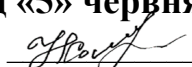


**Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії**

**Специфіка відтворення лінгвістичної та культурологічної
складових японських інтернет-мемів українською мовою**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студента 4 курсу бакалаврату
освітньої програми
**«Японська мова і література та переклад,
англійська мова»»,**
спеціальність – 035.069 Східні мови та
літератури (переклад включно), перша-
японська
Андрія Євгенійовича БОНДАРЕНКО
Науковий керівник:
к. пед. н., асист. Тетяна ДИБСЬКА

«Допущено до захисту»
Протокол засідання
кафедри мов і літератур
Далекого Сходу та Південно-Східної Азії
протокол №14 від «5» червня 2024 року
завідувач кафедри 
д.філол.н, доц. Наталя ІСАЄВА

КИЇВ
2024

АНОТАЦІЯ

Бондаренко А.Є. Специфіка відтворення лінгвістичної та культурологічної складових японських інтернет-мемів українською мовою – Кваліфікаційна робота освітнього рівня «бакалавр» на здобуття освітнього-кваліфікаційного рівня вищої освіти спеціальності 035 «Філологія» спеціалізації «Східна мова і література та переклад, західноєвропейська мова: японська та англійська». – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ 2024.

У цій роботі з'ясовано визначення термінів "мем", "інтернет-мем" та "меметика", розглянуто різні способи та типи перекладу японських інтернет-мемів, а також проаналізовано культурні та лінгвістичні тонкощі, притаманні японським інтернет-мемам. Виконано переклади вибраних японських інтернет-мемів українською мовою та досліджено, як їхня специфічна адаптація сприймається українською аудиторією. Виявлено, що японські інтернет-меми часто базуються на специфічних культурних реаліях та мовних іграх, що ускладнює їх переклад та розуміння іншомовними аудиторіями. Узагальнено результати дослідження, зроблено висновки про ефективність різних підходів до перекладу японських інтернет-мемів. Ця робота сприяє глибшому розумінню процесів перекладу та адаптації японських інтернет-мемів, а також їх впливу на українську аудиторію, що є важливим для міжкультурної комунікації в сучасному цифровому світі.

Ключові слова: *мем, інтернет-мем, інтернет-культура, перекладацькі методи, поп-культура, переклад гумору*

ABSTRACT

Bondarenko A. Specifics of Reproducing Linguistic and Cultural Components of Japanese Internet Memes in Ukrainian – Bachelor’s Qualification Work for obtaining the educational-qualification level of higher education, specialty 035 "Philology", specialization "Eastern Language and Literature and Translation, Western European Language: Japanese and English". – Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv 2024.

This work defines the terms "meme", "internet meme", and "memetics", examines various methods and types of translation of Japanese internet memes, and analyzes the cultural and linguistic nuances inherent in Japanese internet memes. Translations of selected Japanese internet memes into Ukrainian were carried out and the reception of their specific adaptation by the Ukrainian audience was studied. It was found that Japanese internet memes often rely on specific cultural realities and language plays, complicating their translation and understanding by foreign audiences. The results of the study are summarized, and conclusions are drawn on the effectiveness of different approaches to translating Japanese internet memes. This work contributes to a deeper understanding of the processes of translating and adapting Japanese internet memes, as well as their impact on the Ukrainian audience, which is important for intercultural communication in the modern digital world.

Keywords: *meme, internet meme, internet culture, translation methods, pop culture, humor translation*

要旨

ボンダレンコ・アンドリー。日本のインターネットミームの言語的および文化的要素をウクライナ語に再現する特性 - 学士号取得のための学位論文、専門分野 035「フィロロジ」、専門分野「東洋言語と文学および翻訳、西洋言語：日本語と英語」。 - タラス・シェフチェンコ記念キーウ国立大学、キーウ、2024年。

本研究では、「ミーム」、「インターネットミーム」、および「ミーム学」の用語を定義し、日本のインターネットミームの様々な翻訳方法とタイプを検討し、日本のインターネットミームに固有の文化的および言語的ニュアンスを分析しています。選択された日本のインターネットミームをウクライナ語に翻訳し、その特定の適応がウクライナの観客にどのように受け入れられるかを研究しました。日本のインターネットミームはしばしば特定の文化的現実や言葉遊びに依存しているため、外国の観客には翻訳や理解が難しいことがわかりました。研究の結果をまとめ、日本のインターネットミームを翻訳するためのさまざまなアプローチの効果について結論を出しました。この研究は、日本のインターネットミームの翻訳および適応のプロセス、ならびにウクライナの観客への影響についての理解を深めることに貢献し、現代のデジタル世界における異文化間コミュニケーションにとって重要です。

キーワード: ミーム、インターネットミーム、インターネット文化、翻訳方法、ポップカルチャー、ユーモア翻訳

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТ ТА РОЗУМІННЯ МЕМУ, МЕМЕТИКИ ТА ІНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРИ	4
1.1 Зародження терміну «мем».....	4
1.2 Розуміння поняття «інтернет-мем» та його класифікації.....	6
1.3 Специфіка перекладу японських мемів українською мовою.....	11
1.4 Розуміння інтернет-культури. Зародження японської культури інтернет-мемів та порівняння із сучасною українською інтернет-культурою.....	16
Висновки до першого розділу.....	20
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ЯПОНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ УКРАЇНСЬКОЮ	23
2.1 Порівняльний аналіз відтворення культурних та лінгвістичних аспектів японських мемів українською мовою.....	23
Висновки до другого розділу.....	36
ВИСНОВКИ	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	41
ДОДАТКИ	45

ВСТУП

У швидкоплинному світі обміну інформацією інтернет слугує сучасним полем битви, де зіштовхуються та швидко поширюються ідеї. З давніх часів і дотепер важливість інформації залишається вирішальною для суспільного прогресу, а інтернет став основною платформою для обміну та обговорення інформації в усьому світі.

Проте у цьому цифровому просторі гумор відіграє важливу роль, формуючи те, як ми спілкуємося і сприймаємо суспільство. Гумор, який є універсальним, долає мовні та культурні бар'єри, про що свідчить популярність інтернет-мемів, які поєднують дотепність з поширенням інформації.

Ці меми - символи нашої цифрової ери, які відображають дух сучасного суспільства, показують його примхи, мрії та проблеми. Окрім розваги, меми слугують дзеркалом, що відображає культурні та психологічні аспекти їхніх творців та аудиторії.

У той час як Україна та Японія розвивають свої відносини у глобально пов'язаному світі, важливе значення має зміцнення взаєморозуміння. Вивчення японських інтернет-мемів у контексті української мови не лише розкриває культурні нюанси, а й сприяє зміцненню зв'язків між двома народами.

Актуальністю цього дослідження є взаємодія між японськими інтернет-мемами та українською мовою, що пропонує розуміння культурного обміну та мовної адаптації. Аналізуючи меми, ми можемо дослідити складнощі міжкультурної комунікації, діалогу та перекладу.

Метою нашого дослідження є вивчення та визначення унікальних аспектів адаптації мовних та культурних елементів японських інтернет-мемів для використання в українському культурному та мовному середовищі.

