

паслядоўнае: *Ілан Маск*. Аднак неаднастайная перадача даволі частотнай адзінкі *Stephen Wozniak*. Фіксуецца і *Стыў Вазняк*, і *Стыў Возняк*, прычым дыферэнцыяцыю з прычыны стандарту літаратурнай мовы выявіць не ўдалося. Асобна яшчэ варта звярнуць увагу на варыятыўнасць *gi / джы: Віргінія vs. Вірджынія*, напрыклад. Аналагічна дыскусійнай з'яўляецца перадача ётавага гука пасля *т: Цьюрынг vs. Т'юрынг*.

Якія высновы можна зрабіць? У напісанні, а ўслед за ім (хаця тэорыя гаворыць нам пра зваротнае, калі разважаць лагічна) і вымаўленні найперш варта арыентавацца на ўжо створаныя прэцэдэнты ў сваёй мове. Добра, калі ёсць магчымасць праверыць уласны назоўнік па энцыклапедычным слоўніку, напрыклад, паводле Беларускай энцыклапедыі або галіновага слоўніка (тут можа быць карысным рэсурс slounik.org). Карэктнаму і прымальнаму напісанню і вымаўленню спрыяе ўлік як арыгінальнага вымаўлення (з дапамогай інтэрнэту сёння гэта няцяжка ўдакладніць), так і традыцый перадачы пэўных гукаў або літар з мовы-крыніцы.

НАМЕНКЛАТУРНЫЯ НАЗВЫ Ў НАВУКОВА-ПАПУЛЯРНЫМ ТЭКСЦЕ: АРТАЛАГІЧНЫ АСПЕКТ

Станкевіч А.В., Сіняковіч Ю.Б.

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

Албут А.А. – выкладчык

Артыкул прысвечаны такой спецыфічнай групе спецыяльнай лексікі, як наменклатурныя назвы. Праца са сферай ўжывання дазваляе сфармуляваць пэўныя парады па карэктным ужыванні такіх адзінак у маўленні.

Наменклатурныя назвы (наменклатуры) – гэта сукупнасць назваў, якія ўжываюцца ў навуцы, тэхніцы, вытворчасці і г.д. Інакш кажучы, у адрозненне ад тэрмінаў, якія перадаюць сутнасць адпаведных навуковых паняццяў, наменклатурныя назвы толькі абазначаюць (назваюць) канкрэтныя аб'екты вывучэння розных навук.

Сёння перед намі паўстае праблема: як жа перакладаць наменклатурныя назвы, як іх вымаўляць? Асноўныя цяжкасці пры перакладзе наменклатурных назваў звязаны з тым, што новыя словы часцей за ўсё яшчэ не зарэгістраваны ў слоўніках, і таму перакладчыку неабходна самому высветліць значэнне новай адзінкі. Для гэтага перакладчык павінен прааналізаваць структуру адзінкі, усталяваць спосаб яе словаўтварэння, уважліва вывучыць кантэкст, у якім сустрэлася слова, па магчымасці скарыстаўшыся інтэрнэтам або іншымі крыніцамі, знайсці прыклады ўжывання дадзенага слова. Пасля аналізу звыш 50 тэкстаў ў крыніцах «Наша ніва», «Радыё свабода» і «Звязда», мы прыйшлі да высновы, што адзінкі можна сістэматызаваць на наступныя групы:

- сацыяльныя сеткі, месенджары (*Facebook, Instagram, Telegram, WhatsApp, Twitter, YouTube* і інш.);
- тэхналогіі (*wi-fi, APRANET, Unicode, VOKA, GPS, GSM*);
- кампаніі-распрацоўшчыкі праграмага забеспячэння, стартапы (*Google, EPAM, Wargaming, OneSoil, RocketBody, Wannaby* і інш.);
- кампаніі, якія вырабляюць тэхніку (*Samsung, ASUS, Apple, Huawei, Xiaomi, Nokia, Mini Cheetah, Nuro* і інш.);
- аперацыйныя сістэмы (*Android, iOS, Windows, Linux* і інш.).

У артыкулах можна прыкмеціць паралельнае ўжыванне транслітараваных і нетранслітараваных наменклатурных назваў (напрыклад, «Фэйсбук» і Facebook).

Але цікава адначыць, што ў загалуюку ўжываецца транслітараваны варыянт, а ў асноўным тэксце артыкула – нетранслітараваны.

Паводле нашых назіранняў, што больш за 90% адзінак не транслітаруецца. Але трэба адзначыць, што перакладаюцца тыя адзінкі, якія найбольш часта ўжываюцца: наменклатурныя назвы сацыяльных сетак і аперацыйных сістэм (напрыклад, «Фэйсбук», «Інстаграм», «Андроід»).

З часам, новыя словы становяцца звыклымі, агульнаўжывальнымі і ўваходзяць у слоўнікавы склад мовы. Напрыклад, наменклатурная назва «Андроід» увайшла ў слоўнік [1].

Цікава прасачыць за тым, як можна было б транслітараваць назву «Twitter». Калі транслітараваць гэту адзінку як уласны назоўнік, згодна з правіламі беларускага правапісу мы б напісалі «Твітэр», а калі як агульны назоўнік – «твітар». Таксама трэба адзначыць, што літара *т* не падвойваецца. У перакладзе з англійскай мовы на беларускую дзеяслоў *to twit* азначае 'цвіркаць', 'ціўкаць'. Таму наменклатурную назву Twitter можна было б калькаваць як «Ціўцер».

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: эмоці, 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 стиль арганічна вызначаецца імкненнем да эканоміі моўных сродкаў, намаганняў, а дзякуючы развіццю тэхналогій моўца атрымаў адмысловыя інструменты, якія і сталі аб'ектам разгляду: эмоці (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: