

3. Щурина, Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. – 2010. – № 57. – С. 82–86.

УДК 81

Дубровін Ц. А.

ХУТКІЯ ФРАЗЫ: НОВЫЯ МАГЧЫМАСЦІ ДЛЯ ЗНОСІН

*Навуковы кіраўнік: ст. выкладчык Міцкевіч К. М.
Беларускі нацыянальны тэхнічны ўніверсітэт,
г. Мінск, Рэспубліка Беларусь*

Кожнаму чалавеку неабходны зносіны з іншымі людзьмі. Раней людзі мелі зносіны пры дапамозе званкоў і SMS. Сусветная Сетка істотна трансфармавала сацыяльную камунікацыю: цяпер людзі сталі “размаўляць”, абменьваючыся кароткімі тэкставымі анлайн-паведаваннямі ў месенджарах. Але пісьмова складана хутка перадаць патрэбны эмацыйны пасыл суразмоўцу, таму на дапамогу прыходзяць розныя малюнкi, эмадзі і стыкеры.

Зносіны без стыкераў у месенджарах і сацыяльных сетках цяпер здаюцца немагчымымі, і нават у дзелавай перапісцы налeпкі сталі ўспрымацца як норма. З іх дапамогай можна перадаваць абсалютна любыя эмоцыі, якія падчас цяжка выказаць аднымі толькі словамі.

Самыя першыя стыкеры з’явіліся ў японскім месенджары Line ў 2011 годзе. Азіяцкая мода хутка распаўсюдзілася на заходнія краіны.

Сапраўдны выбух папулярнасці налeпак да месенджараў прыйшоўся на 2014-2015 гады з удасканаленнем магчымасцяў для інтэрактыўных зносін праз Viber, Telegram, Facebook Messenger.

Першыя налeпкі на беларускай мове з’явіліся напярэдадні навагодніх святаў у Viber у канцы 2015 года. Налeпкі пад назвай “Традыцыі на новы лад” заслугоўваюць увагі найперш праз сваю стопрацэнтную беларускасць: выкарыстоўваецца толькі беларуская мова, беларускія жартоўныя выказванні і віншаванні, традыцыйныя навагоднія героі [1].

З 2017 па 2021 гады стыкерпакі на “мове” запусцілі такія кампаніі, як Лідскае, МТС, “Бульбаш”, аб’яднанні “Беларуская федэрацыя футбола”, БРСМ, банк Дабрабыт, “Выдавецкі дом «Беларусь сёння»” і іншыя.

У месенджарах можна падабраць калекцыю стыкераў на любыя выпадкі жыцця. Паводле тэматычнага прынцыпу ўсе стыкеры можна размеркаваць

на чатыры групы: 1) святочныя, 2) спартыўныя, 3) налепкі, прымеркаваныя да пэўных падзей, 4) бытавыя.

Усе надпісы на налепках умоўна дзеляцца на некалькі сэнсавых груп. Гэта надпісы, якія маюць у сваім складзе:

- назвы брэнда;
- назвы музычных гуртоў або спартыўных каманд;
- негатыўныя, абразлівыя словы і выразы;
- заклікі;
- маўленчыя клішэ;
- надпісы, якія дапамагаюць выказаць свае пачуцці да другога чалавека;
- цытаты, трапныя выразы.

Як відаць з прыведзенай вышэй класіфікацыі, сэнсавая нагрузка надпісаў на налепках вельмі разнастайная.

Інтэрнэт-камунікацыя – гэта спецыфічная форма зносін. Пры зносінах у інтэрнэце мы ўступаем у дыялог, але не размаўляем, а перапісваемся. Таму ў месенджары выкарыстоўваюцца прыёмы і звароты, характэрныя для вуснага маўлення.

У лексічных адзінках надпісаў на стыкерах можна вылучыць наступныя асаблівасці, уласцівыя для размоўнага стылю:

- эмацыйна-экспрэсіўныя словы, у першую чаргу словы з суфіксами суб’ектыўнай ацэнкі: *смутачак, неспадзяваначка, нечаканачка*;
- словы і выразы ўжытыя ў пераносным значэнні: *Чаго такі кіслы? Будзе гарача! Астудзіся! Палячу я, паціўкаем*;
- прастамоўная, у тым ліку вульгарная/грубая лексіка і фразеалогія: *фарбуюся; Задзяўблі, а дзюба не трэсне? Не шчоўкай дзюбай*;
- жаргонная лексіка, слэнг: *не гундось, здароўкі, пакулькі* [2, 3].

Да лексікі гутарковага стылю адносяцца словы, якія надаюць выказванню свабодны характар. Сярод гутарковай лексікі можна вылучыць некалькі груп:

- 1) вусна-размоўныя словы і выразы;
- 2) жаргонная лексіка;
- 3) лексіка арго;
- 4) неалагізмы;
- 5) словы-прафесіяналізмы;
- 6) слэнг.