Для досягнення цієї мети ми поставили перед собою конкретні завдання:

- 1) З'ясувати визначення таких термінів, як "мем", "інтернет-мем" та "меметика";
- 2) Розглянути різні способи та типи перекладу японських інтернет-мемів;
- 3) Розглянути культурні та лінгвістичні тонкощі, притаманні японським інтернет-мемам;
- 4) Здійснити переклади вибраних японських інтернет-мемів українською мовою та проаналізувати, як їхня специфічна адаптація сприймається українською аудиторією;
- 5) узагальнити результати нашого дослідження;

Об'єктом цього дослідження є інтернет-меми, які широко використовуються у інтернет-просторі Японії.

Предметом є переклад японських інтернет-мемів українською мовою збереженням лінгвістичних та культурних атрибутів.

Матеріалом для цього дослідження стала добірка сучасних японських інтернет-мемів зібраних, зібраних з соціальних мереж які широко використовуються у Японії, зокрема X (раніше Twitter).

Методом дослідження у цій роботі є поєднання дослідницьких методів, зокрема випадкової вибірки, інтерпретаційного аналізу лексичних одиниць з лінгвістичної та культурної точки зору, спостережень, контекстуального вивчення та порівняльного аналізу.

Новизною цієї роботи є новаторська спроба не лише перекласти, а й культурно адаптувати японські інтернет-меми для української аудиторії, виявивши таким чином специфічні лінгвістичні та культурні маркери їхньої лексики.

Практичним значенням цієї роботи є потенціал стати цінним джерелом для подальших досліджень у галузі лінгвістики та культурології, особливо щодо сучасної лексики японських мемів та їхньої міжкультурної передачі.

РОЗДІЛ 1.

КОНЦЕПТ ТА РОЗУМІННЯ МЕМУ, МЕМЕТИКИ ТА ІНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРИ

1.1 Зародження терміну «мем»

Наведення загального визначення поняття "мем" зазвичай викликає труднощі, оскільки його тлумачення варіюється від широкого до вузького. У сучасну цифрову епоху під "мемом" здебільшого розуміють "зображення, відео або текст, часто гумористичного характеру, що швидко поширюється в інтернеті, часто з незначними змінами" [24]. Однак це визначення скоріше стосується "інтернет-мему", а не просто "мему".

Вивчення мемів, відоме як меметика, почало набирати обертів у середині 1980-х років. Даглас Гофстедтер ввів термін "меметика" у січні 1983 року у своїй колонці "Метамагічні теми" в журналі *Scientific American* [12] та у відповідній антології з такою ж назвою. Це стало початком сучасного дослідження та визначення концепції мема.

Френсіс Хейліген та Клаас Чіленс описують меметику як «дослідження того, як меми відтворюються, поширюються та еволюціонують, використовуючи як теоретичні рамки, так і емпіричні методи дослідження» [10].

Британський біолог-еволюціоніст Річард Докінс ввів поняття «мем» у 1976 році у своїй книзі «*The Selfish Gene*» [7]. Застосовуючи дарвінівські принципи до культурної еволюції, Докінз визначив «мем» як «одиницю передачі культури». Він наводив приклади мемів з різними культурними елементами, такими як крилаті вирази, мелодії, ідеї, релігійні вірування тощо.

Докінз помітив схожість між мемами та генами, що наштовхнуло його на ідею створення терміну. Прагнучи знайти іменник, схожий на «ген», щоб передати ідею культурної передачі або успадкування, він поєднав «ген» з грецьким коренем «*mimeme*», щоб створити термін. [7, с. 192]

Гени керують фізичною структурою тіла, забезпечуючи конкретну основу, тоді як освіта, культура, ідеї, оточення та життєві події формують розум і дух. Ці набуті меми в сукупності впливають на духовність і культурну ідентичність.

У своїй роботі Докінз пояснює, що "так само, як гени поширюються в генофонді, передаючись від однієї особини до іншої через репродуктивні клітини, меми поширюються в навколишньому середовищі, переходячи від однієї свідомості до іншої за допомогою процесу, який в широкому сенсі можна назвати імітацією" [7, с. 194]. Коли хтось впроваджує «корисний» мем у свідомість іншої людини, він фактично захоплює її мозок, використовуючи його як засіб для передачі мема, подібно до того, як вірус захоплює генетичний апарат клітини-хазяїна. Подорожуючи між свідомостями, меми зазнають модифікацій, подібних до генних мутацій, змішуючись з іншими ідеями, розвиваючись і поширюючись більш ефективно. Меми спрямовані на самовідтворення, походять з людської культури, передаються через інформацію, а людський мозок виступає в ролі «інкубатора».

Порівняння Докінза підкреслює, що меми, подібно до генів, демонструють відмінності в адаптивності, зокрема в їхній здатності відповідати середовищу, в якому вони поширюються, як детально описав голландський лінгвіст Мартін де Йонг [8].

Різні версії та поєднання усталених ідей породжують цілу низку мемів, що змагаються за увагу. Найуспішнішими стають ті меми, які найкраще вміють поширюватися, охоплюючи ширшу аудиторію. Це призводить до циклу появи нових варіацій мемів, за якими слідує процес природного відбору, що сприяє найбільш пристосованим. Таким чином, дарвінівський принцип виживання найбільш пристосованих є фундаментальним і для культурної, і для біологічної еволюції. [8, 2]

Сьюзан Блекмор виокремлює три рівні еволюції мемів [4]:

- 1) *Мемотип* включає інформацію, що зберігається в пам'яті людини;
- 2) *Медіотип* охоплює інформацію, що демонструється через зовнішні носії, такі як текст, артефакти, пісні або поведінку;
- 3) *Соціотип* включає колектив або спільноту людей, які зберігають цю інформацію у пам'яті;

За словами Френсіса Хейлігена [11], для того, щоб мем міг розповсюджуватися, він повинен пройти через чотири фази:

- 1) Засвоєння мема індивідом, який фактично стає його носієм;
- 2) Інтеграція в пам'ять індивіда;
- 3) Вираження цим індивідом через мову, поведінку або інші видимі форми;
- 4) Передача отриманого мема одній або кільком іншим особам;

Після цієї передачі цикл повторюється з початкової фази, таким чином завершуючи шлях реплікації. На кожному з цих етапів відбуваються селективні процеси, що призводять до елімінації певних мемів.

1.2 Розуміння поняття «інтернет-мем» та його класифікації

З появою та широким розповсюдженням інтернет поняття «мем» еволюціонувало, породивши сучасне і широко вживане поняття «інтернет-мем» у сучасній цифровій культурі. Поява Інтернету зробила революцію в усному та письмовому поширенні мемів, оскільки різноманітні платформи, такі як блоги, форуми (Reddit), соціальні мережі та месенджери (наприклад, Facebook, Telegram, X (раніше Twitter), Instagram тощо) та інші форми соціальних медіа стали широкими каналами для поширення як традиційних мемів, так і новостворених інтернет-мемів. Незважаючи на відносно недавню появу інтернет-мемів як мейнстрімного культурного явища, що відбулася лише наприкінці минулого століття, їхня важливість різко зросла в оцифрованому та взаємопов'язаному глобальному контексті, позиціонуючи їх як, можливо, найбільш значущі та далекосяжні інструменти комунікації та впливу в сучасному суспільстві.

