

## Skaitmeninės kultūros, komunikacijos, naujų medijų kalbos ir vertimo studijų sąsajos

Vilmantė Liubinienė

**crossref** <http://dx.doi.org/10.5755/j01.sal.0.22.4596>

**Anotacija.** Kultūros, komunikacijos ir kalbos transformacijų kontekste skaitmeniniame amžiuje atsiveria tarpdalykinių mokslinių tyrimų niša. Globalūs, visuotiniai pokyčiai sąlygoja vertimo studijų raidą. Gyvename naujų medijų sąlygotos skaitmeninės kultūros ir komunikacijos proveržio laikotarpiu, kai kokybiško vertimo ir informacijos sklaidos būtinybė paverčia visus rašytojais ir vertėjais. Šio straipsnio tikslas – aptarti vertimo studijų ir skaitmeninės kultūros, komunikacijos, naujų medijų kalbos sąsajas ir išanalizuoti KTU Humanitarinių mokslų fakulteto „Technikos kalbos vertimo“ programos bakalauro baigiamųjų darbų tematikos įvairovę ir galimą plėtotę. Atlikta analizė atskleidė, kad šiuolaikinės vertimo studijos turi daug sąlyčio taškų su filosofija, informatika, psichologija, sociologija, skaitmenine kultūra, literatūra, medijų studijomis ir technologiniais mokslais, todėl įvertinus skaitmeninės kultūros, naujosios komunikacijos, naujų medijų kalbos atveriamas mokslinių tyrimų perspektyvas, ateityje galima būtų plėsti vertimo ir medijų studijų teminį paradigmą. Mokslinių tyrimų tarpdalykiškumas leistų parengti plataus profilio specialistus, konkurencingus globalioje darbo rinkoje.

**Reikšminiai žodžiai:** *skaitmeninė kultūra, komunikacija, kultūrinis kontekstas, naujų medijų kalba, vertimo studijos, lokalizacija, tarpdalykiškumas.*

### Įvadas

Humanitarinių, socialinių ir technologinių mokslų jungtyje gimstanti skaitmeninė kultūra kelia klausimą apie esmines kultūros, komunikacijos ir kalbos transformacijas. Šiame kontekste atsiveria platus mokslinių tyrimų laukas. Įvertinus visuotinius globalius pokyčius, neišvengiamai kyla tarpdalykinių mokslinių tyrimų būtinybė, taigi siaura, grynai lingvistinė vertimo studijų samprata praranda patrauklumą. Vertimas tampa suvokiamas kaip tarpkultūrinis ideologijos, mąstysenos, pasaulėžiūros perdavimas, priklausantis nuo daugelio parametrų, tokių kaip šalies istorija, visuomenės vystymasis ir kitimas, lyties stereotipų formavimasis, socialinė ir ekonominė sistema, ir daugybė kitų mūsų kasdienybę veikiančių veiksnių. Kalba lemia žmogaus mąstymą, pažinimo procesą, kultūriškai formuoja ir keičia elgseną, gyvenimo būdą. Žmonės, augę skirtingose kultūrinėse aplinkose ir kalbantys skirtingomis kalbomis, turi skirtingą pasaulio sampratą, tad nenuostabu, kad kultūriniai skirtumai formuoja ir kitokią vertybinę skalę bei elgseną, kitokias gyvenimo normas. Vertėjo vaidmuo šiame kontekste iš esmės keičiasi. Vertėjas tampa tarpininku tarp tų skirtingų kultūrinių aplinkų ir jo tikslas tas aplinkas padaryti pasiekiamas ir pažįstamas vis platesnei globaliai mąstančiai auditorijai. Taigi vertimas vis dažniau traktuojamas kaip tam tikra idėjų komunikacija, supažindinanti skaitytojus su naujais horizontais, atverianti naujus pažinimo kanalus. Vertimas – komunikacija, skatinanti idėjų sklaidą globaliu mastu.

Šio straipsnio **tikslas** – aptarti vertimo studijų sąsajas su kitais mokslais, įvertinant skaitmeninės kultūros, naujosios komunikacijos, naujų medijų kalbos įtaką ir kartu išanalizuoti, kaip šie procesai atsispindi Kauno technologijos universitete (KTU) Humanitarinių mokslų fakulteto (HMF) „Technikos kalbos vertimo“ programos bakalauro baigiamųjų darbų tematikoje.

**Tyrimo objektas** – dvejetainis. Teorinėje darbo dalyje analizuojamas vertimo studijų tarpdalykiškumas, o empirinėje darbo dalyje atliekama „Technikos kalbos vertimo“ programos bakalauro baigiamųjų darbų teminės įvairovės atvejo analizė.

**Tyrimo metodai** – sisteminė mokslinės literatūros analizė, aprašomasis lyginamasis metodas ir atvejo analizė.

### Vertimo studijų raidos etapai

Per pastaruosius tris dešimtmečius vertimo studijų raidoje įvyko labai daug pokyčių. 1980-ieji įvardijami kaip „kultūrinio posūkio“ metas (Bassnett, Lefevere, 1990); 1990-ieji pasižymi „sociologinio / socialinio aspekto“ (Touy, 1995) vertimo studijose atsiradimu; 2000-ieji įsimintini kaip „technologinio posūkio“ laikotarpis; 2010-ieji, tikėtina, jog gali būti įvardinti „naujų medijų sąlygotos skaitmeninės kultūros ir komunikacijos proveržio“ dešimtmečiu.

Visi šie išvardyti raidos etapai yra socialinių, politinių, ekonominių ir kultūrinių pokyčių atspindys, nes vertėjas, kaip pagrindinis idėjų skleidėjas, yra glaudžiai susijęs su bendru sociokultūriniu fonu. Todėl vertimo negalime studijuoti atskirai nuo visuomenės ir kultūros konteksto. Tuo būdu vertimo studijos neatsiejamai tampa tarpdalykinėmis ir tarpsritinėmis. Į šį aspektą ne kartą atkreipė dėmesį M. Snell-Hornby (1988; 2006). Norint suvokti tikrą ryšį tarp originalo ir išversto teksto, reikia išmanyti to laikmečio minties raidą, visą platų kultūrinį kontekstą. Vertimas neįmanomas, jeigu siekiama tik tekstų atitikimo. Turinio ir kalbos santykis originalo tekste yra visai kitoks nei vertimo tekste. Pasak S. Rendall (1997), originalo tekste turinys ir kalba sudaro vienetą, vertimo tekste turinys įvilktas į klostuotą karališką mantiją. Žodžiai turi emocines konotacijas, o pažodinis vertimas neatitinka prasmės ir gali kilti nesusipratimų.

