

БЕЛАРУСКАЯ МОВА Ў КАНТЭКСЦЕ ПРАЦЭСАЎ ГЛАБАЛІЗАЦЫІ: РЭДАКТАРСКІ АСПЕКТ

К. А. Арцюхоўская¹⁾, А. Р. Хромчанка²⁾

*¹⁾Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
releryleric@gmail.com,*

*²⁾Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
albina77153@gmail.com*

Разглядаюцца праблема функцыянавання нацыянальных моў у эпоху глабалізацыі, пагроза іх знікнення і асабліва лёс беларускай мовы ва ўмовах білінгвізму. Адзначаюцца тэндэнцыі да захавання і пашырэння беларускай мовы і спробы вярнуць беларускую мову ў грамадскае жыццё праз дзейнасць асобных кампаній, якія ў сваёй анлайн-прасторы рэкламуюць прадукцыю на беларускай мове. Акцэнтуюцца ўвага на асобных памылках, якія сустракаюцца ў перакладных тэкстах, што маглі з'явіцца ў выніку выкарыстання аўтаматычных перакладнікаў.

Ключавыя словы: сайт; анлайн-прастора; глабалізацыя; білінгвізм; пераклад; беларуская мова.

БЕЛОРУССКИЙ ЯЗЫК В КОНТЕКСТЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: РЕДАКТОРСКИЙ АСПЕКТ

Е. А. Артюховская¹⁾, А. Р. Хромченко²⁾

*¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
releryleric@gmail.com,*

*²⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
albina77153@gmail.com*

Рассматриваются проблема функционирования национальных языков в эпоху глобализации, угроза их исчезновения и особенно судьба белорусского языка в условиях билингвизма. Отмечаются тенденция к сохранению

и расширению белорусского языка и попытки вернуть белорусский язык в общественную жизнь через деятельность отдельных компаний, которые в своем онлайн-пространстве рекламируют продукцию на белорусском языке. Акцентируется внимание на отдельных ошибках, встречающихся в переводных текстах, что могли появиться в результате использования автоматических переводчиков.

Ключевые слова: сайт; онлайн-пространство; глобализация; билингвизм; перевод; белорусский язык.

Сучасныя працэсы глабалізацыі выклікалі занепакоенасць навукоўцаў лёсам нацыянальных моў. Яны мяркуюць, што «глабалізацыя хутчэй негатыўна ўплывае на нацыянальныя мовы, некаторыя з якіх знаходзяцца на мяжы вымірання» [1]. У той жа час выказваюцца думкі аб заканамерным развіцці цывілізацыі, што павінна ў канцавым выніку прывесці да адзінай мовы і аб'яднанага чалавецтва. У прыватнасці, А. Плотнікаў, спасылаючыся на кнігу У. Цапліна «Дзіўная цывілізацыя» (2005), адзначае, што меркаванне аўтара пра ўзаемаўплыў моў слушнае, бо наяўнасць шматлікіх моў з'яўляецца тормазам на шляху сацыяльнай глабалізацыі і перашкаджае абмену інфармацыяй. «Паслядоўная глабалізацыя немагчыма без якога-небудзь агульнага інструмента для абмену навінамі, інфармацыяй, эмоцыямі, г. зн. без агульнаразумелай мовы... Хутчэй за ўсё, будзе ўзаемны уплыў і нараджэнне пэўнай агульнай мовы, на якой будзе размаўляць аб'яднанае чалавецтва» [2]. Аднак, як вядома, не маючы агульнай мовы, чалавечая цывілізацыя развівалася тысячы гадоў, назапашваючы ўнікальныя творы літаратуры, мастацтва, архітэктуры розных культур і народаў.