Візьмемо, наприклад, ізраїльську вчену Лімор Шифман [19], яка пропонує визначення «мема», що дещо відрізняється від початкової ідеї Докінза. Замість того, щоб розглядати мем як єдину культурну одиницю, яка ефективно поширюється, Шифман бачить меми як колекції одиниць контенту. Вона робить особливий акцент на інтернет-мемах, підкреслюючи відмінності між ними та традиційним поняттям мему.

Шифман пропонує визначити інтернет-мем як поєднання цифрових елементів, які:

- 1) мають схожі характеристики щодо змісту, форми та/або розміщення
- 2) навмисно створені зі знанням один про одного
- 3) поширюються, копіюються та змінюються в Інтернеті великою кількістю користувачів.

Перехід від розгляду мемів як окремих одиниць до визнання їх множинними сутностями відображає зміну сприйняття мемів у сучасну цифрову епоху. У минулому люди могли стикатися з єдиним екземпляром мему в певний момент часу, наприклад, почувши певний жарт на соціальному заході. Однак у сучасному цифровому середовищі можна легко отримати доступ до безлічі варіацій мемів кількома кліками миші. Як наслідок, зараз меми поширені в публічній сфері не як окремі екземпляри, а як великі колекції зображень, текстів чи відео.

Інтернет-меми мають унікальні характеристики, які відрізняють їх від традиційних мемів. Хоча вони поділяють основні риси звичайних мемів, інтернет-меми, поширюючись в Інтернеті, створюють видимий шлях, який можна простежити і проаналізувати. На відміну від них, традиційні меми, що поширюються через інші засоби, переважно усно, створюють більше труднощів у відстеженні їхнього походження.

Мікеле Кошіа [6], данський дослідник, підкреслює, що значна частина сучасних досліджень інтернет-мемів, здебільшого зосереджується на спостереженні за тим, як користувачі використовують меми в соціальних мережах. Ці дослідження часто включають ретельне вивчення взаємодії користувачів та оцінку того, як конфігурації мережі впливають на поширення мемів. Основна увага приділяється аналізу середовища, в якому функціонують меми, а не дослідженню їхніх внутрішніх особливостей і моделей поведінки. Як наслідок, меми переважно оцінюються на основі їхньої причетності до соціального контексту.

Інтернет-меми надають дослідникам цінний ресурс. Вони виділяють витончені результати складних взаємодій, пропонуючи вікно в соціальні та культурні принципи, які керують, здавалося б, випадковим процесом генерації мемів. Мабуть, визначальною рисою сучасних інтернет-мемів є їхня гумористична природа. Як згадувалося раніше, як і традиційні меми, основною метою інтернет-мему є передача певної концепції або повідомлення для широкого розповсюдження. Однак, на відміну від звичайних мемів, які мають мало обмежень щодо змісту, зовнішнього вигляду та способу поширення, інтернет-меми значною мірою покладаються на гумор для досягнення своєї мети. Вони використовують цілий спектр комедійних стилів, включаючи сарказм, іронію, сатиру, пародію та лінгвістичну дотепність. Як наслідок, інтернет-меми з'являються як новий жанр у сфері сучасної цифрової комунікації.

Шифман зазначає, що жанри мемів - це яскраві приклади цієї творчої динаміки [19, с. 342]. Незважаючи на потенціал широкого розмаїття мемів без формальних обмежень, користувачі, як правило, спрямовують свої меметичні висловлювання у відносно вузьке коло патернів. Ці патерни включають такі формати, як комікси, перероблені та відредаговані відео, змінені зображення та інші. Очевидна обмеженість користувачів, які дотримуються обмеженої кількості широких рамок, насправді може виконувати важливу соціальну

функцію: дотримання знайомих шляхів створення мемів допомагає культивувати почуття спільноти в інакше фрагментованому світі.

Незважаючи на ці обмеження, чіткої системи класифікації жанрів інтернет-мемів не існує. Швидке поширення мемів на платформах соціальних мереж ускладнює їх відстеження та класифікацію в хаотичному цифровому ландшафті, оскільки нові жанри швидко з'являються і зникають. Крім того, стиль і зміст мемів формуються спільнотами, які ними діляться, під впливом таких факторів, як професія, рівень освіти, національність і соціально-політичне походження користувачів.

Наприклад, інтернет-меми можна класифікувати:

- за географічною ознакою: українські, американські, японські тощо;
- за типом медіа: фото, відео та аудіо;
- за тематикою: про повсякденне життя, про політику, про культуру тощо;
- за різними іншими характеристиками, залежно від конкретних вимог;

За формою та зовнішнім виглядом можна виділити п'ять найпоширеніших типів інтернет-мемів:

- текстові: складаються зі слів або фраз;
- зображувальні: містять конкретні зображення або персонажів, фото приматів;
- медіа: гумористичні відео;
- GIF: анімовані зображення або короткі, беззвучні відео, що виражають певну емоцію або ситуацію;
- креолізовані: поєднують у собі одразу кілька форматів [2];

Важливо зазначити, що кожного разу, коли мемом ділиться новий користувач, він зазнає мутації, адаптуючись до поточного контексту та аудиторії. Оригінальний мем, створений первинним автором, слугує шаблоном для подальших творчих модифікацій користувачами.

Класифікувати меми за тематикою складно через те, що їхній спектр інтересів, ситуацій та концепцій постійно змінюється. Однак загалом їх можна класифікувати наступним чином:

- гумористичні: створені, щоб розважити і розсмішити людей, часто містять комічні ситуації, жарти, іронію або сатиру. Вони можуть починатися як прості жарти, але можуть еволюціонувати в іронію, постіронію і, зрештою, метаіронію, втрачаючи своє первісне значення.
- парадоксальні: призначені для створення незвичних або суперечливих ситуацій, які привертають увагу і провокують до роздумів.
- соціально-політичні: пов'язані з актуальними соціальними або політичними подіями, призначені для вираження думки, коментування або критики певних явищ чи політичних дій.
- культурні: включають елементи популярної культури, такі як фільми, музика, телевізійні шоу або література, засновані на широко впізнаваних образах або сценах.
- мотиваційні: спрямовані на підтримку, натхнення або піднесення, часто містять мотиваційні цитати, мудрість класичних філософів або надихаючі образи.

Ця класифікація є гнучкою, оскільки меми часто поєднують різні теми або створюють нові тенденції у світі меметики.

Меми віддзеркалюють соціальний, психологічний та політичний ландшафт суспільства, і кожна нова подія чи зміна зазвичай породжує нові меми або тематичні серії. В Україні, після повномасштабного вторгнення росії в лютому 2022 року, війна стала центральною темою мемів. Безперервні події цього масштабного конфлікту призвели до значного зростання кількості мемів, оскільки вони прагнуть зафіксувати та відобразити поточні події та емоції. Як наслідок, в українському інформаційному просторі щодня з'являються сотні нових мемів, а старі меми продовжують еволюціонувати. Для українців меми перетворилися з простих жартів та гумористичних зображень на інструменти

національної єдності, підняття бойового духу, протистояння страху та ворожій дезінформації.

