

А як жа вымаўляць новыя наменклатурныя назвы? Адназначна пачаць у любым выпадку трэба з высвятлення таго, як назва гучыць, напрыклад, у афіцыйнай рэкламе або на сайце кампаніі. Можна таксама паглядзець, як вымаўляюць назву носьбіты розных моў свету праз сайт «Форво» [2] або падгледзець у навучальных роліках на «YouTube». Праблема ў тым, што сярод носьбітаў іншай мовы імя можа гучаць інакш. Скажам, шведская марка H&M чытаецца на радзіме як «Ху Эм», носьбіты англійскай прачытаюць назву прыкладна як «Эйч эн эм», а рускамоўныя – «Эйч энд эм». Таму што ва ўсіх моў розныя фанетычныя сістэмы. Носьбітам славянскіх моў вельмі складана вымаўляць назвы так, як іх вымаўляюць у англійскай, французскай, шведскай і г.д.: некаторыя гукі ў прынцыпе адсутнічаюць у нашай мове. Таму мы вымаўляем назву не зусім дакладна. Напэўна вы заўважалі, што мы асабліва ў спантаным, хуткім маўленні вымаўляем англійскія гукі не так, як англічане. Акрамя таго, не варта забываць, што ў нашай мове наменклатурныя назвы змяняюцца па склонах. Так, перакладзеную на кірыліцу назву можна выкарыстоўваць у вуснай і нефармальнай пісьмовай мове, мастацкім тэксце. У афіцыйных дакументах і публіцыстычным тэкście лепш выкарыстоўваць назву на лацінцы: у гэтых выпадках вельмі важна паказаць арыгінальную назву, каб чытач мог лёгка адшукаць назву ў інтэрнэце і даведацца больш пра кампанію. Лічыцца таксама, што назва на лацінцы счытваецца хутчэй.

А ці трэба браць назвы ў двухкоссі? Усё проста: двухкоссе ставіцца, калі мы пішам на кірыліцы (параўн. «Волга», «Опель»), а калі напісана на замежнай мове, двухкоссе, на нашу думку, ставіць не трэба: слова на лацінцы і так адасабляецца ад усяго тэксту сродкамі іншага алфавіта.

Такім чынам, пытанні арталогіі і выкарыстанні наменклатурных назваў у маўленні патрабуе далейшага ўважлівага вывучэння. Клас наменклатур няспынна папаўняецца, звыклія назвы пачынаюць асвойвацца мовай, набліжаючыся да тэрмінаў, прафесіяналізмаў ці нават агульнаўжывальных адзінак. Правільнае маўленне (пісьмовае і вуснае) мусіць вызначаць высокакваліфікаванага спецыяліста.

Спіс выкарыстаных крыніц:

1. Уласевіч, В.І. Беларуска-рускі тлумачальны слоўнік новых слоў і новых значэнняў слоў / І.В. Уласевіч, Н.М. Даўгулевіч. – Мінск : Аверсэв, 2013. – С. 18.
2. Forvo база произношений [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://ru.forvo.com/>. – Дата доступу: 21.03.2019.
3. Шкраба, І. Лексікалогія : тэарэтычна-практычны курс / І. Шкраба. – Мінск : Тэхналогія, 2012. – 179 с.

ЯК МЫ КАМУНІКУЕМ У ЛІЧБАВЫМ АСЯРОДДЗІ: НОВЫ ЛІНГВІСТЫЧНЫ ІНСТРУМЕНТАРЫЙ

Астаповіч В.С., Перэйра К.А.

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт інфарматыкі і радыёэлектронікі
г. Мінск, Рэспубліка Беларусь*

Албут А.А. – выкладчык

Разглядаюцца інструменты камунікацыя, што ўзніклі параўнальна нядаўна дзякуючы развіццю камп'ютарных тэхналогій: эмоі, Т9, іТар. Эмодзі пераўтвараюць пісьмовыя інтэрнэт-зносін у крэалізаваныя тэксты, з'яўляючыся фактычна асобнай штучнай чалавечай мовай. Аўтапаўненне, як і ідэаграмы, паскарае фармулёўку думкі і грунтуецца ў тым ліку і на напрацоўках лінгвістыкі. Сцвярджаецца неабходнасць асэнсавання ролі і патэнцыялу новага лінгвістычнага інструментарыю.