Лёс беларускай мовы, на нашу думку, у большай ступені залежыць не ад працэсаў глабалізацыі і тэхнічнага прагрэсу, але ад унутраных сацыяльна-палітычных умоў. Як адзначае М. Гуль у працы «Асаблівасці моўнай палітыкі ва ўмовах глабалізацыі (на прыкладзе рускай і беларускай моў)», беларуская мова хоць і з'яўляецца адной з дзяржаўных моў Рэспублікі Беларусь і мовай тытульнай нацыі, але яна знаходзіцца пад пагрозай [3]. Пагроза вынікае з няроўнага білінгвізму, паноўнага функцыянавання рускай мовы практычна ва ўсіх сферах сацыяльнага, палітычнага, культурнага жыцця краіны. Аднак апошнім часам назіраюцца спробы вярнуць беларускую мову ў грамадскае жыццё, што засведчана дзейнасцю асобных кампаній, якія ў сваёй анлайн-прасто-

ры рэкламуюць прадукцыю на беларускай мове, напрыклад, кампаніі «Іў Рашэ», «Луч», «Белінвестбанк» і інш.

Як сцвярджае Э. Ш. Джалілава, пры перакладзе сайта на мову пэўнай краіны, трэба ўлічваць яе культурныя каштоўнасці: «Асноўным адрозненнем лакалізаванага перакладу з’яўляецца тое, што ў перакладзе ўлічваюцца культурныя каштоўнасці і традыцыі. Інакш кажучы, асноўная мэта лакалізацыі вэб-сайтаў – гэта культурная адаптацыя» [4]. Для перакладу тэкстаў некаторыя кампаніі наймаюць прафесійных перакладнікаў, у той час як іншыя ўжываюць аўтаматычныя перакладнікі, што вядзе да памылак розных моўных узроўняў.

«Іў Рашэ» – вядомая французская кампанія, якая спецыялізуецца на вытворчасці касметычных сродкаў на аснове раслінных інгрэдыентаў. Кампанія мае шырокую сетку крам па ўсім свеце і прадстаўляе сваю прадукцыю праз анлайн-магазіны, у тым ліку і ў Беларусі. Пераход на беларускую мову сайта кампаніі – добрая ініцыятыва для пашырэння аўдыторыі і паляпшэння камунікацыі з кліентамі. Нягледзячы на пазітыўны крок у бок беларускай мовы, на сайце кампаніі былі выяўлены некаторыя памылкі, якія сведчаць пра недастаткова ўважлівую працу над перакладам. У шапцы сайта слова *парфумерыя* напісана ў адпаведнасці з сучаснымі арфаграфічнымі нормамаі, аднак у тэксце, змешчаным ніжэй, яно перададзена з цвёрдым губным м: *парфумэрыя*. Такое напісанне ў беларускай мове было характэрна для правапісу да 1933 г. Неаднастайнасць у напісанні, на нашу думку, звязана з тым, што ў сучаснай інтэрнэт-прасторы суіснуюць дзве правапісныя сістэмы: г. зв. «тарашкевіца» і «наркамаўка» (у прыватнасці, маюцца дзве беларускія Вікіпедыі – першая ўжывае правапіс, замацаваны ў Граматыцы Б. Тарашкевіча, другая – сучасныя акадэмічныя нормы). У сярэдзіне сказа некаторыя словы напісаны з вялікай літары, хоць з’яўляюцца агульнымі, а не ўласнымі назвамі прадметаў: *вада, раслінны, калаген*. Відавочна, гэтыя памылкі сведчаць аб выкарыстанні інтэрнэт-перакладніка. У інструкцыі фраза «*даследуйце на спасылцы ніжэй*» назіраецца лексічная неспалучальнасць слоў: правільна: «*глядзіце на спасылцы ніжэй*», а лексема 'даследаваць' ужываецца са словамі *пытанне, стыль, мову* і г. д. [5].