G. Touy (1995, p. 54) akcentuoja sociologinio / socialinio vertimo studijų aspekto svarbą, atkreipdamas dėmesį į so-

cialinės psichologijos ir pažinimo mokslų įtaką vertimo studijų raidai.

Technologinį vertimo studijų raidos posūkį sąlygojo technologinės revoliucijos. Stebime procesą, kai fragmentuotas pasaulio suvokimas keičia iki šiol vyravusį vientisą linijinį mąstymo būdą. Pasaulio vaizdiniai nuo J. Gutenbergo spaudos preso išradimo laikų XV a. buvo konstruojami atitinkamai pagal spausdintinio puslapio formatą. 1454 metais J. Gutenbergo atspausdinta biblija, anot A. Rab (2007), – komunikacijos revoliucijos pradžia. Praėjus septyniasdešimčiai metų po šio įvykio, Europoje jau dirbo daugiau nei tūkstantis spausdinimo presų. Spausdintas žodis sklido, to laikmečio mastais, žaibišku greičiu ir atitinkamai ėmė vyrauti tose kultūrinėse aplinkose. Spausdinis tekstas, priešingai nei žodinis naratyvas, tapo patikimu, ilgalaikiu, lengvai suprantamu ir žymiai greičiau plintančiu minties komunikacijos šaltiniu. Spausdinto žodžio era, įkūnydama analitinio, racionalaus ir sistemiskai organizuoto pasaulio modelį, susvyravo, kai XX a. penktame dešimtmetyje atsirado televizija, tapusi alternatyvia, virusiniu greičiu sklindančia komunikacine minties ir vaizdo sklaidos priemone. Na, o dar po penkių dešimtmečių prasidėjusi skaitmeninės kultūros skvarba keičia 450 metų vyravusį spausdintinio teksto ir linijinio pasaulio suvokimo modelį, išskeldama didžiulius iššūkius, kuriems įgyvendinti reikalingi visai kito pobūdžio gebėjimai: skaitmeninis raštingumas, nauja mąstymo logika, gebėjimas orientotis, gyventi, kurti, organizuoti ir valdyti skaitmeninės informacijos, naujų medijų kalbos ir komunikacijos, pakitusios kultūros erdves.

Iki šiol vyravęs vientisas pasaulio suvokimas dėl technologinės revoliucijos įtakos persitvarko pagal kibernetinės erdvės taisykles. Internetas, išmanieji telefonai, skaitmeninė TV, mobilieji įrenginiai iš esmės transformuoja kultūrinę aplinką. Pasaulėvaizdis keičiasi pagal kompiuterinės, skaitmeninės kultūros kodą. Įsivyrąja fragmentiškas pasaulio suvokimas ir keičiantis kartoms tokia vizija taps vyraujančia.

Galinga vaizdo kultūros ekspansija suponuoja kitokį mąstymo bei tikrovės suvokimo būdą. Iš rašytinės komunikacijos pereinama į skaitmeninių technologijų sąlygotą vaizdinę komunikaciją. Pasaulis pereina į kitą – vizualesnę komunikavimo būdą. Svarbesnis tampa kompiuterinis raštingumas ir jo lygis, tiksliau – kompiuterinio raštingumo sąmoningumo lygis. Vaizdas koreguoja teksto sampratą, atitinkamai keičiasi teksto suvokimo bei skaitymo samprata.

Kultūrinis, socialinis ir technologinis sluoksnis neišvengiamai suponuoją skaitmeninės kultūros atsiradimą ir įsivyravimą. Prisiminę klasikinį E. Tylor 1871 metais suformuluotą knygoje „Primitive Cultures“ ir iki šiol labiausiai cituojamą kultūros apibrėžimą, kuris teigia, kad

*„kultūra yra sudėtinga visuma, jungianti žinojimą, tikėjimą, meną, moralę, papročius ir visus kitus gebėjimus bei įpročius, kuriuos žmogus įgyja būdamas visuomenės nariu“*,

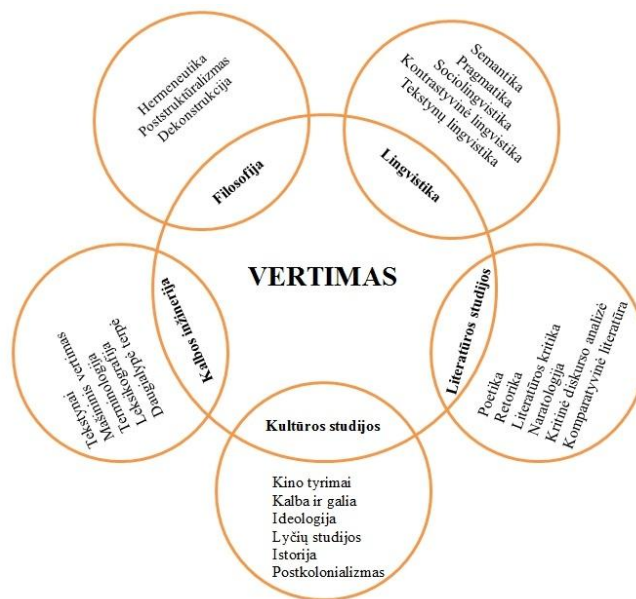
pagandykime jį sugretinti su skaitmeninės kultūros samprata. Skaitmeninei kultūrai apibūdinti pamatiniai reikšminiai žodžiai būtų šie: išmaniosios technologijos; naujoji komunikacija; socialiniai tinklai; srautų erdvė; bematis

laikas, avatarai, kyborgai ir papildyta realybė (*augmented reality*). Skirtumas akivaizdus. Jei N. Postman 1985 metais rašė, kad

*„mes matome ... realybę ... ne tokią, kokia ji yra, o tokią, kokios yra mūsų kalbos. O mūsų kalbos – tai mūsų komunikavimo priemonės“ (Postman, 1985),*

tai virtualiame skaitmeninės kultūros pasaulyje – tradicinę kalbos sampratą keičia vaizdų kalba, ypatingą svarbą įgyja paralingvistinės, vaizdinės įvaizdžio formavimo priemonės. Jei tradicinės kultūros pagrindą sudaro komunikacijos procesai, kurių pagrindas – simbolių kūrimas ir vartojimas (Baudrillard, 1972; Barthes, 1977), tai skaitmeninėje kultūroje vyrauja žmogaus – kompiuterio sąsaja (Manovich, 2009), srautų erdvė ir bematis laikas (atidėtas ar realus) (Castells, 2005). Taigi kultūrinis ir kompiuterinis sluoksnis susijungia.

