

наиболее частотных переводческих ошибок, вызванных отсутствием у переводчика элементарных знаний, мы сформируем наиболее общий список вопросов для необходимого изучения в курсе перевода.

В основе знакомства с подобными элементами должно лежать теоретическое понятие о культурной составляющей текста. Представляется возможным предложить наиболее общее описание культурной составляющей перевода на основе анализа переводческой практики и групп наиболее частотных переводческих ошибок, связанных с незнанием или непониманием сущности культурной составляющей переводимого текста. Принципиально важным является отделение культурной составляющей от собственно лингвистической составляющей переводного текста. В качестве рабочего определения может быть предложено следующее: элементы лингвистической составляющей потенциально выводимы из знания языка и его системных законов и закономерностей; как правило, они отражены в словарях и переводчику достаточно справиться в соответствующем двуязычном источнике. Элементы культурной составляющей принципиально не выводимы из системных знаний о языке и соотношениях двух языков; переводчик должен *знать*, что это за элемент, и знать то единственное соответствие, которое имеется в языке перевода для данного слова. Например, сказанное касается ряда географических названий, которые по своему звучанию принципиально отличаются в некоторых языках. В целом же в рамках КСТ могут быть объединены группы весьма разноплановых явлений. Ниже мы попытаемся назвать основные группы элементов, относящиеся к культурной составляющей текста и составляющие, по нашему мнению, необходимый культурный минимум будущего переводчика.

1. Текстовые структуры и способы сегментации текста: а) особенности выделения структурных частей текста (главы, разделы, их нумерация); б) жанровые структуры (в составе) текста; в) особенности отражения жанровой принадлежности текста; г) интертекстуальности.

2. Отдельные тематические группы лексики: а) именованья Бога, обычаи и обряды, названия фольклорных персонажей; б) названия административно-территориальных единиц, правителей и иных чиновников; названия мер длины, веса и др., денежных единиц и др. общественно-политических реалий; в) наименования животных, растений, наиболее характерных явлений природы; г) междометия и звукоподражания; д) эвфемизмы и вульгаризмы; е) фразеологизмы и паремии, особенно в трансформированном виде.

3. Имена собственные: а) географические названия (топонимы и др.); б) антропонимы, клички животных и др.; в) имена собственные в функции имен нарицательных; г) этнонимы; д) описательные имена собственные (Город на Неве); е) названия наиболее известных торговых марок.

4. Отклонения от литературной нормы (жаргонизмы, передача иностранного акцента, диалектных особенностей, дефектов речи и др.).

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА КАК ЯВЛЕНИЕ ТЕХНОГЕННОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Воронович И. Н., Белорусский государственный университет культуры и искусств

Вера в технический прогресс, в то, что он способен сделать человека лучше, духовнее не вполне оправдался. Более того, формирование искусственной, технической среды привело еще к одному парадоксальному результату — человек стал зависеть от того, что должно было служить для него пропуском к свободе, счастью. Уподобление

человека машине, как и сведение сущности человека к потреблению, способствовало превращению межличностных отношений в отношения товарного характера. Не только общение становится товаром, но и интеллект. Отношение к интеллекту как источнику и средству потребления получило название ауторсинга, который является эквивалентом интеллектуального рабства. По-видимому, причинами подобных явлений становятся «омассовление» (в понимании Х. Ортега-и-Гассет), «одномерность» (Г. Маркузе) человека и общества. Фетишизация потребления, удовлетворение материальных потребностей превращается в духовный акт, приносящий удовольствие. Массовая культура формирует «духовную» жизнь общества потребления, которое характеризуется подъемами в экономике и научно-техническим прогрессом. Высокий уровень жизни, новые способы производства, появление товаров, произведенных на строго научной основе, информационная революция обусловили высокую потребительскую активность населения. Оказалась, что жизнь современного человека бессмыслима без технического и механического оснащения. Доступность информации благодаря телевидению, радио, прессе привила в некоторой степени культ материальных ценностей и потребительского сознания у большинства населения.

Современный человек находится в сложной ситуации смены культурных приоритетов технического общества, где больше ценятся физические, интеллектуальные и волевые усилия. Происходит снижение культурной активности, люди меньше обращают внимания друг на друга, становятся более эгоистичными; человек теряет ценности, накопленные в процессе социализации в предыдущий период. Людям тяжело ориентироваться в социальном пространстве, зачастую их поведение не соответствует данной жизненной ситуации. Это объясняется целым комплексом причин и факторов, среди которых следует назвать феномен мозаичности культуры. Ареал так называемой западной культуры к середине прошлого столетия значительно расширился, ее ценности и мышление претерпели значительную трансформацию: они теряют характер преемственности. Мышление и культурное пространство в целом начинают представлять структуру без структуры: огромное количество отрывков разнобразной информации, подчас слабо между собой связанных, относящихся к различным культурно-историческим нишам. И личность, и социально-культурная среда, в которой она находится, оказываются в свособразном адаптационном тупике — ведь прежний опыт далеко не всегда может подсказать, каким образом действовать.