Пра неабавязковасць даслоўнага перакладу піша А. А. Прасоцкая: «У сілу сваёй спецыфікі тэкст рэкламы ў рамках сайта кампаніі не варта перакладаць даслоўна. Даслоўны пераклад можа прывесці да страты

сэнсу і страты свайго пасылу, уздзеяння на рэцыпіента і асаблівага шарму» [6]. Частымі ў такім перакладзе з’яўляюцца памылкі сінтаксічнага ўзроўню, калі парушаецца парадак слоў ў сказе і губляюцца граматычныя сувязі, напрыклад: *«імгненна скура інтэнсіўна насычаная»*. Правільны пераклад мае быць: *«скура насычаецца імгненна і інтэнсіўна»*.

Кампанія «Луч» з’яўляецца вядомым вытворцам гадзіннікаў у Беларусі і мае багатую гісторыю, якая пачынаецца ў 1953 г. Сайт кампаніі сярод іншых беларускамоўных рэсурсаў вызначаецца дастаткова добрым узроўнем культуры пісьмовага маўлення. Варта адзначыць высокую моўную якасць балышыні матэрыялаў-навін на гэтай анлайн-пляцоўцы, аднак некаторыя памылкі ўсё ж сустракаюцца. Напрыклад, у сказе *«За некалькі дзесяцігоддзяў было распрацавана больш за 1700 унікальных мадэляў і шэраг уласных механізмаў»* слова «шэраг» не звязана сінтаксічна з выказнікам «было распрацавана». У гэтым выпадку неабходна ўжыць яшчэ адзін выказнік: *«За некалькі дзесяцігоддзяў было распрацавана больш за 1700 унікальных мадэляў і створаны шэраг уласных механізмаў»*. Адзначана намі і арфаграфічная памылка: *«сэрвіс»* – сэрвіс. Тут, відавочна, скарыстана норма, замацаваная ў Тлумачальным слоўніку беларускай мовы (1983).

Некаторыя недакладнасці сустракаюцца і на сайце Белінвестбанка: арфаграфічныя памылкі кшталту *«онлайн-сэрвісы»* (анлайн-сэрвісы), лексічная – «Навіны і апавяшчэння банка». І хоць у сучасных слоўніках беларускай мовы фіксуецца лексема апавяшчаць, аднак у гэтым кантэксце адпавядаць зместу будзе слова *абвесткі* («Навіны і абвесткі банка»), пры гэтым ў слове *апавяшчэння* адзначаецца і марфалагічная памылка: (у назоўніках назоўнага склону множнага ліку пішацца канчатак *-і* – *апавяшчэнні*) і інш.

Большасць анлайн-крамаў і афлайн-крамаў, якія маюць назву свайго прадпрыемства ці пэўнай кампаніі на беларускай мове, выкарыстоўваюць сайты і акаўнты ў Інстаграм і іншых сацыяльных сетках толькі на рускай мове або перакладаюць на беларускую некаторыя катэгорыі ў спісе тавараў, гісторыю стварэння кампаніі і кантакты. Прадстаўнікамі такога прыёму з’яўляюцца «Інтэрнэт-крама» [7], «Музейная крама» [8], «Канцэпт-крама» [9], якія прадстаўляюць свой асартымент у сацыяльных сетках і на анлайн-пляцоўках. Інтэрнэт-крама зрабіла на сваім сайце толькі адзін банер на беларускай мове з прынцыпамі іх узаемадзеяння з кліенцкай базай – «Самавываз больш за 20 гарадоў», «Аплата карткай», «Беспрацэнтная растэрміноўка», «Па Беларусі ад 1 дня» [7].

Гэты банер не з'яўляецца інтэрактыўным элементам, большасці пакупнікоў, на нашу думку, будзе незразумелая канцэпцыя, калі ўвесь сайт прадстаўлены на рускай мове, а толькі невялікая «палоска тэксту» на беларускай. Дапускаем, што такая ініцыятыва можа незадаволіць пэўную частку аўдыторыі, якая хацела б бачыць аднамоўны банер.