1.3 Специфіка перекладу японських мемів українською мовою

Переклад був основним засобом міжмовної комунікації ще з давніх часів, але його офіційне академічне вивчення розпочалося лише у другій половині 20-го століття [19]. Дослідження в галузі письмового та усного перекладу пройшли шлях від простої допомоги у вивченні мови до самостійної наукової галузі. Ця трансформація стає ще більш явною, якщо не обмежувати її одним дослідницьким методом, або ж так званими рамками «дослідницької парадигми».

Чіткий поділ між культурним і лінгвістичним підходами до перекладу, що панував у перекладознавстві до 1980-х років, почав розмиватися. Частково це сталося через розвиток лінгвістики, який зробив її більш культурно інклюзивною, а частково через те, що прихильники культурно-орієнтованих методів перекладу стали менш наполегливо та агресивно відстоювати свої позиції та переконання [17].

Переклад - це відтворення тексту з однієї мови іншою. З цього визначення випливає, що основним методом дослідження в перекладознавстві є порівняння тексту оригіналу з текстом перекладу для встановлення їхньої відповідності, тому їх повна еквівалентність є головною метою. Крім того, переклад передбачає передачу культурних елементів, оскільки він відбувається в культурному контексті і відіграє певну роль у культурному діалозі та еволюції цільової культури.

І оригінальний текст, і його переклад вважаються однаково важливими роботами мистецтва, хоча їхні ролі різняться. Мета письменника - зафіксувати слова в досконалій, незмінній формі, тоді як завдання перекладача - звільнити ці слова від обмежень мови оригіналу, давши їм нове життя в мові перекладу.

Ґрунтуючись на дослідженнях Якобсона, Сьюзен Баснетт представляє три класифікації перекладу [3]:

- 1) Внутрішньомовний переклад або перефразування (переформування вербальних знаків у межах однієї мови за допомогою альтернативних знаків).
- 2) Міжмовний переклад або власне переклад (перефразування вербальних знаків іншою мовою).
- 3) Інтерсеміотичний переклад, або трансмутація (перетворення вербальних знаків на невербальні знаки).

Науковиця зазначає, що хоча деякі повідомлення можуть точно інтерпретувати кодові одиниці або повідомлення мови оригіналу, досягнення повної еквівалентності в перекладі часто є складним завданням. Навіть якщо існують очевидні синоніми, еквівалентність не гарантується, а внутрішньомовний переклад часто передбачає поєднання різних кодових одиниць для повної передачі значення однієї одиниці.

Перекладознавство включає в себе широкий спектр підходів і методів, спрямованих на покращення нашого розуміння складнощів, притаманних перекладу. У зв'язку з цим розмаїттям існує кілька методів перекладу. У нашому дослідженні ми будемо використовувати класифікацію, запропоновану французькими вченими Жаном-Полем Віне та Жаном Дарбельне у статті «Методологія перекладу» [22]. Вони поділяють усі методи на сім груп, кожна з яких відображає різний рівень складності. Зазвичай перекладачі можуть обирати між прямим і непрямим методами перекладу. Віне та Дарбельне виділяють наступні методи, перші три з яких відносять до прямих, а наступні - до непрямих:

- 1) **Запозичення** є найпростішим методом перекладу, який зазвичай використовується для заповнення прогалін, часто металінгвістичного характеру, таких як новий технічний термін або незнайоме поняття. Іноді перекладачі використовують запозичення для досягнення стилістичного ефекту, включаючи іншомовні терміни, щоб передати культурну складову мови оригіналу в перекладі. Варто зазначити, що іноді запозичені в перекладі слова інтегруються в лексикон цільової мовної аудиторії, перетворюючись на цілком прийнятні елементи цієї мови.

- 2) **Калькування** являє собою особливу форму запозичення, коли мова переймає вираз з іншої мови, а потім дослівно перекладає кожен його елемент. Це призводить або до лексичних кальок, які зберігають синтаксичну структуру мови перекладу, вводячи при цьому новий спосіб вираження, або до структурних кальок, які вводять в мову нову конструкцію. Подібно до запозичень, численні усталені кальки поступово асимілюються в мові, зазнаючи з часом семантичних або морфологічних змін.
- 3) **Дослівний переклад** передбачає пряму передачу тексту вихідної мови в граматично та ідіоматично відповідний текст мовою перекладу, при цьому перекладач передусім дотримується лінгвістичних норм мови перекладу. Цей метод найбільш поширений при перекладі між двома мовами з однієї мовної сім'ї, особливо якщо вони мають спільну культуру, як, наприклад, при перекладі з французької та італійської.
- 4) **Транспозиція** – це заміна однієї категорії слів іншою зі збереженням змісту повідомлення. Стилiстично оригінал і перекладений вираз можуть не завжди передавати однакові відтінки, що спонукає перекладачів вдаватися до транспозиції, якщо вона дає змогу отримати переклад, який краще відповідає змісту висловлювання або зберігає певний стилістичний відтінок.
- 5) **Модуляція** - це зміна форми повідомлення шляхом зміни перспективи. Така модифікація може бути виправданою, коли дослівний або транспонований переклад дає граматично правильний вираз, але вважається невідповідним, неідіоматичним або незручним у мові перекладу.
- 6) **Еквівалентність** у перекладі означає передачу одного й того ж сценарію за допомогою двох текстів, які використовують абсолютно різні стилістичні та структурні підходи. Цей прийом часто використовується при перекладі ідіоматичних виразів, стійких словосполучень тощо, які можуть суттєво відрізнятися в мові оригіналу та мові перекладу, але можуть бути замінені семантичними або стилістичними еквівалентами.
- 7) **Адаптація** використовується тоді, коли тип сценарію, про який йдеться в повідомленні мовою оригіналу, є незнайомим у культурному контексті мови

перекладу. У таких випадках перекладач повинен розробити новий сценарій, який вважається еквівалентним. Таким чином, адаптацію можна розглядати як специфічну форму еквівалентності, а саме як ситуативну еквівалентність.

Ю. Найда відіграв значну роль у з'ясуванні поняття «еквівалентність» у перекладі, наголошуючи на вирішальному завданні вловити та передати зміст тексту. Найда запропонував розрізняти дві форми еквівалентності: формальну та динамічну. Формальна еквівалентність означає намагання перекладача точно відтворити оригінальне повідомлення як за структурою, так і за змістом, зберігаючи загальну композицію та окремі компоненти. Натомість динамічна еквівалентність передбачає прагнення перекладача встановити між перекладеним текстом та його аудиторією зв'язок, подібний до того, який існує між текстом оригіналу та його рідними читачами. Тут особлива увага приділяється збереженню природності вираження, щоб читач залишався культурно заангажованим під час інтерпретації тексту. Тому формально-структурним аспектам оригіналу надається менше значення, натомість на перший план виходить збереження зв'язку між матеріалом перекладу і читачем [16].