У мове кожнага народа ёсць устойлівыя вобразныя спалучэнні слоў, якія ўвайшлі ў лексіку і якія атрымалі распаўсюджванне дзякуючы сваёй выразнасці. Сустрэкаюцца трапныя выразы і на налепках. Напрыклад, усе добра ведаюць выраз “*Хавайся ў бульбу*”, які абазначае вышэйшы ўзровень небяспекі (Малюнак 1) [4]. Такі выраз не занатаваны ні ў фразеалагічных

слоўніках, ні ў тлумачальных. Эквівалент такога выразу зафіксаваны ў слоўніку ўкраінскага слэнгу – “Ховайся в жито”.



Малюнак 1

Выраз “Ідзі лесам” таксама не мае канкрэтнага паходжання. Так у старажытнасці людзі ляліся адзін на аднаго, жадаючы суразмоўцу сустрэць на сваім шляху нячыстую сілу па дарозе. З лінгвістычнага пункту гледжання гэты выраз можа разглядацца як эўфемізм – “прыстойная” замена грубага або зусім непрыстойнага выразу. Уся сутнасць выразу “Ідзі лесам” – гэта нейкі негатыў, праяўляльны чалавекам на эмацыйным узроўні, каб адхіліцца ад іншага чалавека (Малюнак 2).



Малюнак 2

Стыкеры ў перапісцы перадаюць эмоцыі і пачуцці. Акрамя таго, хуткія фразы, падмацаваныя карцінкамі, дазваляюць яшчэ больш выразна перадаць сэнс выказвання, развіваюць вобразнае мысленне і ўяўленне, яны служаць інструментам узбагачэння і ўпрыгажэння інтэрнэт-зносін.

Даследаванне паказала, што галоўнымі прыметамі ў інтэрнэт-камунікацыі з’яўляецца выкарыстанне слэнгу, прастамоўя і трапных выказаў, што з’яўляецца простым і дзейсным спосабам афарбавання зносін больш яркімі эмоцыямі, падзяліцца пачуццямі.

З мэтай папулярызавання беларускай мовы былі створаны ўласныя стыкерпакі. Персанажамі сталі Дзюдзюка Барбідокская – гераіня савецкага мультфільма “Тыграня і яго сябры”, а таксама парсюк. Да выяў падабраны папулярныя сёння выразы. Напрыклад: слова “замуцім?!” выкарыстоўваецца як заклік стварыць ці арганізаваць нешта цікавае; выраз “Я не даганяю” ўжываецца ў выпадку неразумення чагосьці (Малюнк 3, 4). Фразу “З песні слоў не выкінеш” мы ўжываем у значэнні ‘сказанага не вернеш’ (Малюнак 5). Спалучэннем слоў “Не вучы вучонага” карыстамся, калі не горш за іншых ведаем, што рабіць (Малюнак 6). Фразеалагізмам “Валюся з ног” паведамляем пра стомленасць, поўную знямогу; налепкай з

устойлівым выразам “*Бакі сарваць*” рэагуем на смешнае да слёз (Малюнкi 7, 8). Налепкаю “*На дыце*”, напрыклад, можна адмовіцца ад пачастунку, а стыкер “*Пагналі ў кіно*” дапаможа сэканосіць час пры наборы паведамлення-запрашэння (Малюнкi 9, 10).



Малюнак 3



Малюнак 4



Малюнак 5



Малюнак 6



Малюнак 7



Малюнак 8



Малюнак 9



Малюнак 10

Такім чынам, электронны спосаб пісьмовых зносін уяўляе сабой пісьмовую форму гутарковай мовы, што будзеца на выкарыстанні слэнгу і вынайджэных самімі карыстальнікамі слоў і адрозніваецца перавагай неалагізмаў і незвычайных скарачэнняў. Фармат кароткіх тэкставых паведамленняў сфарміраваў асаблівую форму камунікацыі, якая пастаянна ўдасканальваецца, таму праблема моўнага афармлення такіх паведамленняў актуальная.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Налепкі на новы лад: першыя стыкеры ў Viber на беларускай мове [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://marketing.by/analitika/nalepki-na-novy-lad-pershyuya-stykery-viber-na-belaruskay-move/mobile> = Y. – Дата доступу: 04. 09. 2019.

2. Слоўнік моладзевага слэнгу [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: http://anatolv.narod.ru/dadatkoviyа_materiyali_pa_belaruskai_move/. – Дата доступу: 23. 10. 2019.

3. Сямешка, Л. І. Курс беларускай мовы: падручнік / Л. І. Сямешка, І. Р. Шкраба, З. І. Бадзевіч. – Мінск: Універсітэцкае, 1996. – 654 с.

4. Чаму беларусы кажуць “хавайся ў бульбу” і як гэта перакласьці на расейскую [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://www.svaboda.org/a/bulba-viacorka/27850434.html>. – Дата доступу: 10. 10. 2019.