Nemažai autorių atkreipia dėmesį į vertimo studijų sąsajas su kitais mokslais, kurios stiprėja ir plečiasi ne tik veikiančios technologijų plėtros, bet ir dėl globalių procesų susipynimo. Anot J. Munday (2001, p. 131), tarptautiškumo plėtros skatinimo veiksnys neišvengiamai praplėtė vertimo studijų sampratą. Vertimo sąsajos su kitais mokslais pateikiamos šioje schemoje:



1 pav. Disciplinų, sietinų su vertimo studijomis, žemėlapis pagal B. Hatim ir J. Munday (2004)

Pateikta schema atkreipia dėmesį į tai, kad sėkmingam vertimo procesui šiais laikais būtini ne vien lingvistiniai gebėjimai, bet ne mažiau svarbios ir kultūros, literatūros studijų, filosofijos, kalbos inžinerijos žinios ir gebėjimas jas taikyti vertimo proceso eigoje. Atsižvelgiant į tai, kad dabartinis dešimtmetis gali būti įvardintas „naujųjų medijų sąlygotu skaitmeninės kultūros proveržio“ dešimtmečiu, šią schemą galima pildyti, atkreipiant dėmesį ir į kitų mokslų sąsajas su vertimo studijomis būtinumą.

### Teksto ir kultūrinio konteksto pamatinis ryšys

Žvelgiant iš kultūros studijų pozicijos, tekstai – tam tikro laikmečio, socialinių praktikų, politinės, socialinės ekono-

minės situacijos atspindys. J. Lewis (2008) teigia, kad tekstas turi būti analizuojamas tam tikrame istoriniame, kultūriniame, socialiniame kontekste.

Anot R. Barthes (1975, 1977), visa mus supanti aplinka yra reikšminga ir simboliška, todėl viską galime traktuoti kaip tekstą. M. Foucault (1977, 1980) savo ruožtu atkreipia dėmesį į kalbos ir galios santykį, todėl, jo manymu, kalbos ir galios santykiai puikiai atsiskleidžia diskurso analizėje. J. Lewis (2008) tekstą prilygina aplinkinio pasaulio atspindžiui. Tas atspindys nėra veidrodinis realios tikrovės vaizdas, bet jame galime matyti, kokį poveikį ta kasdieniška veikla daro visuomenės nariams. Tekstai kuria naują realybę. S. Hall (1980) teigia, kad kultūra yra kalbos priemonėmis perduodami tekstai. Visuomenės nariai, arba tekstų gavėjai ir vartotojai, jų reikšmę interpretuoja, remdamiesi sava *kultūrine patirtimi*. Taip tekstų kūrėjai ir jų skaitytojai dalinasi mintimis, keičiasi nuomonėmis, diskutuoja, aptarinėja tikrąją tekstų reikšmę. *Ideologijai* čia tenka labai didžiulis vaidmuo. Vyraujančios nuomonės tiesiogiai veikia tekstų kūrimą, suvokimą bei interpretaciją.

Atliekant vertimus ypač svarbu atkreipti dėmesį į *platų kultūrinį kontekstinį lauką*, kuriame funkcionuoja verčiamas tekstas. Teksto turinys, išimtas iš konteksto, netenka savo galios, gali tapti visiškai bevertis. Kai kalbame apie kontekstus, dažnai turime mintyje socialinį kontekstą, kurį formuoja tam tikros visuomenėje veikiančios institucijos, per kurias skleidžiami ir įprasminami tekstai. Šių tekstų suformuotas kultūrinis kontekstas iškelia tam tikrą galios, valdžios ir visuomeninės jėgos santykį. Tokiu būdu *kultūrinė kontekstinė teksto analizė* tampa neatsiejama vertimo dalimi. Metodologiniu požiūriu kultūrinio konteksto analizė glaudžiai siejasi su semantinė reikšmės konstravimo svarba, kuri priklauso nuo prieš tai funkcionavusių tekstų ir kiekvieną kartą gali įgyti papildomų konotacinių reikšmių pasikeitus bendram kontekstui. Taip tekstai yra medijuojami kontekstinėje kultūrinėje erdvėje, ir socialinis kontekstas jiems sukuria papildomų reikšmių.

Remiantis W. Humboldto kalbos filosofija (Gudavičius, 2000), kiekvienai tautai jos kalba apibrėžia ratą, kuriame ji gyvena. Išeiti iš to rato galima tik tuo pačiu metu įeinant į kitos kalbos ratą. Mokantis kalbų, plečiasi pasaulėžiūra, ir savo ruožtu į svetimą kalbą perkeliame dalį savo turimos sampratos ir savo kalbos pasaulėvaizdžio. Anot L. Weisgerberio (Gudavičius, 2000), kalbos teikiamą pasaulio vaizdą kiekvienas žmogus perima nesąmoningai – išmokdamas gimtąją kalbą. Kalba lemia žmogaus mąstymą, pažinimo procesą, kultūriškai formuoja ir keičia elgseną ir net gyvenimo būdą. Kalba ne tik lemia, bet ir riboja žmogaus pažintines galias. Nuo kalbų ypatybių priklauso ne tik skirtingas mąstymo turinys, bet ir skirtinga mąstymo logika.

