

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. J.Martin, T.Nakayama, L.Flores. Readings in Cultural Contexts. Mayfield Publishing Company. California, USA.1998.

### **ИЗУЧЕНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ОЦЕНОЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-ОТЗЫВОВ В ПРИКЛАДНОМ АСПЕКТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСКАЗЫВАНИЙ О ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)**

*А. С. Мартынович*

*Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, tatalina2011@gmail.com*

Раскрываются особенности автоматического анализа оценочных интернет-высказываний о предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса Республики Беларусь. Акцентируется внимание на трудностях формальной модели оценки, препятствующих обобщению высказываний и формулированию вывода об общественном мнении относительно того или иного объекта, явления, события. Подчеркивается, что положенный в основу формальной модели оценки лексический подход позволяет в целом правильно извлекать оценочные суждения пользователей о предприятиях гостиничного или ресторанного бизнеса и на этой основе корректно формулировать вывод об общественном мнении относительно объекта оценки.

**Ключевые слова:** автоматический анализ текста; категория оценки; оценочный отзыв; оценочное суждение; мнение; компьютерный анализатор; слово-интенсификатор; слово-инвертор.

### **THE STUDY OF ENGLISH INTERNET REVIEWS IN THE APPLIED ASPECT (BASED ON THE STATEMENTS ABOUT THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES OF THE REPUBLIC OF BELARUS)**

*A. S. Martynovich*

*Belarusian State University,  
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, tatalina2011@gmail.com*

The article reveals the features of automatic analysis of evaluative Internet statements about the hotel and restaurant business enterprises of the Republic of Belarus. Attention is focused on the difficulties of the formal assessment model, which prevents from the generalization of opinions and the formulation of a conclusion about the public opinion regarding an object, phenomenon, event. It is emphasized that the lexical approach underlying the formal assessment model allows, in general, to extract users' value

judgments about the hotel or restaurant business correctly and, on this basis, formulate a conclusion about the public opinion.

**Key words:** automatic text analysis; assessment category; evaluative feedback; value judgment; opinion; computer analyser; intensifier word; word-inverter.

Проблема оценки привлекает внимание исследователей разных областей знаний и зачастую предопределяет междисциплинарный характер изучения данной категории. Многоаспектный анализ оценки, по словам Т. В. Маркеловой, обусловлен «онтологическим пониманием оценки как универсума мышления и познания, главного ориентира человеческой деятельности, в том числе и речевой, дающей многомерные ответы на вопрос “что такое хорошо и что такое плохо” в зависимости от сферы жизненных интересов и общественной практики» [2, с. 88].

С логической точки зрения, оценка – это суждение о ценностях. Н. И. Кондаков дает следующее определение оценки: «Оценка – мнение о чем-либо [...], суждение об уровне или значении чего-либо, установление степени чего-нибудь» [1, с. 426]. Лингвистическое понимание оценки, как правило, соотносится с ее логической интерпретацией, поскольку логико-философские категории служат понятийной основой языковых категорий. Структура оценочного высказывания восходит к логической структуре операции оценки: субъект, предмет, характер и основание. Субъект приписывает определенную ценность некоторому предмету, явлению, процессу материального или духовного порядка. Предмет оценки можно рассматривать по-разному. В узком понимании к нему относятся только те ценности, которые имеют для субъекта положительное значение, а при широкой трактовке данного понятия в него включаются не только положительные, но также нулевые и отрицательные ценности. Основанием оценки является то, на базе чего производится приписывание ценности. В контексте нашего исследования оценочное суждение (оценка) и мнение являются синонимичными понятиями.

В связи с развитием интернета огромное количество мнений пользователей о различных объектах, явлениях, событиях размещается на различных ресурсах. Поэтому автоматический анализ мнений большого числа людей о предприятии гостиничного или ресторанного бизнеса (о его персонале, услугах, ассортименте, качестве и стоимости блюд, интерьере, месте расположения и т. д.) дает возможность обобщить и систематизировать многочисленные оценочные высказывания и сформулировать вывод о целостном общественном мнении относительно того или иного объекта, явления, события.

