

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Сборник материалов IX (XXIII)
Международной научно-практической
конференции молодых учёных
(14–16 апреля 2022 г.)

Выпуск 23

Томск
Издательство Томского государственного университета
2022

3. Praat : doing phonetics by computer. [Б. м.], б г. URL: <https://www.fon.hum.uva.nl/praat/> (дата обращения: 13.04.2022).

doi: 10.17223/978-5-907572-04-1-2022-5

МАРКЕРЫ ИСКАЖЕНИЯ ВОСПРИЯТИЯ ТЕКСТА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ УЧЕБНЫМИ БИЛИНГВАМИ

Рудикова Ю.Ю.

Томский государственный университет, аспирант

MARKERS OF RUSSIAN TEXT MISINTERPRETATION BY ACADEMIC BILINGUALS

Rudikova Y.Y.

Tomsk State University, postgraduate student

В статье представлены основные результаты пилотного эксперимента, проведённого с целью выявления маркеров искажения восприятия русскоязычного текста учебными билингвами. В качестве стимульного материала использовались два текста о России. По итогам эксперимента выделены три уровня восприятия русскоязычного текста учебными билингвами, на каждом из уровней выявлены маркеры искажения восприятия.

Ключевые слова: искажение восприятия текста, уровни восприятия текста, учебные билингвы

The paper presents the main results of a pilot experiment conducted to detect markers of a Russian text misinterpretation by academic bilinguals. Two texts about Russia are used as stimulus material. The experiment results in identification of three levels of a Russian text perception by academic bilinguals as well as revelation of misinterpretation markers corresponding to each level stated.

Key words: text misinterpretation, levels of text perception, academic bilinguals

Научный руководитель: И.В. Тубалова, д-р филол. наук, декан ФилФ ТГУ.

Восприятие текста представляет собой сложный феномен, отличающийся разнообразием трактовок. Часто исследователи соотносят понятия «восприятие» и «понимание» текста и располагают их в различной иерархии. Так, З.И. Клычникова, И.А. Зимняя, А.А. Залевская считают, что восприятие и понимание соподчинены и понимание текста является результатом его восприятия [1. С. 8]. Б.В. Беляев трактует восприятие как особый

вид понимания текста [1. С. 9]. Ещё одна точка зрения (А.А. Леонтьев, Ю.А. Сорокин, Ю.А. Шрейдер) предполагает рассмотрение восприятия и понимания текста как двух отдельных и равноправных процессов [1. С. 8]. Кроме того, В.В. Красных предлагает широкий подход к определению восприятия текста, при котором восприятие включает последовательность взаимосвязанных этапов: рецепцию текста органами чувств, его осмысление и понимание, а также интерпретацию текста [2. С. 132]. В данном исследовании термин «восприятие» толкуется в рамках широкого подхода.

Для диагностики восприятия текста применяются различные методики, разработанные как отечественными, так и зарубежными исследователями: методика искусственного замедления чтения (Г.Г. Граник, А.Н. Самсонова, 1993); методика восстановления пропусков в тексте (У. Тейлор, 1953; Л. Кларк, 1965; Р.М. Фрумкина, 1971); методика семантического шкалирования текста (В.И. Батов, Ю.А. Сорокин, 1973); методика «встречного текста» (А.И. Новиков, 2001), компонентная модель чтения (П. Аарон, Р. Джоши, 2008) и т.д.

Большинство методик, предполагающих использование в качестве стимульного материала русскоязычного текста, ориентированы на носителей языка, а не на билингвов. Диагностика восприятия текста на русском языке билингвами представляет собой особую проблему и требует детального изучения.

Цель данного исследования – выявить маркеры искажения восприятия текста на русском языке учебными билингвами, изучающими русский язык.

Под **учебным билингвизмом** понимается «функционирование двух языковых и культурных кодов в языковом сознании для выполнения познавательных заданий и общения с педагогом или сверстниками на занятиях, решения коммуникативных задач вне занятия, самостоятельной деятельности познавательного и занимательного характера» [3. С. 185].

Для достижения цели нами был проведён пилотный эксперимент. Участниками эксперимента стали 20 иностранных

студентов ТГУ (12 женщин и 8 мужчин), средний возраст испытуемых составил 25 лет. Для 13 участников эксперимента родным языком является китайский, ещё для 2 испытуемых – узбекский язык; также в эксперименте приняли участие носители хинди, вьетнамского, лаосского, турецкого и арабского языков. Большинство испытуемых (11 человек) владеют русским языком на уровне В1-В1+, у 6 участников более продвинутый уровень (В2 и выше).