Важными чертами современности являются стереотипизация образа жизни людей, формализация контактов и обезличивание общения между ними, а также потеря личностных ориентиров в целом, возникшие в результате научно-технического прогресса и появления информационного общества, высокого развития электронных средств массовой информации и интернет-технологий. Массовая культура и коммуникация формируют массовую личность, духовные интересы которой теряют свою значимость в сравнении с актуальностью материальных запросов, упрощаются гуманистические ценности и снижается общекультурный уровень индивида в целом. Появляется человек, который не в силах обладать единством внутреннего и внешнего мира, его душевный мир становится частью механической и технической жизни современности. Подобная личность была названа «механической» (Р. Р. Кашапова). Так же следует отметить, что человек, пытающийся идти в ногу с техническим развитием, но не успевающий следить за своим индивидуальным уровнем, оказывается в ситуации внутреннего конфликта, недовольства собой, собственной жизнью. Ненормально и то, что человек техногенного общества находится в эмоциональной изоляции, испытывает чувство одиночества, несмотря на наличие семьи, друзей, любимой работы.

Еще одной парадоксальной характеристикой «массовой» личности является отсутствие свободы при ее кажущемся наличии. С одной стороны, массовое общество воспитывает независимую и свободную личность, которая может строить собственную жизнь в соответствии со своей волей. С другой стороны, человек находится в ситуации постоянного выбора, в принятии или непринятии власти общества над собой.

Массовая культура, являющаяся неотъемлемой частью техногенного общества, определяет следующие характеристики личности: возможность пассивного существования большинства членов общества; уклонение от повседневных проблем, рутины, обыденности; ожидание сопереживания и понимания со стороны окружающих. Это значит, что массовая культура легко усваивается, зачастую создает мир иллюзий и неоправданных надежд. Ее атрибутами являются быстродоступность, быстрозабываемость, занимательность, консерватизм, эскейтизм, гламурность, ориентированность на гомогенную аудиторию, опора на эмоциональное, иррациональное, коллективное, бессознательное и др.

Человек становится частью толпы, теряя свое «Я». Ортега-и-Гассет отмечает у массового человека потерю личностных характеристик, зависимость его чувств и эмоций от массы. Ученым выделено два типа людей, один из которых легко приспосабливается к обществу и становится одним из них «плывя по течению», является человеком массы. А другой — проявляет свою индивидуальность и не подчиняется законам общества.

Массовая культура возникла в ответ на запросы новых социальных слоев техногенного общества, захватывая и манипулируя их сознанием. Главной ее функцией является развлекающая, расслабляющая, удовлетворение потребностей не одного отдельно взятого человека, а массы в целом. Массовая культура ориентирована, прежде всего, на продажу, продажу любого товара, которым может стать все что угодно — интеллект, творчество и т. д. Постоянно повторяясь, основные ценности, утрачивают свою значимость, новизну. Разрушение ценностей приводит к использованию простых мировоззренческих установок.

В рассмотрении феномена массовой культуры существует множество подходов, которые условно можно разделить на две группы. С одной позиции (Х. Ортега-и-Гассет, Э. Фромм, Г. Маркузе, Т. Адорно и др.) массовая культура выглядит как отрицательное явление, формирующее пассивное восприятие действительности; она не способствует духовному развитию человечества, вызывает эстетическую и интеллектуальную деградацию личности. Часто ее называют псевдокультурой.

Представители противоположной (А. Флисер, Д. Белл и др.) позиции указывают на положительные черты массовой культуры: способность включать людей в совместную деятельность для рационального использования времени, создание семиотического пространства, доступность произведений традиционной культуры. Исследователи так же подчеркивают неоднозначность массовой культуры и не корректность ее противопоставления с высокой.

Современные ученые отмечают, что существование массовой культуры может нанести ущерб общему культурному потенциалу техногенной цивилизации. Так называемые псевдо-ценности массовой культуры оказывают разрушительное влияние на личность и на общество в целом. Решением проблемы, возможно, станет самоосмысление, самовоспитание и саморазвитие отдельно взятой личности, наполнение массовой культуры возвышенными идеями, эстетически совершенными образами, социальными сюжетами, значимыми для общества.