Kognityvistai tiria kategorijų vidinės struktūros priklausomybę nuo konteksto. Kontekstas atspindi tam tikrą tikrovės situaciją, kurią sukuria reali objektų sąveika. Kontekstas nėra izoliuota mentalinė patirtis. Asociatyviai ši patirtis yra susijusi su atitinkamos srities atmintyje saugomomis žiniomis. Kalbėjimo metu kontekstai atmintyje gali aktualizuoti kitus susijusius kontekstus. Anot R. Mikulsko (2004), kiekvienam kasdienio gyvenimo reiškinii mūsų kognityvinė patirtis turi parengusi didesnę ar mažesnę rinkinį susipinančių kontekstų.

Istorinis analizės lygmuo verčiamam tekstui suteikia atitinkamą laiko ir erdvės kontekstą. Šiuolaikinės naujos informacinės skaitmeninės technologijos transformuoja tekstą į hipertekstą ir palieka jį funkcionuoti bemačiame laike ir neapibrėžtoje erdvėje. Taigi, anot M. Castells (2005), tinklaveikos visuomenė keičia erdvės ir laiko suvokimą.

### **Vertimo ir technologijų sąsaja, mašininis vertimas, lokalizacija**

Kiekviena kultūra ir kalba yra savita, išskirtina kalbinėmis subtilybėmis (dialektais, humoru, žargonu), kūno kalba (gestais, veido mimika), vietovardžiais, kultūriniu koloritu (vertybių sistema, simboliais, garsais, spalviniu kodu), religija, istorija, papročiais, normomis. Paprasčiausiai imti ir išversti tekstą, neįvertinus visos jo aplinkos – konteksto sudedamųjų dalių, neadaptavus kultūrinių ir lingvistinių skirtumų, reikštų netiksliai perduoti to teksto nešamą „žinią“ auditorijai, kuri remiasi visai kita kultūrine vertybine samprata. Mechaninis žodžių atitaisyimas tarp kalbų atima iš teksto prasmę. Mašininis vertimas – puiki šio teiginio iliustracija. Vertėjui būtina kūrybinė laisvė, kuri leistų verčiamam tekstui suteikti vietinį koloritą.

Todėl net ir verslo srityje, atliekant kompanijų tinklalapių lokalizavimo darbus, svarbu atitikti tos šalies, į kurios kalbą adaptuojamas, verčiamas tekstas, specifika. J. Maroto ir M. Bortoli (2001) pabrėžia, kad būtina atsižvelgti į kalbą ir į krašto kultūrą. Todėl vertimas yra neatsiejama lokalizacijos proceso dalis. Svarbu, kad vertėjai išmanytų sritį, kurioje dirbama. Kad išverstume techninį tekstą, be terminijos išmanymo reikia gebėti pastebėti ir įvertinti specifines detales, konteksto svarbą, adresatą. Vertėjai turi smulkiai išnagrinėti ir kritiškai išanalizuoti originalų tekstą, įvertinti kultūrinius komponentus, lingvistines detales.

Lokalizacija – tai procesas, kurio metu produktas lingvistiškai, techniškai ir kultūriškai pritaikomas tikslinei rinkai. Lokalizuojamų produktų įvairovė gali būti labai plati: programinė įranga, jos dokumentacija, el. paštas, multimedijos (vaizdo, garso, grafikos) komponentai, tinklalapiai ir kt. Produktas lokalizuojamas išverčiant jį sudarančią tekstinę medžiagą (dialogo tekstus, žinytus ir pan.), o multimedijos elementai (pvz., simboliai) turi būti pritaikomi, t. y. pakeičiami kita, atitinkančia konkrečios rinkos kultūrinės ir socialinės tradicijas medžiaga (Zeller, 2006; Maroto, Bortoli, 2001). Anot G. Chroust (2007), lokalizacijos procesą sudaro 7 sluoksniai. Pirmasis sluoksnis apima techninius bei organizacinius nustatymus ir sudaro lokalizacijos pagrindą. Gramatiniam sluoksniui priklauso teksto vertimas. Kompiuterinių sistemų tekstas yra techninis tekstas, todėl svarbu, kad jis būtų tolygus, standartizuotas ir nedviprasmiškas. Semantinis sluoksnis – vertėjų darbo sritis, čia svarbu atitaikyti kalbos ekspresiją, santrumpas ir kt. Grafikos ir simbolių atitikimas – dar kito lokalizacijos sluoksnio rūpestis. Svarbu atsižvelgti į simbolių, spalvų, kūno kalbos ir kitų grafinių elementų reikšmę, atitaikant pagal žmonių nacionalinius ir individualius skirtumus. Likusieji trys sluoksniai susiję su kultūrine adaptacija. G. Chroust (2007) šiuos sluoksnius bendrai pavadina „sociokultūriniu sluoksniu“. Kultūriniai skirtumai verslo praktikoje sukelia daug nesupratimų, nesutarimų ir skatina susvetimėjimą. Šiame sluoksnyje svarbu atsižvelgti į vadovavimo būdą

(demokratinis, autoritarinis, kolektyvinis), organizacijos struktūrą (tai priklauso, ar visuomenėje vyrauja lygybė ar hierarchija), datas ir terminus (kultūrai būdingas nuoseklus ar sinchroniškas laiko suvokimas), interneto svetainės valdymą (tai priklauso, ar kultūra žemo ar aukšto konteksto), produkto pateikimo priemonės (kultūra labiau individualistinė ar kolektyvinė). Socialiniame komunikaciniame sluoksnyje atsižvelgiama į vartotojo sąsajos „bendravimą“ su žmogumi. Kuo tikroviškesnė tampa vartotojo sąsaja, tuo labiau tikimasi, kad jai bus priskirta žmogiškųjų savybių: kompiuteris bus „mandagus, jautrus, paslaugus, paisys etiketo normų, pataikaus“. Todėl svarbu pasirūpinti tinkamu vartotojo pasveikinimu tinklalapyje (pasisveikinimo frazės, šeimos vardų, titulų vartojimas), mandagiu atsakymu į vartotojo užklausą (dauguma Azijos šalių vengia atsakymo „ne“), priimtiniu bendravimo stiliumi (tai priklauso, ar kultūra žemo ar aukšto konteksto). Taip pat būtina atsižvelgti į vartotojų socialinę klasę, kuri priklauso nuo amžiaus, išsilavinimo, lyties ir kitų veiksnių.

