

УДК

Лаврентьев Александр Иванович,

Кандидат филологических наук, ИИЯЛ, доцент кафедры
теории языка, межкультурной коммуникации и зарубежной литературы
ФГБОУ ВО «УдГУ»

Россия, г. Ижевск

Lavrentev Aleksandr I.

Udmurt State University

Russia, Izhevsk

ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ ТЕКСТЫ В МНОГОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ ПРОСТРАНСТВЕ

HUMOROUS TEXTS IN MULTILINGUAL INTERNET ENVIRONMENT

Аннотация

В статье рассматриваются результаты исследования, проведенного группой израильских ученых, изучавшего практику переводов шуток в англоязычном, китайском, испанском, японском, французском, немецком, португальском, арабском, корейском и русском сегментах интернета. Они позволяют сделать вывод о том, что технологии и инфраструктура глобализованного мира одновременно создают готовые решения, задают рамки деятельности и навязывают универсальные шаблоны, с другой же стороны они допускают их применение рядовым пользователем для выражения уникального для конкретной культуры/субкультуры, страны, региона или местности содержания, способствуя культурному и языковому разнообразию.

Abstract

The article considers the results of a study conducted by a group of Israeli scientists who studied the practice of translating jokes among English, Chinese, Spanish, Japanese, French, German, Portuguese, Arabic, Korean and Russian speaking users of the Internet. The article argues that although modern globalized world is making everything homogeneous its technology and infrastructure provides necessary tools used by ordinary internet users to maintain originality of their cultures and foster cultural and linguistic diversity.

Ключевые слова: юмор, интернет, глобализация, глокализация, мультилингвальность.

Keywords: humor, internet, globalization, glocalization, multilingualism.

Смех и юмор являются важными элементами вербальной и невербальной коммуникации. С развитием информационно-коммуникационных технологий модифицируются и отдельные аспекты смеховой коммуникации. Когда шутки существовали преимущественно в устной форме, было трудно проследить их происхождение, эволюцию и их вариации, но их распространение через интернет делает решение этой задачи вполне осуществимым. Более того, информационные технологии позволяют увидеть как та или иная шутка распространяется в разных регионах мира, приобретая новые языковые формы и обрастая различными видами культурных контекстов. В результате, изучение распространения шутки в мировом информационном пространстве позволяет выявить актуальные аспекты современных процессов интернационализации и глобализации.

Термин «глобализация» за последнее время оброс дополнительными оценочными и эмоциональными коннотациями, связанными с политическими последствиями его

использования, так как глобализация часто воспринимается как процесс распространения западной (в частности, американских) культуры и идеологии в ущерб всем остальным.

Начиная с середины 1990-х годов в социологии появляется термин, заимствованный из практики ведения бизнеса японскими корпорациями, который дополняет и уточняет термин «глобализация» – «глокализация». Он впервые встречается в работах британского ученого Роланда Робертсона. Под ним понимается процесс экономического, социального и культурного развития, характеризующийся сосуществованием разнонаправленных тенденций: с одной стороны, вызванных глобализацией процессов гомогенизации и стирания региональных различий, с другой же стороны, их сохранение и усиление. Унификация сопровождается и уравнивается гетерогенизацией и дифференциацией. В одном ряду с термином «глокализация» находится и термин «банальный национализм» Майкла Биллига, который он определяет как повседневные, часто не маркированные как национальные символы, которые используются для конструирования национальной принадлежности. Например, такими предметами могут быть флаги, карты, монеты или события, происходящие в сфере массовой культуры - олимпиада или конкурс Евровидения. Они создают среду, которая формирует чувство принадлежности, обозначаемого местоимениями «мы» или «наши».

Глокализация и банальный национализм являются реакцией, но одновременно и продуктом глобализации, так как они используют и могут существовать только благодаря глобальной инфраструктуре. Поэтому ряд исследователей создал термин «банальная глобализация» или «банальный космополитизм» - похожее использование не замечаемых публикой образов глобального мира, которые формируют в массовом сознании представление о человеке, как жителя планеты, который несет ответственность за судьбу всего мира.