Испытуемым были предложены стимульные тексты на русском языке со следующей инструкцией: «Прочитайте текст. Напишите всё, что вы хотите, об этом тексте». В среднем для выполнения задания требовалось 40 минут.

В качестве стимульного материала использовались два текста о России: «Экономика России» (250 слов) и «Отпуск на диване» (322 слова). Источниками текстов являлись два учебных пособия по русскому языку для иностранных студентов среднего и продвинутого этапа обучения – «Человек в современном мире» и «Россия день за днём».

В результате эксперимента было получено 20 реактивных текстов, написанных иностранными студентами.

Материалом экспериментального исследования послужили вторичные тексты на русском языке, написанные учебными билингвами. Предметом исследования являлись признаки восприятия стимульного текста. Стимульные и реактивные тексты в процессе анализа были разбиты на фрагменты, границы которых определялись на основании реализации в них единой микротемы. При этом за основу было взято положение о том, что тема целого речевого произведения есть продукт синтеза микротем, каждая из которых представляет собой тему сложного синтаксического целого [4]. Полученные фрагменты реактивного текста были сопоставлены с содержательно соответствующими фрагментами стимульного текста.

По итогам эксперимента в реактивных текстах учебных билингвов были выявлены как маркеры искажения восприятия, так и маркеры соответствия содержанию фрагмента стимульного текста. Было установлено, что восприятие текста осуществляется учебными

билингвами на трёх уровнях: восприятие отдельных языковых единиц, восприятие внутренней организации и цельности текста, а также восприятие информации в целом (текст и внетекстовая реальность).

Под маркером искажения восприятия понимается фрагмент реактивного текста, который фиксирует несоответствие содержания исходного текста при его восприятии учебными билингвами. Далее рассматриваются маркеры искажения восприятия по уровням.

На первом уровне восприятия (отдельные языковые единицы) было выявлено два примера **искажения номинации культурной реалии** (табл. 1).

Таблица 1

Фрагмент стимульного материала (текст «Отпуск на диване»)	Фрагмент реактивного текста
<i>Самым предпочтительным видом летнего отдыха является у нас дачное времяпрепровождение с работой на огороде. <...> Россияне моложе 34 лет предпочитают пляж, но лишь 9% собираются совмещать солнечные ванны с экскурсиями</i>	<i>Далее автор отметил, что любимый отдых людей летом – это отдых на виллах, солнечные ванны, дайвинг и другие занятия (Ж, 25 лет, Китай)</i>

В реактивном тексте происходит замена номинации русской культурной реалии *дача* словом *вилла*, обладающим другим компонентом значения (**богатый дом**), при этом часть исходного высказывания, связанная с работой на огороде, не отражена в реактивном тексте.

На первом уровне также выявлено четыре примера искажения восприятия, связанных с **искажением значения слова или устойчивого словосочетания**. Во фрагменте реактивного текста, представленном в табл. 2, присутствует выражение *уродливые деньги*. Искажение восприятия можно объяснить незнанием участницей эксперимента переносного значения прилагательного *некрасивый* (т.е. *неэтичный, предвзятый*). В результате в реактивном тексте был подобран синоним по форме, но не по содержанию.

Среди искажений восприятия **на втором уровне** (восприятие внутренней организации и цельности текста) выявлено шесть примеров **неразличения иронии** (табл. 3).

Таблица 2

Фрагмент стимульного материала (текст «Экономика России»)	Фрагмент реактивного текста
<i>Раньше в России говорить о деньгах считалось некрасивым – так же, как о сексе. Сегодня россияне согласны, что богатым быть не стыдно. Сейчас на первом месте у россиян стоит именно желание быть богатым</i>	<i>Сначала они [россияне] думали, что деньги были уродливыми, но сегодняшние русские, богатство первого желания (Ж, 24 года, Китай)</i>

Таблица 3

Фрагмент стимульного материала (текст «Отпуск на диване»)	Фрагмент реактивного текста
<i>Отпускной сезон не за горами, однако, по данным последнего опроса, большинство наших граждан проведёт отпуск дома. Чаще всего такой «выбор» вынуждены делать россияне с низким доходом (46%) и жители сельской местности (45%)</i>	<i>...большинство людей с низким доходом и сельских жителей предпочитают проводить отпуск дома (Ж, 25 лет, Китай)</i>

В исходном тексте неоднократно указывалось на проблему – отсутствие у многих россиян средств для заграничного отпуска. Автор текста иронично называет любимым видом отдыха россиян отпуск дома или на даче. Некоторым участникам эксперимента не удалось уловить вынужденный характер такого выбора. Неразличение иронии привело к появлению в реактивных текстах глаголов *предпочитают* и *любят* (искажение смысла исходного текста – замена синонимом по форме, но не по содержанию).