Японські та українські меми мають низку спільних рис, як використання різних типів гумору та посилення на популярну культуру або політичні ситуації та явища своєї країни тощо. Однак, обираючи метод перекладу японських мемів українською мовою, важливо враховувати їхні особливості:

- 1) **Лексичні:** японські меми часто використовують гру слів, каламбури, сленг, афоризми, запозичення з інших мов, ідіоматичні вирази та різноманітні мовні форми чи діалекти. Ці компоненти зазвичай не мають прямих еквівалентів в українській мові, що вимагає винахідливих підходів для збереження гумору та сенсу. Перекладачі повинні розуміти нюанси цих термінів і використовувати різні методи перекладу, щоб точно передати задуманий зміст та емоційний відтінок.

- 2) **Культурні:** японські меми часто містять посилання на поп-культуру, наприклад аніме, мангу та інші аспекти японської поп-культури, або на соціальні норми, політичні ситуації та історичні події, характерні для Японії. Ці посилання можуть бути незрозумілими для української аудиторії. Таким чином, перекладачі повинні вирішити, чи зберігати ці посилання, можливо, додавши пояснювальні примітки, чи замінити їх на більш релевантні місцеві культурні ікони, які б були більш знайомими для українською аудиторії.
- 3) **Лінгвістичні:** японська мова має свої особливості, такі як канджі, катакана, хірагана та специфічні граматичні конструкції, які часто використовуються в японських мемах. Крім того, переклад сленгу, скорочень та інших лінгвістичних аспектів, що зустрічаються в мемах, потребує особливої уваги при перекладі. Перекладачі, як правило, використовують схожі лінгвістичні стратегії, що застосовуються в українській мові, для забезпечення прозорої та ефективної комунікації. Таким чином, перекладачі повинні володіти глибоким розумінням цих мовних особливостей і використовувати відповідні методи для точної передачі змісту та емоційних нюансів українською мовою.

Ці особливості будуть впливати на те, як японські меми перекладаються українською мовою, вимагаючи від перекладачів творчого підходу та адаптивності, щоб точно передати суть і вплив оригінального цифрового контенту в новому лінгвістичному контексті.

По суті, переклад мемів створює унікальні труднощі для перекладачів. Однією з найважливіших проблем є ризик втрати гумору, культурних особливостей та емоційного впливу, притаманних оригінальному мему. Цей ризик виникає через відмінності в культурних контекстах, лінгвістичних характеристиках і соціокультурних тонкощах. Перекладачі також стикаються з проблемою передачі специфічного жаргону, візуальних елементів, абревіатур та виразів, які мають важливе значення для суті мему. Крім того, оскільки меми походять від різних користувачів на різних онлайн-платформах, вони часто не регулюються і можуть містити образливий, ксенофобський або

дискримінаційний зміст, а також вирази, які в дослівному перекладі можуть образити аудиторію перекладу. Як наслідок, перекладачі можуть зіткнутися з етичними проблемами і повинні діяти з обережністю, враховуючи контекст і чутливість до таких питань, щоб запобігти розжигання негативного дискурсу або заподіяння шкоди читачам.

Інтернет-меми швидко еволюціонують, часто породжуючи нові тренди. Це ставить перекладачів перед необхідністю оперативно реагувати на нові меми та адаптувати їх відповідно до мовних і культурних уподобань цільової аудиторії.

1.4 Розуміння інтернет-культури.

Зародження японської культури інтернет-мемів та порівняння із сучасною українською інтернет-культурою

Інтернет-культуру можна визначити як суцільні норми та практики суспільства щодо Інтернету, які розвиваються разом з соціальними, політичними та економічними цінностями країни, окремого суспільства або соціальної групи людей [21]. Оскільки ці цінності постійно еволюціонують та не є універсальними, такі країни як Японія та Україна використовують Інтернет таким шляхом, що відображає їхню національну ідентичність.

Ця культура є динамічною та багатогранною, вона постійно змінюється завдяки швидкому технологічному прогресу та безперервному притоку нових користувачів і контенту. Інтернет-культура охоплює різні елементи, включаючи поведінку в соціальних мережах, меми, «вірусний» контент, онлайн-спільноти та цифрові субкультури. Інтернет-меми є одним з найбільш популярних аспектів цієї культури, так як вони відображають поточні події, тенденції, соціальні коментарі та загальні думки інтернет-спільнот, з яких складається інтернет-культура, формування яких має беззаперечне значення для інтернет-культури.

Японська інтернет-культура зародилася наприкінці 1990-х років, що пов'язано з появою інтернет форумів та онлайн меседж-бордів. Зокрема, однією з найбільших рушійних сил яка сприяла розвитку не тільки культури інтернет-

простору Японії, а інтернету загалом, був 2channel, скорочено 2ch (яп. 2チャンネル, «нічаннеру»), заснований у 1999 році 23-річним студентом Хіроюкі Нішімурую.

Цей сайт був онлайн «дошкою оголошень» (яп. 掲示板, «кейджібан»), на якій користувачі могли анонімно вести дискусії на різні теми, від політики до популярної культури, спорту, плітки про зірок, комп'ютерне програмування тощо [14]. На цьому сайті користувачі також могли отримувати обговорювати інформацію щодо землетрусів, які коїлися у Японії [30]. Ця анонімність сприяла створенню середовища, сприятливого для необмеженого самовираження та органічного зростання цифрового гумору.

Вплив 2channel на японську інтернет-культуру неможливо переоцінити. Він був названий «Найбільшою онлайн-спільнотою Японії» [18], та кількість щомісячних користувачів на сайті становила 10 мільйонів людей, з близько 2.5 мільйонів щоденних онлайн-постів [13], з роковим прибутком понад 100 мільйонів японських єн станом на 2008 рік [14], що на той час становило приблизно 1 мільйон американських долларів (727,218 американських долларів станом на 20 травня 2024 р. з урахуванням інфляції). Один з найбільш розповсюджених інтернет-мемів на просторах 2channel була ASCII-графіка (яп. アスキーアート, «асукіаато», від англійської ASCII art).

ASCII-графіка - це форма візуального мистецтва, яка використовує символи з набору American Standard Code for Information Interchange (Американський стандартний код для обміну інформацією) для створення зображень та дизайну. Ці роботи повністю складаються з текстових символів, таких як літери, цифри, розділові знаки та різні інші символи. Цей вид мистецтва зародився на початку розвитку комп'ютерів і друкарських машинок, коли обмежені графічні можливості зробили його практичним і винахідливим методом представлення зображень.

Одним з найвідоміших прикладів ASCII-графіки на 2channel був «Гіко Неко» (яп. ギコ猫, у перекладі «Кіт Гіко»), персонаж кота, якого зазвичай зображують з цинічними або мізантропічними поглядами. Поряд з іншими персонажами, такими як «Мона» (яп. モナ) - найбільш виразними рисами якого є його усміхнене обличчя, що складається з перевернутої великої літери «А» на місці рота, оточеного апострофом і серйозним акцентом для очей, Гіко Неко став талісманом 2channel, здобувши широке визнання та популярність серед користувачів. Ці персонажі використовувалися у абсолютно різноманітних випадках та обговореннях, сприяючи створенню культури цифрового гумору та сатири, яка вийшла за межі самого форуму.

