

логии цвета в маркетинге необходимо, если вы хотите стимулировать клиентов к определенным действиям. Но руководствоваться только принятыми значениями цветов не стоит. При оформлении рекламной кампании учитывайте все возможные нюансы. Выбирайте эмоцию, которую хотите от покупателя – именно с ней он потом будет ассоциировать ваш продукт.

УДК 81

Роман Капустин

(Республика Беларусь)

Научный руководитель О.Г. Романовская

Белорусский государственный аграрный технический университет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

В своей статье я хотел бы обратить внимание на некоторые актуальные проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в области компьютерной лингвистики. Как мы знаем, компьютерная лингвистика – это увлекательное исследование, где язык и технологии переплетаются, чтобы создать инновационные решения в области обработки естественного языка. Эта дисциплина объединяет знания лингвистов и программистов, чтобы разрабатывать системы, способные понимать, генерировать и обрабатывать текст на естественных языках. Однако, несмотря на значительные успехи в этой области, существуют ряд проблем, которые требуют внимания. Первая проблема, с которой сталкиваются исследователи компьютерной лингвистики, – это сложность адаптации систем к различным языкам и культурам. Многие существующие технологии и алгоритмы разработаны для английского языка и не всегда эффективно работают с другими языками. Это создает препятствия для развития машинного перевода.

Другим важным аспектом компьютерной лингвистики является распознавание речи. Технологии распознавания речи позволяют устройствам и приложениям интерпретировать устную речь и преобразовывать ее в текст перевода, распознавания речи и других приложений, требующих работу с множеством языков.

Вторая проблема связана с недостаточной точностью и пониманием контекста текста компьютерными системами. Несмотря на значительные успехи в области глубокого обучения и нейронных сетей, многие системы все еще испытывают трудности в правильном интерпретировании смысла текста, особенно в случае двусмысленности или сленга.

Третья проблема, о которой стоит упомянуть, – это проблема конфиденциальности и безопасности данных. С увеличением объемов текстовых данных, собираемых и анализируемых компьютерными системами, возникает риск утечек личной информации и нарушений конфиденциальности. Это вызывает серьезные опасения среди пользователей и требует разработки эффективных методов защиты данных.

Несмотря на эти проблемы, современная компьютерная лингвистика продолжает развиваться и стремиться к новым достижениям. Решение этих проблем требует совместных усилий лингвистов, программистов, специалистов по информационной безопасности и других профессионалов. Только через коллективную работу мы сможем преодолеть вызовы, стоящие перед нами, и создать более эффективные и безопасные технологии обработки языка.

UDC 316.28:33

Pavel Kisun

(The Republic of Belarus)

Scientific supervisor L.V. Zakharyeva,

PhD in Pedagogy, associate professor

Belarusian State Agrarian Technical University

FORMS OF MARKETING COMMUNICATIONS FOR AGRIBUSINESS COMPANIES

The need for marketing communications in agribusiness companies has increased in recent years. Marketing communications (Marcom) are channels and tools a company uses to communicate the necessary message to the target group. They cover PR, branding, advertising, packaging, social media, and more. Marcom allows customers to understand a company and product it offers and a brand to reduce the sales cycle.