Прадстаўнікамі іншай катэгорыі сайтаў, якія першапачатна былі арыентаваны на беларускамоўную аўдыторыю і стваралі свой сайт дзеля яе, не робячы пераклад на рускую мову ці дадаючы яе пазней, – «Калядная крама» [10], «Рагна» [11], «Аловак» [12]. На сайце крамы «Аловак» у рэкламнай навіне «Брошкі-мошкі і жучкі-завушнічкі Паўла Малаткова» [12] намі адзначаны наступныя памылкі: 1) пунктуацыйная: ужыванне працяжніка замест коскі ў складаназлучаным сказе са злучнікам *але*: «*Вырабы нашага новага героя здзіўляюць, прыцягваюць увагу, а кагосьці нават шакуюць – але адназначна не пакідаюць абыякавымі*» – (...а кагосьці нават шакуюць, але адназначна...); 2) арфаграфічная ў напісанні назвы навучальнай установы: «*У 2014 годзе я скончыў дзяржаўную акадэмію мастацтваў у Мінску...*» – («...Беларускую дзяржаўную акадэмію мастацтваў...» ці ўжыць абрэвіятуру БДАМ).

На сайце крамы «Рагна» [11] сустракаюцца наступныя недакладнасці:

1. Лексічная неспалучальнасць слоў (...*выдаткуйце і хвіліны...*) (*выдаткаваць* грошы, *але: знайсці* (аддаць) час, хвіліны).

2. Марфалагічная памылка: назоўнікі са значэннем канкрэтнасці ў родным склоне маюць канчатак *-а*: «*Адна з нашых мэт – забяспечыць прысутнасць сімвалаў і знакаў нашага народу ў жыцці людзей і ў звычайны дзень, і ў свята*» (...нашага народа..., *але: шмат народу*).

3. Не захавана аднастайнасць у паўторы сказаў: у шапцы сайта напісана «*А ў падзяку мы дорым Вам дадатковую зніжку 5%*», а ніжэй у тэксце у названым сказе слова 'дорым' заменена на 'даем': «*У падзяку мы даем Вам дадатковую зніжку 5%*». На першы погляд неістотная замена, сэнс сказа не парушаецца, аднак словы адрозніваюцца семантычнымі адценнямі і ў рэкламным тэксце гэтыя адценні маюць значэнне.

4. Паўтор слоў у сказе: «*Пракантралюем хаду і якасць выканання працы, даставім гатовыя рэчы...вырабім рэчы* любой складанасці, *на-нясем Ваш лагатып*».

5. У раздзеле «Зніжкі» прыведзены спіс пунктаў, з дапамогай якіх пакупнікі могуць удзельнічаць у бонуснай праграме, але на пачатку

пералічэння няма абагульняльнага слова: «*Прыняць удзел у нашых маркетынгавых даследаваннях... Зніжка за пост: -10% усім, хто размесціць у сваім профілі фота/тэкст пра краму... Прыйсці за набыткамі ў перыяды буйных традыцыйных каляндарных святаў – Вясновага і Восеньскага Раўнадзенства і Купалля і атрымаць зніжку 6%*». Таксама ў адзначаным намі вышэй словазлучэнні са значэннем мэты дапушчана памылка: вінавальны склон патрабуе прыназоўніка *на* з дзеясловамі руху: *Прыйсці на набыткі...*

Як станоўчы момант варта адзначыць напісанне слова «запакоўка» ў раздзеле сайта, дзе прадстаўлены варыянты падарункавых пакетаў. Гэтая лексічная норма замацаваная ў слоўніках, аднак рэдкаўжывальная, бо ў вусным і пісьмовым маўленні пераважае «ўпакоўка», сугучная рускаму «упаковка».