Pagal lokalizacijos sąvokos apibrėžimą šiuos septynis sluoksnius galima suskirstyti į tris dalis: techninės adaptacijos arba technologinės infrastruktūros sluoksnį, lingvistinės adaptacijos arba gramatinį ir semantinį sluoksnį, bei kultūrinės adaptacijos arba sociokultūrinį sluoksnį.

### Medijų ir vertimo studijų sąsajos

Anot F. Lyotard (2010), postmodernaus žinojimo pasaulį galima traktuoti kaip kalbinį žaidimą: kalbėti, vadinasi, dalyvauti žaidime, kurio tikslas yra naujų ir nuolat kintančių socialinių ryšių kūrimas. Socialiniai santykiai tampa kalbiniais žaidimais, be kurių visuomenė neegzistuoja. Komunikacijos ir žaidimo teorijos naudojamos socialiniams santykiams suvokti. Socialinis saitas yra kalbinio pobūdžio, bet jis nėra vientisas. Naujos kalbos papildo senąsias: atsiranda programavimo kalbos, žaidimų teorijos matricos, naujo muzikinio rašto sistemos, genetinio kodo kalba, fonologinių struktūrų ženklai ir t. t.

Modernioji lingvistika tiria ne tik elektroninę kalbą, bet ir dirbtines, vaizduojamas kalbas, kuria naujas ženklų sistemas. Tokiame kontekste kokybiškas vertimas tampa ypač aktualus, bet tuo pačiu ir labai sudėtingas reiškinys, reikalaujantis labai daug žinių ir įgūdžių. Kai egzistuoja tokia gausybė priemonių reikšmėms kurti, jų interpretacinis semantinis laukas nepaprastai sparčiai plečiasi. Kita vertus, auditorija nėra vienalytė, atvirkščiai, ji stipriai fragmentuota, todėl pateiktą vertimą gali suprasti ir interpretuoti labai skirtingai, priklausomai nuo skirtingų ideologinių, vertybinių nuostatų ir socialinio daugiasluoksniškumo.

Visų šių transformacijų sukuryje atsидūrę kalbininkai neišvengiamai plečia savo tyrimų ribas, analizuoja komunikacinės terpės pokyčius, įvertindami naujųjų medijų kalbos (vaizdo, muzikos, kino, hiperteksto, elektroninės kalbos, kitaip tariant tinklakalbės (Liubinienė, 2012)) poveikį šių dienų komunikacijai. Šiuos reiškinius galima analizuoti taikant „vaizdo dizaino“ gramatikos modelį (Kress and Van Leeuwen, 2006) arba kitus intermedialių komunikacinių sistemų tyrimo metodus (Mitchell, 2012). Taip nuotraukos, paveikslėliai, vaizdo įrašai, muzika ir kiti paralingvistiniai elementai tampa naujųjų medijų kalbos dalimi, neatsiejama naujosios komunikacijos dalimi. Woolsey

(2005) atkreipia dėmesį į tai, kad grafiniai, kino ir multi-medijos elementai naujojoje komunikacijoje ima dominuoti ir palengva išstumia spausdintinį – skaitmenizuotą tekstą.

Anot A. Trubek (2012), mes visi tampame rašytojais, bet rašydami šnekame, t. y. dalinamės nuorodomis į vaizdus, garsus, vaizdo įrašus, išnaudodami visą įmanomą daugialypės ir daugiakanalės mediacijos priemonių gausą.

Naujoji komunikacija skaitmeninių srautų erdvėje sklinda bemačiu laiku. Pasaulinės svarbos įvykis apskrieja visą pasaulį per kelias minutes. Įsivyravusi skaitmeninė kultūra keičia bendrą pasaulėvaizdį, kuriame vis didesnę sritį užima interaktyvių, globalių daugialypių patirčių fragmentai, kurie į vientisą sistemą nebesutalpinami.

A. Rab (2007) pažymi, kad visų šių pokyčių priežastis nėra vien naujų technologijų įsivyravimas. Technologijos keičia kultūrinę aplinką, bet savo ruožtu pakitusi skaitmeninė kultūrinė aplinka skatina naujų technologijų atsiradimą. Skaitmeninė kultūra keičia stabilumo ir pastovumo sampratą.

Iš kitos pusės, atsiveria galimybė individo kūrybinei raiškai, savirealizacijai. Technologija suteikia galimybę bet kuriam individui nevaržomai reikšti savo mintis ir tikėtis būti išgirstam. Ši naujosios komunikacijos forma jungia visas medijas į vientisą visumą. Skaitmeninė kultūra yra daugiau nei kompiuteris ir internetas; iš esmės keičiasi socialinė elgsena, bendravimo modeliai, kiti kultūriniai įpročiai ir atsiranda visai naujos galimybės. Šiuolaikinis žmogus gali vartoti daugybę naujosios komunikacijos kanalų vienu metu, galima prijungti gausybę informacijos gavimo ir sklaidos medijų ir užtikrinti, kad visas veiktu vienu metu. Galima klausyti, analizuoti regimus statinius (nuotraukos, paveikslėliai, memai) ir judančius (filmuota medžiaga, muzikos vaizdo įrašai, TV laidų, filmų fragmentai) vaizdus, drauge skleidžiant gautą informaciją plačiam „draugų“ būriui arba kuriant naujus darinius, perdėliojant informacijos fragmentus ir verčiant juos į tą kalbą, kuri suprantama tikslinei auditorijai.

Todėl galėtume teigti, kad naujoji komunikacija ne tik paverčia visus rašytojais, bet ir vertėjais. Informacijos jūroje vertėjo tarp kultūrų vaidmuo tampa itin svarbus, jei siekiame užtikrinti kokybišką informacijos sklaidą.

Taigi vertėjui, atsidūrusiam skaitmeninės kultūros apsuptyje, neišvengiamai tenka ugdyti gebėjimus ne vien tiksliai perteikti verčiamą informaciją, bet ir adaptuoti, integruoti ir interpretuoti paralingvistinės komunikacijos elementus, pritaikant juos vietinei skaitmeninei kultūrinei aplinkai.