Несмотря на то, что информационно-коммуникационные технологии интернациональны, киберпространство формируется во многом под воздействием материального, социального, лингвистического и культурного контекстов. Поэтому интернет на уровне пользовательской среды представляет собой пространство глокализации как в формах поведения пользователей так и в силу их лингвистических различий.

Как известно, юмор существует в первую очередь для того, чтобы его генерировать и распространять - хорошая шутка та, которой хочется поделиться с возможно большим числом слушателей. Интернет в этом отношении идеальная среда для существования юмора. Он обладает следующими важными для этого качествами. Во-первых, точность передачи сообщения без искажений и помех на большие расстояния, что для юмористических текстов особенно важно, так как они отличаются высокой информационной емкостью. Во-вторых, интернет позволяет тиражировать произведения в неограниченных количествах, причем это тиражирование в условиях Web 2.0 обеспечивают рядовые пользователи, что позволяет с высокой точностью измерить уровень популярности той или иной шутки. В-третьих, длительность использования произведения. В устной форме шутки в силу их злободневности имели очень короткий срок жизни, благодаря интернету они гораздо дольше фиксируются в массовом сознании, хранясь в глобальной электронной памяти, и могут перелицовываться, обретая вторую, третью и более жизней.

Таким образом, Интернет обеспечивает необходимые и достаточные условия для глобального обмена контентом. Вместе с тем реализация этого потенциала не сводится исключительно к технологиям. На самом деле это целый комплекс связанных между собой практических действий, принимаемых решений и осуществленного выбора множества рядовых пользователей глобальной сети. Однако все они говорят на разных языках, поэтому в то время как чисто технически национальные границы легко преодолимы, лингвистические и культурные барьеры продолжают существовать.

Наглядным материалом, позволяющим рассмотреть аспекты глобализации и глокализации может служить юмор. С одной стороны, юмористические тексты являются показательными для культуры или субкультуры, которая их порождает и в которой они циркулируют. Они специфичны по отношению к месту и времени своего создания, отражают нормы и ценности среды, структуру приоритетов, систему властных отношений и коллективных страхов. Что касается корпуса юмористических текстов, существующих в глобальной сети, то их можно назвать свидетельствами процесса «глобализации снизу» или результатами глобализации, сгенерированной пользователями, так как эти тексты в основном создают, переводят, адаптируют и распространяют по всему миру рядовые пользователи. Этим процессом не управляют крупные медиа-корпорации, он находится в некоммерческом секторе интернета, а после перевода и локализации шутки ее иностранное происхождение становится менее очевидным и для аудитории, и для ретрансляторов.

С другой стороны, юмористические тексты основаны на многозначности допустимых интерпретаций, часто используют реалии страны происхождения шутки и языковую игру, что затрудняет их переводы на другие языки. В 2014 году израильскими учеными были опубликованы результаты исследования переводов самых популярных в разных языковых сегментах интернета шуток. Исследование состояло из пяти этапов. На первом были отобраны 100 самых популярных шуток на самых популярных англоязычных интернет-ресурсах. На втором этапе исследовалось наличие их переводов на сайтах, находящихся за пределами англоязычной части интернета, но пользователи которых являются носителями самых популярных наряду с английским языков в интернете: китайского, испанского, японского, французского, немецкого, португальского, арабского, корейского и русского. На третьем этапе изучалась история каждой шутки, фиксировалось сравнительное время их появления в том или ином языковом варианте. На четвертом этапе анализировались и сравнивались глобальные шутки, сохранившиеся в процессе перевода без изменений, и шутки, подвергшиеся локальным адаптациям. На последнем этапе изучался характер изменений, которые происходили с шутками в процессе перевода.