Не меньший интерес представляют случаи **трансформации собственного мнения в общепринятое и связанное с этим смещение акцентов**. Было выявлено четыре подобных примера, один из которых представлен в табл. 4. В стимульном материале упомянута

проблема: многие россияне не могут поехать отдыхать, но также не берут кредит на отпуск, так как не хотят иметь долги. В реактивном тексте представлена иная информация: россияне не берут кредит, так как полагают, что поездки не нужны (вместо проблемы озвучена причина). Своё личное мнение участница эксперимента неосознанно выдаёт за общепринятое (в конце реактивного текста – *На мой взгляд, путешествие – это не обязательно*) и, таким образом, нивелирует проблему из исходного текста.

Наконец, на **третьем уровне восприятия** (текст и внетекстовая реальность) было выявлено три примера **иной интерпретации текста из-за культурных различий**. Иная интерпретация не означает «неверная», в ней лишь проявляется другой взгляд на мир. Так, в реактивном тексте студентки из Турции выражены положительные представления о государстве и политиках (*Надеюсь, государство окажет необходимую помощь... В этом отношении политикам нужна помощь*). Носители русского языка, вероятнее всего, восприняли бы фрагмент исходного текста иначе (*Вопреки официальным данным около трети населения остаётся за чертой бедности. Какой уж тут отдых...*). Россияне часто противопоставляют народ и политиков, относятся к действиям последних скорее негативно.

Т а б л и ц а 4

Фрагмент стимульного материала (текст «Отпуск на диване»)	Фрагмент реактивного текста
<i>Несмотря на то, что турфирмы весьма активно сейчас продвигают на рынке кредиты на покупку путёвок, взять такие займы потенциально готовы лишь 12% россиян</i>	<i>Даже если есть туристические компании, которые предоставляют ссуды на поездки, есть еще много людей, которые считают, что в поездках нет необходимости</i> (Ж, 24 года, Китай)

В заключение следует отметить, что перечень маркеров искажения восприятия остаётся открытым. Выявление всех возможных маркеров требует проведения более масштабных экспериментов. По итогам пилотного эксперимента выявлены три

уровня восприятия текста учебными билингвами и различные типы маркеров искажения восприятия на каждом уровне. Также установлено, что перечень маркеров зависит не только от особенностей восприятия, но и от исходного русскоязычного текста. Фрагменты, содержащие упоминание **культурных реалий** и **средства непрямого выражения мысли** (ирония, фразеологизмы и т.п.) с большей вероятностью подвергаются искажению при восприятии учебными билингвами.

Список источников

1. Ширинкина Л.В. Восприятие текста как психологический феномен : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Пермь, 2004. 24 с.
2. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. М. : Гнозис, 2001. 270 с.
3. Мильруд Р.П., Максимова И.Р. Учебный билингвизм: вчера, сегодня, завтра // Язык и культура. 2017. № 37. С. 185–204.
4. Дымарский М.Я. Проблемы текстообразования и художественный текст. На материале русской прозы XIX–XX вв. М. : Эдиториал УРСС, 2001. 328 с.

doi: 10.17223/978-5-907572-04-1-2022-6

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИКОДОВОГО ПРЕСКРИПТИВНОГО ТЕКСТА В ОБЛАСТИ АКТИВНОГО ТУРИЗМА

Зинюк А.Ю.

Иркутский государственный университета, магистрант

ON STRUCTURAL FEATURES OF POLYCODE

PRESCRIPTIVE TEXT IN DISCOURSE

OF ACTIVE TOURISM

Zinyuk A.Y.

Irkutsk State University, master student

В статье рассматриваются особенности поликодового предскриптивного текста в области активного туризма на примере двух плакатов с удачным и неудачным текстами. Обобщены особенности составления поликодового предскриптивного текста в области активного туризма.

Ключевые слова: поликодовый текст, предскриптивный текст, активный туризм, коммуникативная эффективность