Дзякуючы інтэрнэту, сёння можна гаварыць пра мноства новых жанраў, спецыфічных камунікатыўных сітуацыях, адмысловых сродках мовы. Ці варта тэксты, створаныя ў гутарках сацыяльных сетак і месенджараў, адносіць да нейкага асобнага –новага –стылю мовы? Мы лічым, што падобнае маўленне суадносіцца з гутарковым стылем, які, такім чынам, надзвычай развіўся апошнім часам. Увагу даследчыкаў прыцягвала папаўненне лексіка-граматычнага класа выклічнікаў [1]. Спецыфіка тэкстаў інтэрнэт-зносін у крэалізаванасці: надзвычай узрастае роля графічных элементаў поруч з адзінкамі мовы для перадачы думак, пачуццяў. Таксама важнай уласцівасцю інтэрнэт-падстылю гутарковага стылю становіцца хуткасць. Так, гутарковы стыль арганічна вызначаецца імкненнем да эканоміі моўных сродкаў, намаганняў, а дзякуючы развіццю тэхналогій моўца атрымаў адмысловыя інструменты, якія і сталі аб'ектам разгляду: эмоі (эмодзі), Т9, іТар. Адзначым, што ў айчыннай лінгвістыцы пытанні культуры маўлення пры ўжыванні эматыхонаў (сродкаў перадачы эмоцый знакамі прыпынку і іншымі друкаванымі знакамі) закраналіся ў [2].

Эмодзі – фактычна мова ідэаграм, малюнкаў, якія ўпершыню з'явіліся ў Японіі. Паказальна, што асобныя эмодзі – магчымыя цікавыя аб'ект лінгвакультуралогіі. Так, ёсць малюнкi белай кветкі са значэннем 'бліскуча выкананае дамашняе заданне' або група сімвалаў для папулярнай ежы:

рамэн, сушы і інш. – гэта фрагменты японскай культуры. У кастрычніку 2011 г. Apple дала емоіі як міжнародную клавятуру, а значыць – з’явілася новая штучная чалавечая мова. Мова, якую мы лёгка інтэгруем у пісьмовае маўленне на натуральнай мове або ўжываем замест, карыстаючыся любымі прыладамі. Праўда, ёсць небяспека: адлюстраванне эмадзі на розных устройствах адбываецца па-рознаму, што часам выклікае непаразуменні паміж карыстальнікамі. Вывучэнне семантыкі мовы эмадзі паказала: «многія папулярныя смайлікі адпавядаюць ранняму інтэрнэт-слэнгу (☺) (№1 паводле частаты выкарыстання): *lolol, lmao, lololol, lmaoo, lol, ahahah, ahahha, loll, ahaha, ahah;* ☺ (№2): *beautiful, gorgeous, perfff, hottt, cuteeee, beautifullll, baeeeee, hotttt, babeee, sexuuuu, hawttt*» [3,4].