У середині 2000-х років, з появою онлайн відео-хостінг сайту Nico Nico Douga (яп. ニコニコ動画, «Ніко Ніко Доога», у перекладі «Відео з посмішкою»), скорочено до Niconico, у японському ландшафті онлайн-контенту ввелися значні нововведення в. Заснований японцем Нобуо Кавакамі у 2006 році, цей сайт для обміну відео докорінно змінив взаємодію користувачів з медіа. Маючи функції завантаження, перегляд і коментування відео в режимі реального часу, Nico Nico Douga запровадив динаміку занурення, коли відгуки глядачів прокручувалися по екрану під час відтворення. Ця інтерактивна функція культивувала особливе почуття спільноти та сприяла зародженню різноманітних інтернет-мемів.

Станом на 2021 рік, Nico Nico Douga був 34-м найбільш відвідуваним сайтом в Японії [17]. Сайт отримав японську нагороду Good Design Award у 2007 році, а також почесну згадку в категорії «Цифрові спільноти» на Prix Ars Electronica 2008 року [1]. Зі своєю появою, Nico Nico Douga майже одразу став ключовою платформою для різноманітного користувацького контенту, включаючи вокалоїд-пісні (тип музики, у якій використовуються музично-синтезовані співочі жіночі голоси), зокрема музика вигаданої вокалоїд-співачки Хатсуне Міку, проходження ігор та пародії на аніме тощо. Акцент сайту на залученні користувачів у творчість призвів до появи численних інтернет-мемів.

Ефективність платформи у створенні та поширенні мемів значною мірою пояснюється її потужними функціями, орієнтованими на спільноту, такими як «живі» реакції на відео на платформі, коли користувачі могли у реальному часі бачити коментарі, іноді гумористичного характеру, які вони залишали під відео на платформі. Іншими особливостями Nico Nico Douga які посилили його роль як культурного хабу були: система «mylist», що дозволяє користувачам додавати до закладок улюблені відео та ділитися їми; інтеграція Nico Nico Seiga (яп. ニコニコ動画, у перекладі «Зображення з посмішкою»), спільноти для ілюстраторів; Nico Nico Pedia (ニコニコ大百科, «ніко ніко даіх'якка», у перекладі «Енциклопедія з посмішкою») для користувацьких енциклопедичних статей. Ці компоненти зробили Nico Nico Douga незамінним сайтом для поширення і розвитку цифрового контенту і мемів в Японії.

За останні роки культура японських інтернет-мемів значно змінилася, перейнявши нові формати та технології. Поява соціальних мереж, таких як X (раніше Twitter) і Facebook, зробила японські інтернет-меми більш доступними і поширеними серед громадян Японії, особливо серед підлітків. Ці платформи сприяли більшій різноманітності контенту мемів, включаючи текст, зображення та відео. Зокрема, X став центральною платформою для швидкого створення та поширення гумористичного контенту. Крім того, ТікТок відіграв ключову роль у створенні нового покоління короткометражних відео-мемів.

Українська інтернет-культура, як і японська, розвивалася в унікальному соціально-політичному та культурному контексті. Українські меми часто відображають бурхливий політичний ландшафт країни, зі значною активністю мемів навколо таких подій як вторгнення росії або загальне політичне становище країни. Ці меми слугують як формою опору, так і засобом подолання національної боротьби, що контрастує з більш розважальним характером японських мемів

Висновки до першого розділу

Термін «мем» нещодавно з'явився в академічному дискурсі, і, попри численні спроби науковців дати йому визначення, консенсусу не було досягнуто. Багато дослідників посилаються на концепцію Річарда Докінза в «Егоїстичному гені», де він порівнює меми з генами з точки зору їхньої культурної передачі. З моменту своєї появи поняття «мем» зазнавало різних уточнень і переосмислень.

Інтернет-меми, які просякнуті гумором і відповідають певним критеріям, швидко поширюються серед цільової аудиторії. Вони можуть бути у вигляді зображень з підписами, GIF-анімацій, відео тощо. Вони стали важливою частиною онлайн-культури, віддзеркалюючи поточні події, тенденції та соціальні коментарі.

Інтернет-культура складається з колективних норм і практик, що розвиваються разом із соціальними, політичними та економічними цінностями суспільства. Інтернет-меми, як ключовий компонент цієї культури, відображають поточні події та загальні погляди онлайн-спільнот.

Переклад існує з давніх часів і відіграє важливу роль у міжмовній комунікації. Його академічне вивчення почалося лише в другій половині 20-го століття, що дозволило розвитку цієї галузі в самостійну наукову дисципліну. Інтеграція різних дослідницьких методів і парадигм допомогла подолати бар'єри між культурними та лінгвістичними підходами.

Внесок лінгвістично орієнтованих перекладознавців, таких як Мона Бейкер і Роджер Белл, значно сприяв інтеграції перекладознавства та розвитку теоретичної бази, що дозволяє досягати більшої еквівалентності між оригіналом та перекладом. Переклад включає не тільки лінгвістичні, але й культурні аспекти. Перекладачі мають завдання не просто передати слова іншою мовою, але й зберегти культурний контекст та емоційний відтінок оригіналу, що особливо важливо при перекладі мемів з їхнім специфічним гумором.

Існує кілька методів перекладу, кожен з яких має свої переваги та недоліки. Запозичення та калькування зберігають культурну специфіку, тоді як дослівний переклад та транспозиція забезпечують точність змісту. Модуляція, еквівалентність та адаптація передають зміст у більш прийнятній формі для цільової аудиторії. Переклад японських мемів українською мовою враховує лексичні, культурні та лінгвістичні особливості, що впливають на вибір методів перекладу. Перекладачі повинні бути творчими та адаптивними, щоб зберегти зміст та гумор оригіналу.

Переклад мемів представляє унікальні виклики, зокрема ризик втрати гумору, культурних елементів та емоційного впливу. Існують також етичні проблеми, пов'язані з перекладом змісту, що може бути образливим. Перекладачі мають бути уважними до цих аспектів, щоб забезпечити адекватну передачу повідомлення та уникнути негативного впливу. Таким чином, перекладознавство продовжує розвиватися, включаючи нові методи та підходи, що дозволяють краще розуміти та вирішувати складні завдання перекладу в умовах глобалізації.

Інтернет-культура — це динамічне явище, що відображає сукупність норм і практик, які змінюються відповідно до соціальних, політичних та економічних цінностей різних країн. Вона охоплює поведінку в соціальних мережах, меми, «вірусний» контент, онлайн-спільноти та цифрові субкультури, які постійно еволюціонують разом із розвитком технологій та нових користувачів. Японська інтернет-культура має унікальні риси, сформовані наприкінці 1990-х років завдяки платформам 2channel і Nico Nico Douga. 2channel сприяла вільному самовираженню та розвитку цифрового гумору через ASCII-графіку, тоді як Nico Nico Douga запровадила інтерактивне коментування, що стимулювало створення нових форм мемів.