### 2008–2011 metų KTU HMF „Technikos kalbos vertimo“ programos bakalauro baigiamųjų darbų tematinės analizės

Bakalauro baigiamųjų darbų pagrindu yra vertinamas studento pasirengimas savarankiškam darbui ir suteikiama atitinkamos specialybės bakalauro kvalifikacija. Technikos kalbos vertimo programos bakalauro baigiamieji darbai yra ginami nuo 2004 metų. Didžioji pirmųjų apgintų darbų dalis temų požiūriu buvo siejama su techniniu vertimu, analizuojami klasikinės kalbotyros, terminijos klausimai.

Tematika kartojosi ir kai kuriais atvejais analizuavo / gretino tik siaurą lingvistinio reiškimo atitikimą / neatitikimą tarp kalbų: pvz., „Prancūzų kalbos priesaginių būdvardžių vertimas į lietuvių kalbą“, „Kilmininko linksnio daiktavardžio konstrukcija lietuvių ir rusų kalbose“, „Anglišku ir lietuvišku terminų ekvivalentiškumo problemos XX a. tekstuose“.

Tačiau, bėgant metams, šis požiūris keitėsi ir tapo aišku, kad siauras, tik klasikine kalbotyra grindžiamas tyrimo principas jau neatitinka šiuolaikinės skaitmeninės kultūros suponuotos pasaulėžiūros. Studentas savo išprusimą ir pasirengimą savarankiškam darbui baigus studijas turi parodyti analizuodamas platesnę teorinę perspektyvą ir atskleidžiamas visapusišką erudiciją, kurios reikalauja vertėjo kvalifikacija ir pasikeitusi nūdienos aplinka.

Analizuojant kelių pastarųjų metų duomenis, matyti, kad pokyčiai vyksta, nepaisant programos formaliųjų reikalavimų ir rekomendacijų gilintis į technikos kalbos vertimo specifiką. Taigi baigiamųjų darbų tematika vis dažniau rodo platesnę vertimo tematikos sampratą, neapsiriboją vien klasikines kalbotyros temomis.

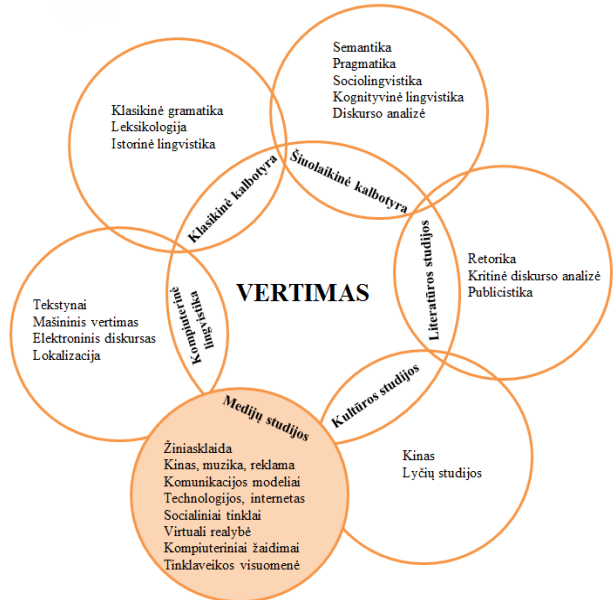
**1 lentelė.** Technikos kalbos vertimo programos bakalauro baigiamųjų darbų tematikų sampratos analizė (2008–2011 m.)

	2008–2009 m. m.	2009–2010 m. m.	2010–2011 m. m.
Siaura vertimo tematikos samprata	68 %	74 %	61 %
Platesnė vertimo tematikos samprata	32 %	26 %	39 %
Iš viso ginta temų	44	42	41

Kaip rodo duomenys, pateikti 1 lentelėje, maždaug trečdalis per trejus metus apgintų darbų rėmėsi platesne vertimo tematikos samprata. Apginti darbai iš semantikos, pragmatikos, sociolingvistikos, kognityvinės lingvistikos ir diskurso analizės. Grynai literatūrinės temos nėra ginamos, tačiau yra temų, analizuojančių retorikos elementus, kritinę diskurso analizę, publicistiką. Pastaraisiais metais padaugėjo darbų, analizuojančių kino filmų pavadinimų bei titrų vertimo problemas. Pradėta domėtis ir publicistika – antraščių vertimais bei reklamos adaptacija ir vertimais. Atsiranda darbų, analizuojančių lyčių problematiką (žr. priedą).

Galima būtų teigti, kad tarpdalykiniai tyrimai ir kompiuterinės lingvistikos, medijų filosofijos studijų ir mokslo kryptys taip pat skatina tematikos plėtrą. Atsiranda darbų iš mašininio vertimo, tekstynų, elektroninio diskurso, lokalizacijos analizės. Taigi HMF vykdomų studijų programų įvairovė (tuo pačiu ir plati įvairiapusė dėstytojų kompetencija) sudaro sąlygas plėsti vertimo bakalauro darbų tematiką. Pastebima, kad medijų studijų tematika glaudžiai siejasi su vertimo studijomis. Jei pastaraisiais metais jau buvo temų, analizuojančių publicistiką, kiną, reklamą, internetinį diskursą, tai būtų galima šią sritį plėsti analizuojant įvairius naujų medijų kuriamus kontekstus, naujus komunikacijos modelius, tinklaveikos visuomenę, kurioje tekstas įgyja kitą formą, bet vertimo elementas visada lieka kaip raktas, lemiantis komunikacijos sėkmę.

Įvertinus ankščiau aptartą B. Hatim ir J. Munday (2004) modelį, kuriame autoriai pristato vertimo ir kitų mokslų sąsajas, ir apibendrinus konkrečių apgintų darbų teminę įvairovę, galima sudaryti analogišką modelį, kuriame išryškėja vertimo ir kompiuterinės lingvistikos, literatūros, kultūros studijų sąlyčio taškai ir kuriame labai tampriai dera visas medijų studijų teminis laukas.