В ходе исследования было установлено следующее: трансляция шуток осуществлялась с использованием двух переводческих стратегий - экзотизация и доместикация. Экзотизация означала перевод с сохранением маркеров, указывающих на иноязычное происхождение шутки. Доместикация, то есть освоение и культурная адаптация реализовывалась тремя способами. Первый - поверхностная локализация путем замены реалий, имен действующих лиц или места действия. Второй - адаптация шутки к культурному контексту языка перевода. При этом если буквальный перевод и поверхностная локализация оперируют универсальными нормами, ценностями и явлениями, то в случае культурной адаптации оказываются задействованы культурно и этно специфические явления, связанные с культурой носителей языка перевода. То есть происходит глокализация - заимствованный материал используется, чтобы выразить свою самобытность. Так происходит в следующем примере. Оригинальная версия звучит так:

«Three contractors are bidding to fix a broken fence at the White House. One is from New Jersey, another from Tennessee and the third from Florida. They go with a White House official to examine the fence. The Florida contractor takes out a tape measure and does some measuring, then works some figures with a pencil. “Well,” he says, “I figure the job will run about \$900 – \$400 for materials, \$400 for my crew and \$100 profit for me.” The Tennessee contractor also does some measuring and figuring, then says, “I can do this job for \$700 – \$300 for materials, \$300 for my crew and \$100 profit for me.” The New Jersey contractor doesn’t measure or figure, but leans over to the White House official and whispers, “\$2,700.” The official, incredulous, says, “You didn’t even measure like the other guys! How did you come up with such a high figure?” The New Jersey contractor whispers back, “\$1,000 for me, \$1,000 for you and we hire the guy from Tennessee to fix

the fence.” “Done!” replies the official.» (Цитируется по: <https://www.wnd.com/2010/11/222705/#pbkcAsMyI6cyHc4q.99>)

В русской версии эта шутка принимает следующую форму: «Немец, француз и русский пришли наниматься в летчики.

Спрашивают у немца: как у тебя с опытом?

-Да я уж 20 лет летаю, на всех типах самолетов.

-А какую требуешь зарплату?

-Мне хватает 3000\$ в месяц.

-На что потратишь?

-1000 себе, 1000 жене, 1000 в банк положу.

Спрашивают француза:

-А у тебя как с опытом?

-уж 25 лет за штурвалом.

-Сколько тебе платить?

-6000

-На что потратишь?

-2000 мне, 2000 жене, 2000 любовнице.

Вызывает начальник русского.

-Ну, какой у тебя стаж?

-Да никакого.

-А ты вообще-то летчик?

-Да нет, с чего вы взяли.

-Ну так на какую зарплату ты рассчитываешь?

-9000\$

-Куда же столько?

-Как куда? 3000 мне, 3000 тебе, а остальные тому немцу...»

(Цитируется по: <https://www.anekdot.ru/id/-1010200222/>).

Третий способ культурной адаптации противоположен предыдущему. Из оригинала в процессе перевода исключаются культурно и этно специфические явления, связанные с культурой носителей языка перевода, то есть модифицированный вариант становится более универсальным и глобализированным. Чаще всего это фиксируется при переводе на языки стран, находящихся от языка оригинала на значительной культурной дистанции, например, при переводе с английского на арабский.

Таким образом, характер распространения юмора в пространстве всемирной сети интернет раскрывает противоречивость процессов глобализации и интернационализации современной культурной жизни. Технологии и инфраструктура глобализованного мира одновременно создают готовые решения, задают рамки деятельности и навязывают универсальные шаблоны, с другой же стороны они допускают их применение рядовым пользователем для выражения уникального для конкретной культуры/субкультуры, страны, региона или местности содержания, способствуя культурному и языковому разнообразию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Касабуцкая М.С. Глокализация и особенности межкультурного взаимодействия // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры, Т. 206, 2015, С/ 205-212.
3. Shifman, L., Thelwall M. Assessing global diffusion with Web Memetics: The spread and evolution of a popular joke // Journal of the American Society for Information Science and Technology, No 60(12), P. 2567-2576.
2. Shifman L., Levy H., Thelwall M. Internet Jokes: The Secret Agents of Globalization? // Journal of Computer-Mediated Communication, No 19, 2014. P. 727–743.