Определить общественное мнение о предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса Беларуси на основе сформированной лингвистической базы данных и автоматического анализа текстов позволяет так называемая формальная модель оценки. Формальная модель базируется на правильном выделении и анализе оценочных лексических единиц из текста отзыва о предприятии гостиничного или ресторанного бизнеса. Источниками отзывов послужили специализированные сайты <http://www.tripadvisor.com> и <http://www.booking.com>, особенностью которых является субъективный характер представленной информации (тексты отзывов содержат эмоционально-оценочную составляющую). Для проверки работоспособности системы был создан компьютерный анализатор, написанный на языке программирования Python.

В лингвистическую базу данных вошли лексические единицы, отражающие оценку объекта в целом, его аспектных категорий (*service, room, cuisine*) и терминов (*atmosphere, location, noise, quality, speed of service, staff politeness, size, comfort, design*), а также дополнительные списки лексических единиц, семантически связанных с оценкой: список слов и/или словосочетаний-интенсификаторов (*absolutely, always, awfully, better, by far, completely, deeply, especially, extremely, highly, less, more*) и список слов-инверторов (*aren't, isn't, least, never, no, non, not, nothing, wasn't, weren't, without*). К графическим способам усиления оценки в материале исследования были отнесены прописные (заглавные) буквы, восклицательный знак, левая круглая скобка, условно обозначающая улыбку (положительная оценка), правая круглая скобка, условно обозначающая неодобрение (отрицательная оценка).

В списке оценочной лексики каждая словоформа была наделена определенным семантическим весом в диапазоне от +3 (сверхположительное оценочное значение) до -3 (сверхотрицательное оценочное значение). Например: *The service is excellent (+3); We had a nice (+1) dinner at this restaurant; The waiters were slow (-1); Overall we were disappointed (-3)*.

Положительное слово-интенсификатор, стоящее перед положительным оценочным словом, увеличивает вес данного слова на 1. Например: *We had a really wonderful (+3) dinner; The portions are quite big (+2)*. Этот же интенсификатор, стоящий перед отрицательным оценочным словом, увеличивает вес данного слова на -1. Например: *The food is absolutely disgusting (-4); This restaurant is total disappointment (-4)*. Отрицательный интенсификатор влияет на вес оценочного слова в обратном порядке.

Слово-инвертор, стоящее перед словом с положительным семантическим весом, меняет направление его оценки с положительной на отрицательную (и наоборот).

В ходе автоматического анализа из массива текстов выбирается очередной текст отзыва о конкретном предприятии. Он разбивается на предложения, каждое из которых анализируется отдельно по словам. Каждое выделенное слово сравнивается с единицами лингвистической базы данных. Если выделенное слово является аспектной категорией, аспектным термином либо ключевым словом, то его ближайший контекст (одно-два слова) проверяется на наличие в списке оценочной лексики. Если аспектная категория либо ключевое слово в не было найдено предложении, то дальнейший анализ не проводится. Согласно списку оценочной лексики, в счетчики добавляются веса для каждого аспекта и связанных с ним ключевых слов. Сочетание *аспектная категория / аспектный термин / ключевое слово + оценочная единица* заносится во временный файл. Далее происходит проверка наличия перед оценочными единицами слов-интенсификаторов. Каждая ветвь проверки наличия интенсификаторов заканчивается проверкой наличия перед ними слов-инверторов. Аналогично проводится проверка на наличие в предложении текста отзыва графических способов усиления оценки. Затем компьютер суммирует показатели счетчиков для каждой аспектной категории в общий счетчик веса ее положительной или отрицательной оценки для отдельного текста отзыва о конкретной гостинице или ресторане. Сравнивая общие счетчики положительной и отрицательной оценки, система делает вывод о направлении оценки данного аспекта. После анализа всех текстов отзывов о конкретном предприятии компьютер суммирует показатели всех счетчиков по аспектным категориям в единый счетчик веса положительной оценки и единый счетчик веса отрицательной оценки каждой аспектной категории. Сравнивая счетчики положительных и отрицательных весов, система делает окончательный вывод об общественном мнении о конкретном предприятии гостиничного и ресторанного бизнеса.

