

Стратегия отнесения к категории

Под этой стратегией мы понимаем отнесение слова-стимула к какой-либо предметной области его использования или возникновения. Отнесение к категории возможно за счёт как генерализации, так и дифференциации образов. При этом могут иметь место разные основания для связи: назначение именуемого объекта, место его использования и т.д. (см. примеры ниже).

Назначение: IP-ТЕЛЕФОНИЯ – *звонки через интернет*, SIM-КАРТА – *для поддержания связи*, ГИС-СИСТЕМА – *ориентировка на местности*, MP3-ФАЙЛ – *прослушивание музыки*, PIN-CODE – *для скрытия личной информации*

Место использования: WEB-ТЕХНОЛОГИЯ – *связано с сайтами, интернет*, SMS-РАССЫЛКА – *телефон*, SIM-КАРТА – *сотовая связь*.

Элемент ситуации: ГИС-СИСТЕМА – *карты, погода, местоположение*, USB-МОДЕМ – *соединение*, ЖК-ДИСПЛЕЙ – *хорошее изображение*

Атрибутивная характеристика: USB-МОДЕМ – *переносной интернет*, GPS-НАВИГАТОР – *«умная» карта*, ЖК-ДИСПЛЕЙ – *удобный дисплей*.

Иллюстрация примером: ИТ-КОМПАНИЯ – *Ростелеком*, PDF-ФАЙЛ – *Adobe Acrobat, Adobe ридер*, IP-ТЕЛЕФОНИЯ – *skype*.

Наличие синонима/симиляра: PIN-CODE – *защита*, GPS-НАВИГАТОР – *устройство для определения короткого пути; прибор в машине, который показывает дорогу*.

Опора на образ именуемого объекта: SMS-РАССЫЛКА – *спам*, USB-МОДЕМ – *флешка*, ЖК-ДИСПЛЕЙ – *телевизор, плазма, монитор*, SIM-КАРТА – *чип*.

Стратегия опоры на эмоционально-оценочные суждения

Реакции, которые мы отнесли к данной стратегии, отражают отношение Ии. к стимулу. Отношение может быть как положительным, отрицательным, так и элементом модальности: ГИС-СИСТЕМА – *ненужная хрень; классная штука*, SIM-КАРТА – *ясно же для чего*, USB-МОДЕМ – *это и ребенок знает*, GPS-НАВИГАТОР – *хорош в путешествиях*.

Стратегия прямой дефиниции стимула

Прямая дефиниция стимула говорит об отсутствии каких-либо затруднений при восприятии слов, наличии у Ии. уверенности в знании стимулов. Согласно исследованию данная стратегия особенно ярко проявилась при идентификации аббревемы ЖК-ДИСПЛЕЙ.

Стратегия отказа

В нашем исследовании наблюдались ситуации, когда Ии. не давали никаких реакций. Стратегия отказа наиболее характерна для некоторых аббревем (НТТР-ТЕХНОЛОГИЯ, IP-ТЕЛЕФОНИЯ). Мы связываем это с низкой частотностью употребления данных КА в обиходной речи, а также с тем, что данные аббревемы оказались для Ии. неизвестными или недостаточно понятными.

Необходимо отметить, что в процессе идентификации стратегии могут переплетаться и взаимодополнять друг друга, поэтому предложенное разграничение стратегий идентификации является условным.

Список литературы

1. Залевская А.А. Слово в лексиконе человека: психолингвистическое исследование. Воронеж, 1990. 204 с.
2. Залевская А.А. Индивидуальное знание: специфика и принципы функционирования. Тверь, 1992. 136 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: 01.09.2016).
4. Тогоева С.И. Психолингвистические проблемы неологии. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2000. 155 с.
5. Marslen-Wilson M.D. & Welsh A. Processing interactions and lexical access during word recognition and continuous speech // Cognitive psychology, 1978. Vol.10. Pp. 29–64.

STUDY OF STRATEGIES FOR ABBREVIATION DERIVATIVES IDENTIFICATION

M.A. Zholtikova

Secondary school №19, Kirov

The article shows the results of the study of abbreviation derivatives in computer sphere. An attempt is made to elicit the key strategies used in abbreviation derivatives identification.

Keywords: *psycholinguistics, abbreviation, abbreviation derivatives, word identification, word meaning, identification strategy.*

Об авторе:

ЖОЛТИКОВА Мария Александровна – учитель английского языка МБОУ Основная общеобразовательная школа №19 г. Кирова, e-mail: zholtikova_maria@mail.ru