

## ФОНАСТЫЛІСТЫЧНЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ Ў СУЧАСНАЙ ЛІНГВІСТЫЦЫ

У сучасным мовазнаўстве цікавасць да вывучэння гукавога ладу беларускай мовы застаецца адным з фактараў развіцця тэорыі мовы. Фанетычны аналіз гукавых сродкаў мае на мэце выяўленне асноўных адзінак, апісанне іх фанетычных уласцівасцей і правіл выкарыстання ў мове.

Фонастылістыка вывучае рэалізацыю стылістычных магчымасцей фанетычных адзінак з улікам сітуацыі і мэты зносін. Вырашэнне лінгвістычнай задачы адбываецца праз метады – сукупнасць аперацый над моўным матэрыялам. Фонастылістыка, як і сучасная фанетыка, карыстаецца эксперыментальна-фанетычнымі метадамі, якія прымяняюцца ў акустыцы і фізіялогіі, для аналізу гукавых адзінак.

Пры правядзенні даследаванняў выкарыстоўваецца метады комплекснага аналізу матэрыялу, які дазваляе разглядаць вуснае маўленне як сістэму з іерархічнымі адносінамі. Аналізуецца таксама структура фонастыляў і асаблівасці рэалізацыі фонастылем у вусным тэксце.

Асноўную методыку фонастылістычных даследаванняў складаюць працэдуры сінтэзу і аналізу, якія дазваляюць убачыць аб'ект даследавання ў дэталі і ў цэлым.

Пры апрацоўцы матэрыялу выкарыстоўваюцца самыя разнастайныя метады: статыстычна-матэматычныя, графічныя, квантатывныя (колькасныя), метады аўтаматычнай апрацоўкі і інш. Электронная вылічальная тэхніка дапамагае выявіць статыстычныя характарыстыкі маўлення, карыстаючыся метадамі матэматычнай тэорыі інфармацыі. Вымярэнне фізічных параметраў маўлення (хуткасці і працягласці маўлення, колькасці і якасці паўз, частаты асноўнага тону, сярэдняй, мінімальнай і максімальнай гучнасці маўлення, нот маўлення, інтанацыйнага малюнка) можа праводзіцца пры дапамозе сучасных сістэм камп'ютэрнага мадэлявання вуснага маўлення “SonySoundForge”, “SonicSonar”, “CoolEdit” і інш. Пры аналізе матэрыялу актуальным з'яўляецца сэмплерны метады, які дазваляе выявіць колькасць гукаў маўлення за секунду. Сэмплы адметным чынам спалучаюцца ў гукі (10000 сэмплаў адпавядаюць 1 гуку). Разлік праводзіцца па наступнай формуле:  $f=S/10000t$ , дзе  $f$  – колькасць гукаў маўлення,  $S$  – колькасць сэмплаў, а  $t$  – час гучання маўлення ў секундах.

Фонастылістыка валодае шырокімі магчымасцямі ў выбары і выкарыстанні разнастайных аперацый і методык аналізу пры вырашэнні лінгвістычнай задачы. На сённяшні дзень беларуская фонастылістыка мае значныя навуковыя здабыткі. Даследчыкамі сабраны багаты тэарэтычны і ілюстрацыйны матэрыял. Вуснае маўленне аналізуецца як з пазіцый уплыву лінгвістычных (сегментных і суперсегментных адзінак), так і экстралінгвістычных фактараў, таму прадметамі даследаванняў выступаюць розныя аспекты вуснага маўлення.

УДК 659.123-057.21

Г. К. Чахоўскі, дацэнт (БДУ, г. Мінск)

### **БЕЛАРУСКІ РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ У СІСТЭМЕ ПАДРыхТОЎКІ СПЕЦЫЯЛІСТА-ФІЛОЛАГА**

Рэклама – феномен, які нікога не можа пакінуць абыякавым. Адны імкнуцца адгарадзіцца ад яе, ігнаруючы рэкламныя заклікі. Іншыя, наадварот, пільна сочаць за ёй, назіраюць за яе развіццём. Да апошніх можна аднесці і сучаснага выкладчыка, які абавязаны быць дасведчаным ва ўсім, што цікавіць яго студэнтаў. Аднак рэклама цікавіць нас не толькі як матэрыял для педагагічнай дзейнасці, але і з пункту гледжання “чыстай” навукі, паколькі рэкламны тэкст – гэта адзін з найбольш выразных прыкладаў сучаснага існавання мовы, поле для ўжывання яе вобразна-выяўленчых сродкаў.

Паняцце “тэкст” разглядаецца не толькі з традыцыйнай (асабліва вербальнай), але і з постмадэрнісцкай (шматкодавай) пазіцыі. Гэта дае нам права аналізаваць рэкламу ва ўзаемадзеянні ўсіх знакавых сістэм (ад вербальнай і іканічнай да колеравай, музычнай і інш.).

У сістэме падрыхтоўкі спецыяліста-філолага курс “Беларускі рэкламны тэкст” спрыяе пашырэнню лінгвістычнага кругагляду навучэнцаў, паглыбленаму знаёмству з асаблівасцямі рэкламнага дыскурсу, які чула рэагуе на любыя змены ў сістэме мовы і з’яўляецца адной з актыўных абласцей масавых камунікацый. Да таго ж, дзякуючы сваёй актыўнасці і агрэсіўнаму характару ўздзеяння, рэклама ўкараняецца ў адукацыйную прастору (выступае як прывабная для носбітаў мовы крыніца звестак пра свет, цытуецца ў маўленні, размяшчаецца на прамысловых таварах, у мастацкай і вучэбнай літаратуры і г. д.), што нельга не ўлічваць пры падрыхтоўцы будучых філолагаў-лінгвістаў. Вывучэнне сродкаў стварэння