Результаты компьютерного эксперимента показали, что положенный в основу работы системы лексический подход, в целом, позволяет правильно извлекать оценочные суждения пользователей о гостинице или ресторане и на их основе корректно формулировать вывод об общественном мнении. В то же правильное определение компьютером синтаксических структур, входящих в текст отзыва, может представлять проблему, поскольку язык анализируемых высказываний – преимущественно разговорный в письменной форме. Авторы не всегда соблюдают расстановку знаков препинания, нередко вовсе их

игнорируют, допускают орфографические ошибки. Наличие неправильно написанных слов препятствует корректному анализу текста, выделению как оценочных слов, так и объектов оценки. Частично решить указанную проблему поможет процедура нормализации лексических единиц.

На правильное выделение оценочных слов значительное влияние оказывает омонимия, например: *like* – глагол (оценочный), и *like* – союз (не содержит оценку), *little* – прилагательное (оценочное), и *little* – наречие (интенсификатор). Для решения данной проблемы необходимо проводить дополнительную процедуру тегирования текста по частям речи.

Стоит также упомянуть о специфике употребления некоторых оценочных слов. Так, положительное слово *high (+1)* в сочетании с названием аспектной категории *cost* меняет направление оценки на противоположное. Необходимо выявить все подобные случаи и разработать дополнительные правила лексической сочетаемости, влияющие на определение веса оценки.

Компьютер не может правильно извлекать информацию из сложных синтаксических конструкций, основываясь только на правилах поиска оценочных слов в ближайшем контексте ключевого слова конкретной аспектной категории. К примеру, при обработке предложения *The breakfast had everything that could be wished* система правильно распознаёт аспектную категорию *cuisine* по ключевому слову *breakfast*, однако не может правильно определить ее оценочный характер, так как в данном случае она выражена не лексической единицей, а синтаксической конструкцией *had everything that could be wished*. В силу этого предложенная нами формальная модель может быть дополнена рядом синтаксических правил, учитывающих синтаксическую структуру оценочных конструкций. При пополнении лингвистической базы данных и расширении формальной модели путем добавления дополнительных лексических и синтаксических правил компьютер сможет более точно выделять аспектные категории, аспектные термины и оценочные слова, а значит, во всех случаях корректно определять общественное мнение об организации.

Таким образом, изучение оценочных интернет-высказываний с помощью соответствующего инструментария (автоматический анализ текста, в основу языка программирования которого положен лексический подход) может иметь не только собственно лингвистическое измерение, но и сугубо прикладное, ориентированное на объективацию целостного общественного мнения на основе разрозненных персональных мнений о том или ином объекте оценки.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Кондаков Н. И. Логический словарь-справочник. М.: Наука, 1975.
2. Маркелова Т. В. Взаимодействие оценочных и модальных значений в русском языке // Филологические науки. – 1996. – № 1. – С. 80–89.

## ON DEVELOPING INTERCULTURAL COMMUNICATION IN HIGHER EDUCATION

*E. O. Mashkaryova, S. S. Drozdova*

*Belarus State Economic University,  
Partizansky Prospect, 26, 220070, Minsk, Belarus, kpoar@bseu.by*

The article studies the causes of misunderstanding during intercultural communication. Developing communicative and intercultural competences is considered to be the main object of English language teaching. The article describes the elements of intercultural competence and their relevance for language teaching. The means of developing intercultural communication that can be used by English language teachers are discussed.

**Key words:** intercultural communication; communicative language teaching; communicative competence; intercultural competence; lingua culture; lingua franca; non-native speakers; native speakers.

## О РАЗВИТИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

*E. O. Mashkareva, S. S. Drozdova*

*Белорусский государственный экономический университет,  
пр. Партизанский 26, 220070, г. Минск, Беларусь, kpoar@bseu.by*

В статье исследуются причины недопонимания при межкультурном общении. Развитие коммуникативных и межкультурных компетенций считается основной целью обучения английскому языку. В статье описаны элементы межкультурной компетенции и их значение для обучения языку. Обсуждаются средства развития межкультурного общения, которыми могут пользоваться преподаватели английского языка.

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация; коммуникативное обучение языку; коммуникативная компетенция; межкультурная компетенция; лингва-культура; лингва франка; неноситель языка; носитель языка.

Today it is strange to expect a community to be developing separately from other people, cultures, or languages. It is natural that people (or countries) try to establish relations with other nations and communities. In the