Інтэлектуальны (прэдыктыўны) увод тэксту з’явіўся раней за мабільныя прылады: у 50-я гг. ХХ века наборшчык тэксту на друкарскіх машынах Чжан Цзіцзін стварыў сістэму асаблівых кластароў тэксту, каб спрасціць сваю працу, дзякуючы чаму стаў рэкардсменам па прадукцыйнасці. Найноўшая гісторыя прэдыктыўнага ўводу тэксту пачынаецца з Т9 - «Text on 9 keys» («набор тэксту на дзевяці кнопках»). Дадзеная тэхналогія на аснове убудаванага слоўніка прапаноўвала выбар наступнага слова без шматразовага націскання кнопкі з 3-4 замацаванымі за ёй літарамі. Заўважым, што падобныя распрацоўкі мелі на мэце клопат пра людзей з абмежаванымі магчымасцямі, а затым – пра спецыялістаў, якія вымушаны пастаянна набіраць доўгія словы-тэрміны (біёлагі, хімікі). Сёння паскораны ўвод тэксту – з’ява масавая, даступная шараговай карыстальніку. Сучасная версія ХТ9 працуе з паўнаватаснай qwerty-клавіятурай. Ускладненнем выкарыстання тэхналогіі стала няўвага да абдукаў і так званых тэкстонаімы – словы, якія можна набраць, камбінуючы адны і тыя лічбы 9-кнопачнай клавіятуры, выбар прыярытэтнага сярод якіх быў цалкам вызначаны праграмамі. Важна тое, што новыя для сябе словы, частотныя ў ідыястылі карыстальніка, тэхналогія запамінае і пры неабходнасці прапануе выбраць.

Аўтазапаўненне іТар (больш сучасная Т9) актыўна працуе з кантэкстам, здольна прадказваць асобныя словы ў ланцужку і нават цэлыя сказы. Уплывае на эфектыўнасць аўтазапаўнення тып мовы. Так, для флектыўных моў, нахталт беларускай і рускай, цяжка дакладна прадказаць канчатак і чаргаванне ў аснове. У мовах, схільных да аналітызму, як англійская, лягчэй працаваць з аўтазапаўненнем.

Кур’ёзна-сумныя выпадкі, якія атрыліваюць розгалас, папаўняючы, магчыма, сучасны «тэхналагічны» фальклор, стаюцца сапраўднай нагодай задумацца, а як дапаможныя інструменты камунікацыі змяняюць сваіх карыстальнікаў? Паказальна, што памылкова выбраныя слова з варыянтаў Т9 справакавала бойку са смяротным зыходам. А дзякуючы функцыі аўтазапаўнення iOS, новазеландскі вучоны К. Бартнек, глыбока не абазнаны ў ядзернай фізіцы, падрыхтаваў рэзюмэ магчымага выступлення на канферэнцыі па згаданым профілі, падпісаўшыся Iris Pear (спасылка на Siri і Apple). Заяўку з 516 слоў прынялі, прычым аператыўна, што зазволіла выкрыць намеры арганізатараў, хцівых да грошай, наколькі патрабаваўся немалы ўнёсак.

Імкненне да аператыўнасці, лаканічнасці і адначасова зразумеласці ў зносінах ва ўмовах развіцця камп’ютарнай тэхнікі зрабіла неад’емнай часткай тэкстаўтваральнай дзейнасці выкарыстанне емоіі, Т9, аўтазапаўненне. Паўстае неабходнасць асэнсаваць, як ад гэтага змяняецца наша мова і маўленне, успрыманне пісьмовага тэксту, якія навывкі і ўменні патрабуюцца для паспяховай пісьмовай камунікацыі. Адказы на гэтыя сучасныя вызначальныя пытанні будуць магчымы ў выпадку атрыбуцыі тых феноменаў, з якімі моўца ўзаемадзейнічае, разумення перадумоў іх стварэння.

Спіс выкарыстаных крыніц:

1. Лянкевіч, А. Беларускі выклічак у Сеціве / А. Лянкевіч. – Мінск : Права і эканоміка, 2009. – 44 с.
2. Іўчанкаў, В.І. Беларуская арфаграфія : апавяданні і гісторыі / В.І. Іўчанкаў. – Мінск : Пачатковая школа, 2010. – 56 с.
3. Emojineering Part 1 : Machine Learning for Emoji Trends [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://instagram-engineering.com/emojineering-part-1-machine-learning-for-emoji-trendsmachine-learning-for-emoji-trends-7f5f9cb979ad>. – Дата доступу: 10.04.2019.
4. Системный Блок {ь}: хроника перехода культуры в цифру [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://sysblok.ru/about/>. – Дата доступу: 10.04.2019.