**2 pav.** Medijų ir vertimo studijų sąsajos su kitų mokslų teminėmis paradigmomis

Kaip iliustruoja 2 paveikslas, ši schema nėra baigtinė. Ją galima plėsti įvairiomis kryptimis. Atlikta apžvalga labiau siekta susisteminti iki šiol vyravusią tematiką ir pasiūlyti plėtos galimybes. Šiuolaikinės vertimo studijos yra neatšiejamos nuo filosofijos, informatikos, sociologijos, psichologijos, skaitmeninės kultūros, literatūros, medijų studijų ir net technologinių mokslų, todėl teminė įvairovė ateityje, įvertinus skaitmeninės kultūros, naujosios komunikacijos, naujų medijų kalbos atveriamas mokslinių tyrimų perspektyvas, galėtų plėtotis šia kryptimi, siejant vertimo ir medijų studijų teminį paradigmą.

**Išvados**

Atlikta analizė atskleidė, kad naujų medijų sąlygotos skaitmeninės kultūros ir komunikacijos proveržio laikotarpiu vertimo studijų svarba ir vertimo sąsajų su kitais mokslais įvertinimas reikalauja platesnio požiūrio į vertimo mokslą. Iki šiol dalies bakalauro darbų tematika buvo siejama tik su klasikine kalbotyros ir terminijos tyrimų sritimi. Tačiau kitos lingvistikos sritys, tokios kaip semantika, pragmatika, sociolingvistika, tekstynų, kognityvinė lingvistika, diskurso analizė kartais lieka nepelnytai užmirštos. Pasigendama nuo tradicinės kalbotyros sričių atskyrusių naujų lingvistinių tyrimų, turinčių sociologinių, prasminių, loginių, psichologinių įžvalgų.

Atlikta darbų teminė apžvalga leidžia teigti, kad baigiamųjų darbų temos galėtų būti įvairesnės, analizuojančios šiuolaikinės vertimo problemas, atitinkančios platesnę vertimo studijų sampratą ir skaitmeninės kultūros kontekstą. Tačiau, kaip rodo duomenys, teminė kaita jau prasi-

dėjusi. Tikėtina, kad ateityje atsiras daugiau įvairesnių darbų, analizuojančių platesnę teorinę vertimo studijų perspektyvą ir jos sąsajas su skaitmenine kultūra, komunikacija bei naujų medijų kalba. Tokie tarpdalykiniai tyrimai atskleistų diplomantų brandą, visapusišką išprusimą ir pasirengimą savarankiškam darbui bei jų konkurencingumą globalioje darbo rinkoje.

#### Literatūra

1. Barthes, R., 1975. *The Pleasure of the Text*. New York: Hill and Wang.
2. Barthes, R., 1977. *Image-Music-Text*. London: Wm. Collins Sons and Co.
3. Bassnett, S., Lefevere, A. (eds.), 1990. *Translation, History and Culture*. London: Pinter.
4. Castells, M., 2005. *Tinklaveikos visuomenės raida*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
5. Chroust, G., 2007. Software Like a Courteous Butler. *Issues of Localisation under Cultural Diversity*. Prieiga per internetą: <http://journals.issn.org/index.php/proceedings51st/article/view/569> [žiūrėta 2013 m. balandžio mėn.].
6. Foucault, M., 1977. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Penguin.
7. Foucault, M., 1980. *Power/Knowledge: Selected Interviews and other Writings*. New York: Pantheon Books.
8. Gudavičius, A., 2000. *Etimologija*. Šiauliai: Litera.
9. Hall, S., 1980. *Encoding/Decoding in Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.
10. Hatim, B., Munday, J., 2004. *Translation. An Advanced Resource Book*. London and New York: Routledge.
11. Kress, G. R. and Van Leeuwen, T., 2006. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2nd ed. London and New York: Routledge.
12. Lewis, J., 2008. *Cultural Studies*. London: Sage.
13. Liubiniene, V., 2012. Naujųjų medijų kalbos komponentai, kontekstai ir vartotojai. *Kalbų studijos / Studies about Languages*, nr. 21, pp. 74-83. Kaunas: Technologija. <http://dx.doi.org/10.5755/j01.sal.0.21.2728>
14. Lyotard, F., 2010. *Postmodernus būvis: ataskaita apie žinojimą*. Vilnius: Baltos lankos.
15. Maroto, J., Bortoli, M., 2001. Web site Localisation. *Translation, Localisation & Cross-cultural Consultancy Service*. Prieiga per internetą: <http://www.globalpropaganda.com/articles/WebSite%20Localisation.pdf> [žiūrėta 2013 m. balandžio mėn.].
16. Mikulskas, R., 2004. *Kognityvinė lingvistika ir leksikografijos problemos*. Prieiga per internetą: [http://www.lki.lt/LKI\\_LT/images/Darbuotoju\\_asmeniniai\\_psl/dokumentai/kognityvineling.pdf](http://www.lki.lt/LKI_LT/images/Darbuotoju_asmeniniai_psl/dokumentai/kognityvineling.pdf) [žiūrėta 2013 m. kovo mėn.].
17. Mitchell, C., 2012. *Doing Visual Research*. London: Sage.
18. Munday, J., 2001. *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. London and New York: Routledge.
19. Postman, N., 1985. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin Books.
20. Rab, A., 2007. *Digital Culture – Digitalised Culture and Culture Created on a Digital Platform*. Budapest: NETIS. Prieiga per internetą: [http://www.itk.hu/netis/doc/ISCB\\_eng/11\\_Rab\\_final.pdf](http://www.itk.hu/netis/doc/ISCB_eng/11_Rab_final.pdf) [žiūrėta 2013 m. balandžio mėn.].
21. Rendall, S., 1997. The Translator's Task, Walter Benjamin (Translation). *TTR: traduction, terminologie, rédaction*, vol. 10, n° 2, pp. 151–165. Prieiga per internetą: <http://www.erudit.org/revue/ttr/1997/v10/n2/037302ar.pdf> [žiūrėta 2013-04-15]. <http://dx.doi.org/10.7202/037302ar>
22. Snell-Hornby, M., 1988. *Translation Studies: An Integrated Approach*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
23. Snell-Hornby, M., 2006. *The Turns of Translation Studies – New Paradigms or Shifting Viewpoints*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
24. Tylor, E., 1871. Primitive Cultures. In: Z. Sardar and B. van Loon (eds.), (1997). *Cultural Studies for Beginners*. Cambridge: Icon Books.
25. Toury, G., 1995. *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam and Philadelphia: Benjamins.
26. Trubek, A., 2012. We Are All Writers Now. *The Economist*. Prieiga per internetą: <http://moreintelligentlife.com/content/anne-trubek/we-are-all-writers-now> [žiūrėta 2013 m. balandžio mėn.].
27. Woolsey, K., 2005. *New Media Literacies: A Language Revolution*. New Media Literacies Project. University of Chicago and MIT.
28. Zeller, I., 2006. Lokalizacijos iššūkiai vertėjams. *Darbai ir dienos*, nr. 45, pp. 79–96. Kaunas: VDU.