Памылкі на сайце «Калядная крама» практычна не сустракаюцца, магчыма, таму, што першапачатна ўсе катэгорыі тавараў, раздзелы ў пошуку і кантакты былі напісаны на беларускай мове. Тут часткова выкарыстоўваецца лацінка, нямецкая ці ангельская мовы для напісання некаторых слоў, каб прывабіць свайго пакупніка: «Мануфактура Kaliady», «Christbaumschmuck», «Coca-Cola», «аздобы Disney». Ва ўсіх імёнах іншамоўнага паходжання дапушчана памылка ў фіналах -эр, -ус: «Гары Потар», «Герміона Грэйнджар», «Гары Потар на мятле», «Людцыюс Малфой» [13]. Аднак, на нашу думку, такое напісанне адлюстроўвае стыхійны працэс паступовага пераходу да напісання канцавых -ар, -аль, -юс у названай вышэй групе слоў.

Выяўленыя памылкі на сайтах зусім не зніжаюць вартасці спробаў кампаній вярнуць беларускую мову ў грамадскі ўжытак. Гэта важны і пазітыўны крок, які дэманструе імідж кампаній, робіць іх прадукцыю пазнавальнай, «маркіраванай» для беларускага спажыўца. Разам з гэтым за такой практычнай мэтай бачацца і спробы захаваць нацыянальную мову, уласную этнакультурную ідэнтычнасць у часы глабалізацыі, узаемапранікнення культур, імкнення да агульнасці і ўніфікацыі, ва ўмовах няроўнага беларуска-рускага дзяржаўнага білінгвізму. Аднак у такой складанай для беларускай мовы сітуацыі важна, каб увага адмыслоўцаў сайтаў кампаній была звернута і на культуру пісьмовага маўлення. Гэта неабходна для пашырэння нормаў літаратурнай мовы і для павышэння агульнага ўзроўню пісьменнасці спажыўцоў беларускага кантэнту ў сёння.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Ридченко Н. Национальные языки в эпоху глобализации. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 14.02.2025).
2. Плотников А. В. Глобализация и устойчивость языков // Современные наукоемкие технологии. 2006. № 6. С. 55–56. URL: <https://top-technologies.ru> (дата звароту: 14.02.2025).
3. Гуль М. Особенности языковой политики в условиях глобализации (на примере русского и белорусского языков). URL: <https://rep.brsu.by/bitstream/handle/> (дата звароту: 14.02.2025).
4. Вэб-сайт як аб'ект перакладу: на аснове матэрыялаў сайтаў інтэрнэт-крам адзення. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/veb-sayt-kak-obekt-perevoda-na-osnove-materialov-saytov-internet-magazinov-odezhdy/viewer> (дата звароту: 26.11.2024).
5. Анлайн-крама Іў Рашэ. URL: <https://www.y-r.by/> (дата звароту: 26.11.2025).
6. Прагматычныя аспекты перакладу тэкставага кантэнту сайтаў кампаній. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskie-aspekty-perevoda-tekstovogo-kontenta-saytov-kompaniy/viewer> (дата звароту: 26.11.2025).
7. Інтэрнэт-крама. URL: https://internet-krama.by/?srsltid=AfmBOorv_Vr5Af518k3Lf_vlaYN1MI7sJnLG40V2ZWf7sz1VuymtTQnd (дата звароту: 06.05.2025).
8. Інтэрнэт-крама. URL: https://www.instagram.com/artmuseum_shop/ (дата звароту: 06.05.2025).
9. Інтэрнэт-крама. URL: <http://kanceptkrama.by/> (дата звароту: 06.05.2025).
10. Інтэрнэт-крама. URL: <https://xmas.by/> (дата звароту: 06.05.2025).
11. Інтэрнэт-крама. URL: <https://ragna.by/> (дата звароту: 06.05.2025).
12. Інтэрнэт-крама. URL: <https://alovakmag.by/tvorcyja-ludzi/pavel-malatkou.html> (дата звароту: 06.05.2025).
13. Інтэрнэт-крама. URL: https://xmas.by/catalog/harry_potter_theme/ (дата звароту: 06.05.2025).