З розвитком нових технологій японська інтернет-культура продовжує адаптуватися. Соціальні мережі, такі як X (раніше Twitter) і TikTok, сприяли поширенню японських мемів серед молоді, що призвело до розширення контенту, включаючи текст, зображення та короткі відео. Українська інтернет-культура, на

відміну від японської, відображає політичні та соціальні реалії країни. Мемотворчість в Україні часто реагує на політичні події, як-от вторгнення росії, і служить формою опору та способом подолання національних викликів. Цей контраст підкреслює, як глобальні технології підтримують національну ідентичність у різних соціально-культурних контекстах.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ЯПОНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ УКРАЇНСЬКОЮ

2.1 Порівняльний аналіз відтворення культурних та лінгвістичних аспектів японських мемів українською мовою

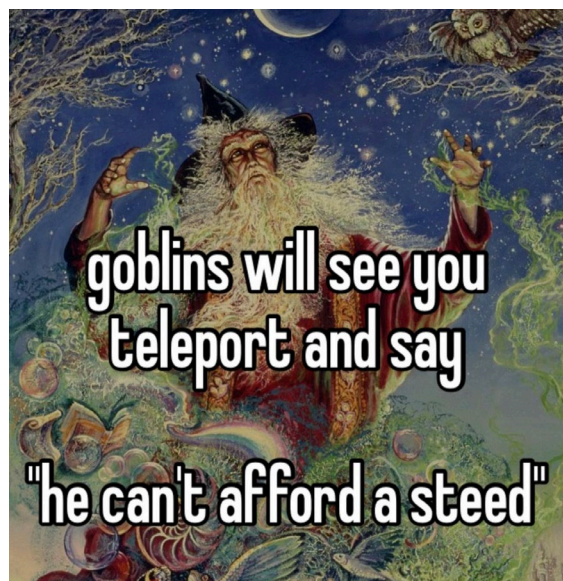
Японські меми часто суттєво відрізняються від західних через свою унікальну історичну траєкторію та культурний контекст. Японська інтернет-культура, що зазнала значного впливу таких платформ, як 2channel (2ch) та Nico Nico Douga, розробила власні шаблони та стилі мемів, які відрізняються від західних. Наприклад, в японських мемах часто з'являються конкретні посилання на аніме, мангу, відеоігри або японські ТБ-шоу які глибоко вкорінені в цифрову історію країни та явища поп-культури. Японські творці мемів рідко використовують шаблони мемів, які популярні серед західних аудиторій. Натомість надаючи перевагу локальним форматам, які більше резонують з японською аудиторією. Ця розбіжність підкреслює важливість культурної специфіки в культурі мемів, оскільки гумор і вплив мемів часто пов'язані з їхнім культурним та історичним контекстом.

Через культуру гумористичних текстових реакцій, зароджених у Японському інтернет-просторі через такі явища як формат «дошки оголошень» на 2channel та «живих» текстових реаксайтах як на Nico Nico Douga та 2channel, японські меми зазвичай відрізняються від формату «смішний текст на зображенні», поширеного в західних культурах. Натомість японські меми відповідають культурі ボケる («бокеру», у перекладі «сказати щось дурне, часто навмисно; особливо як частина комедійної рутини» [26]), яка побудована на текстовому гуморі, залежному від контексту. Цей підхід передбачає створення мемів, які використовуються з відповідями на контекст, які значною мірою покладаються на ситуативний гумор та нюансовані інтерпретації.

Типовий приклад японського мему та західного зображені нижче (рис. 1), де зліва – типовий японський мем, а справа – західний.



Мем 1 [29]



Мем 2 [15]

Рисунок 1

	Мем 1	Мем 2
Текст оригіналу	実物初めて見たけど浮いてる すごい	goblins will see you teleport and say "he can't afford a steed"
Переклад	я вперше бачу його на власні очі, і він літає. неймовірно	Гобліни побачать як ти телепортуєшся і скажуть «в нього нема грошей на коня»

На Мемі 2, ми бачимо яскравий приклад західної мем культури, яка відображається у форматі «кумедний текст на картинці». У цій ситуації, цей формат репрезентує тренд який називається «Wizardposting» (у перекладі «чаклунопостинг»). Чаклунопостинг - це жанр мемів, які додають текст і підписи до малюнків у стилі фентезі про чарівників, переважно від американського ілюстратора і художника Девіда Б. Меттінглі [23]. Ці меми асоціюють чаклунство та візуальні образи чарівників як з крутизною та брутальністю, додаючи до цих картинок гумористичні, часто сатиристичні чи іронічні підписи.

У цьому прикладі, гумор виникає з застосування сучасних суспільних суджень про багатство і статус до фантастичного контексту. Ці судження складаються з того, що люди роблять поверхневі судження про когось на основі їхнього економічного статусу, навіть у ситуаціях, коли такі судження є абсурдними (наприклад, телепортація вважається соціально «нижчою» за володіння конем).

На Мемі 1, ми бачимо один з більш притаманних для японських користувачів мережі інтернету та соціальних мереж формат мемів, який складається з фото-контексту та гумористичного, іронічного підпису до нього. Цей мем був взятий з X (раніше Twitter), де поститься велика кількість японських мемів.

На фото зображено косплей персонажа Геодюд із мультимедійної франшизи «Pokémon», який гумористично створює враження, ніби він левітує. Цей аспект показується за допомогою біло-сірого шахового візерунка на ногах костюму. Такий візерунок зазвичай вказує на прозорість цифрових зображень у фото-файлах формату .png. Гумор мему полягає в перебільшеному твердженні, що Геодюд парить у повітрі, граючи на ігрових здібностях персонажа та абсурдності костюму персонажа, дизайн якого додає такий аспект як шаховий візерунок файлів формату .png на місці ніг для передачі ефекту «літання».

З лінгвістичної точки зору, при перекладі було використано декілька перекладацьких методів:

- Було використано **транспозицію** - метод, коли граматична структура оригінального тексту змінюється відповідно до синтаксису мови перекладу. Фраза «実物初めて見たけど» перекладена як «я вперше бачу його на власні очі», де оригінальна послідовність змінена, щоб зберегти природний плин і зв'язність української мови. Цей прийом гарантує, що переклад читається плавно, зберігаючи оригінальне значення.

- По-друге, **модуляція** наявна в перекладі фрази «浮いてる» як «літає». Оригінальний японський термін «浮いてる» може означати плавання або левітацію, але при перекладі було обрано синонім «літає», щоб надати більш контекстуально відповідний та яскравий опис українською мовою. Така зміна перспективи підсилює образність та вплив перекладеного речення, роблячи його більш зрозумілим та цікавим для цільової аудиторії.
- Крім того, метод **адаптації** застосовано при перекладі «すごい» словом «неймовірно». Японський термін «すごい» можна перекласти різними способами залежно від контексту, наприклад, «дивовижний», «чудовий» або «неймовірний». Вибір «неймовірно» передає здивування мовця та ефективно передає емоційну інтенсивність, присутню в оригінальному тексті. Така адаптація гарантує, що текст перекладу резонує з тим самим ентузіазмом і подивом, що й оригінальний текст.