Vilmantė Liubiniene

#### Interface of Translation Studies with the Digital Culture, Communication and New Media Language

##### Summary

Due to globalisation and emergence of digital culture, new forms of communication arise. Cultural mediation in the form of translation becomes an everyday communication practice. As a result, translation studies interface with a wide range of other disciplines. Thus the need of new, interdisciplinary field of research is being established. Global changes and digital technologies condition the development of translation studies, which become intertwined with the research of digital culture, communication, media studies and new media language. The aim of this paper is to discuss the links of translation studies with other disciplines and to analyse the thematic field of the Bachelor final thesis in the Technical Language Translation program at Kaunas University of Technology, Faculty of Humanities. The analysis has revealed that contemporary translation studies are inseparable from philosophy, information science, psychology, sociology, digital culture, literature, media studies and technological sciences, thus the thematic area of investigation and future research could be extended taking into account the contemporary needs and interface of translation and media studies with digital culture and new media communication.

Straipsnis įteiktas 2013 05  
Parengtas spaudai 2013 06

##### Apie autorę

**Vilmantė Liubiniene**, dr., Kauno technologijos universiteto Humanitarinių mokslų fakulteto Užsienio kalbų centro profesorė.  
*Mokslinės veiklos sritys:* sociolingvistika, naujųjų medijų kalba, vertimas ir lokalizacija, kalba ir kultūra, tarpkultūrinė komunikacija, medijų studijos.  
*Adresas:* Kauno technologijos universitetas, Humanitarinių mokslų fakultetas, Užsienio kalbų centras, Gedimino g. 43, 44240 Kaunas.  
*El. paštas:* vilmante.liubiniene@ktu.lt

## PRIEDAS

### Bakalauro darbų pavadinimų, iliustruojančių platesnę vertimo tematikos sampratą, pavyzdžiai

Teminės paradigmos	Potemės	2008–2009 m. m. apgintų darbų pavadinimų pavyzdžiai	2009–2010 m. m. apgintų darbų pavadinimų pavyzdžiai	2010–2011 m. m. apgintų darbų pavadinimų pavyzdžiai
<b>Kultūros studijos</b>	<b>Kinas</b>		Leksinės filmo „Saulėlydis“ titrų transformacijos	Meninio filmo „Riešutų duona“ titravimas sovietinėje Lietuvoje Istorinio filmo „Herkus Mantas“ titravimas sovietinėje Lietuvoje Filmo „Narsioji širdis“ subtitrų vertimo ypatybės Filmo pavadinimo vertimas kaip naratyvinio diskurso elementas Filmo pavadinimų pragmatika ir vertimas
	<b>Lyčių studijos</b>			Moters paveikslas lietuvių ir vokiečių kalbų patarlėse
	<b>Publicistika</b>	Publicistinių antraščių frazeologizmai lietuvių ir vokiečių kalbose Leksikos klaidos XXI a. publicistinėje retorikoje		
<b>Lingvistika</b>	<b>Kognityvinė lingvistika (spalvos)</b>			Spalvas reiškiantys prancūzų kalbos būdvardžiai ir jų vertimas į lietuvių kalbą Frazeologizmai su spalvų pavadinimais: stereotipų analizė vokiečių ir lietuvių kalbose
	<b>Semantika</b>	Žodžio <i>jėga</i> ir jo ekvivalento „force“ konceptualizavimas lietuvių ir anglų kalbose Naudojimo veiksmažodžių semantika ir vartoseną vokiečių ir lietuvių kalbose Judėjimo ore semantinės grupės raiška lietuvių ir anglų kalbose Daiktavardis VOLK ir jo lietuviškas atitikmuo TAUTA. Semantinė analizė	Veiksmažodžių „haben“ ir „tureren“ semantika ir vartojimas Vokiškos realijos vaikų literatūroje ir jų vertimas į lietuvių kalbą	„Kalba“ vokiečių ir lietuvių patarlėse Metaforinė ir metoniminė žodžio „auksas“ vartoseną vokiečių ir lietuvių kalbose. Tekstyno analizė
	<b>Pragmatika</b>	Autoriaus požiūrio raiška moksliniame diskurse		Persvajijos elementų vertimas reklaminiuose šūkiuose
	<b>Sociolingvistika</b>		Vokiško valgiaraščio vertimo į lietuvių kalbą ypatybės Vokiškos realijos vaikų literatūroje ir jų vertimas į lietuvių kalbą	Sociokultūrinė asmenvardžių adaptacija lietuvių ir anglų vaikų literatūroje Vokiškų asmenvardžių perteikimo lietuviškame tekste problemos
	<b>Diskursas (politinis, mokslinis)</b>	Episteminio modalumo raiška Vokietijos ir Lietuvos ministrų pirmininkų kalbose Lietuvių ir prancūzų kalbų konektoriai argumentaciniame diskurse Prancūzų ir lietuvių kalbų diskurso žymės monologe Metafora mokslo populiarinamajame diskurse	Įvardžiai politiniame diskurse Laiko sąvokų raiška politikų kalbose	
<b>Kalbos inžinerija</b>	<b>Mašininis vertimas</b>	Tekstualumo standartai kompiuterizuoto vertimo tekstuose		Mašininis vertimas: skirtingų žanrų tekstų vertimų palyginimas
	<b>Elektroninis diskursas</b>	Mandagumo raiška vokiškuose elektroniniuose verslo laiškuose	Anglų ir lietuvių kalbų slapyvardžiai internetiniame diskurse Internetinių portalų antraščių analizė Blendai kompiuterių moksle	
	<b>Lokalizacija</b>	Tarptautinių skubių siuntų kompanijų interneto svetainių lokalizacija	Microsoft ir Facebook internetinių puslapių lokalizacija „Skype“ programinės įrangos lokalizavimas	