З культурологічної точки зору, як раніше зазначено, цей мем використовує персонажа зі серії «Pokémon», з якою знайома як і японська, так і західна аудиторія, що робить цей мем відносно доступним. Однак розуміння того, що Геодюд - це покемон відомий у грі своєю здатністю до левітації та розуміння базових особливостей фотофайлів та фоторедагування додають до цього інтернет-мему шар гумору, який можна було б пропустити без цього контексту. Гумор також пов'язаний з культурним феноменом косплей-культури та костюмів персонажів, які є особливо популярними у Японії і часто ретельно розробляються косплейерами.

Наступний приклад японських мемів наданий нижче (рис. 2) більш яскраво демонструє японський каламбур з поєднанням сленгових інтернет-виразів:



Рисунок 2 [29]

	Мем
Текст оригіналу	【悲報】 【SNS】 クラスで物理的に浮いちゃった人現る www お笑い、芸人の卵かな?w
Переклад	[СУМНА НОВИНА] [СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ] людина, яка «вилетіла» з групи пхахаха, може це майбутній комік? пхах

На мемі зображена людина, що фізично піднята на стіну, нібито підвішена у повітрі та ізольована від решти класу. Гумор виникає з гри слів та візуального каламбуру. Вираз 浮いちゃった («уічатта») зазвичай означає когось, хто «не в своїй тарілці» в соціальному плані, але тут він сприймається буквально, як хтось, хто фізично «літає». Таке перебільшення у поєднанні з несподіваним виглядом людини на стіні створює комічну та абсурдну ситуацію. Припущення, що ця людина може бути майбутнім коміком (芸人の卵, «геїнін но тамаго», дослівно «початок коміка»), додає гумористичного ефекту, натякаючи на те, що цей незвичний вчинок є формою комедійної вистави.

У цьому мемі зображений вираз, характерний для японської інтернет-культури, а саме використання англійської літери «w» як аналог до англійського інтернет-сленгового виразу «lol» (laughing out loud, у перекладі «сміятися вголос»). Японський інтернет-сленг «w» походить від ієрогліфа канджі «笑» («вара»), що означає «сміятися» або «посміхатися». З часом «笑» скоротилося до «w», або до «www» для позначення більш інтенсивного сміху. Ця аббревіатура стала популярною на інтернет-форумах і дошках оголошень, таких як 2channel (2ch), де користувачі шукали швидкі та ефективні способи вираження емоцій. Використання «w» залишається широко розповсюдженим в японському онлайн-спілкуванні, лаконічно передаючи сміх і гумор.

З лінгвістичної точки зору, гумор мему значною мірою ґрунтується на японській грі слів, каламбурі та онлайн-виразах, які не притаманні українській мові, що вимагає творчого підходу під час адаптації. Тому в перекладі було застосовано наступні методи перекладу:

- Переклад починається з **модуляції**. «浮いちゃった» має подвійний зміст, означаючи як «левітувати», так і «бути соціально не на своєму місці». Тому при перекладі було обрано варіант «людина, яка “вилетіла” з групи», передаючи ідіоматичне значення «бути соціально не в своїй тарілці», а не буквальну левітацію, яка є контекстуально доречною в українській мові.
- Також при перекладі була застосована **транспозиція**. Структура оригінального тексту, яка робить акцент на гуморі та подвійному значенні, в українському перекладі реструктуризована, щоб зберегти природний синтаксис та читабельність.
- Переклад також передбачає **адаптацію**, коли культурно-специфічні елементи замінюються більш звичними еквівалентами в цільовій культурі. Японські ономапої «www» та «w», що позначають сміх, замінено на українські «пхахаха» та «пхах». Така адаптація не лише зберігає гумористичну

тональність, але й забезпечує резонанс тексту з українським читачем завдяки використанню знайомого вираження сміху.

Наступний мем (рис. 3) показує ситуацію, у якій людина створила «恋愛ゲーム風フィルター» («ренаі геему фу фірутаа», у дослівному перекладі «фільтр у стилі любовних ігор») для онлайн-інтерв'ю. Зліва зображено прозору папку з текстовим полем у нижній частині, а праворуч ця папка розміщена перед екраном ноутбука, на якому зображено респондента, що бере інтерв'ю. Текстове поле імітує інтерфейс романтичної візуальної гри, перетворюючи серйозний контекст інтерв'ю на комедійний, роблячи його схожим на діалог із гри у жанрі романтичної візуальної новели.



Рисунок 3 [26]

Мем	
Текст оригіналу	オンライン面接、緊張するから恋愛ゲーム風フィルター作っ た
Переклад	тому що я нервую на онлайн-інтерв'ю, я зробив фільтр у стилі романтичної візуальної новели

Візуальна новела - це форма інтерактивного оповідання в цифровому форматі. Хоча візуальні романи часто асоціюються з відеоіграми, їх не завжди відносять до цієї категорії [5]. Вони поєднують письмові оповіді зі статичними або анімованими візуальними ефектами, забезпечуючи різні рівні залучення аудиторії. Історія японських романтичних візуальних новел, або 恋愛ゲーム, бере свій початок наприкінці 1980-х років. Одним з перших прикладів цього жанру медіа стала гра «ときめきメモリアル» («токімекі меморіару», у перекладі «Меморіал Серцебиття») видана компанією Konami у 1994 році, яка стала популярною завдяки своїм захопливим сюжетам і розвитку персонажів, зосередженим на романтичних стосунках. Ці візуальні романи та симулятори побачень дозволяли гравцям будувати стосунки з різними персонажами за допомогою різноманітних опцій діалогів, дій та розвитку сюжету. З роками жанр еволюціонував, включаючи більш складні сюжетні лінії, різноманітних персонажів та інтерактивні елементи, ставши значною частиною японської поп-культури та вплинувши на медіа по всьому світу. Гумор мему виникає через зіставлення формального сценарію співбесіди з високими ставками з легковажним, часто мелодраматичним стилем романтичних візуальних романів. Ця невідповідність є одночасно несподіваною та абсурдною, що робить її гумористичною.

У перекладі мему використовується кілька методів перекладу, щоб ефективно передати зміст і контекст оригінального тексту:

- Була використана **модуляцію** - метод, який змінює перспективу оригінального речення, щоб зробити його більш природним і зв'язним у мові перекладу. Фраза «オンライン面接、緊張するから» безпосередньо перекладається як «онлайн-інтерв'ю, тому що я нервую», але українською вона передається як «тому що я нервую на онлайн-інтерв'ю». Така зміна перспективи робить речення більш природним в українській мові,

забезпечуючи розуміння читачем причинно-наслідкового зв'язку між нервозністю та наступною дією.

- **Транспозиція** - ще один прийом, використаний у перекладі, коли граматична структура оригінального тексту змінюється відповідно до норм мови перекладу. В японському реченні структура є більш прямолінійною та компактною, що характерно для синтаксису цієї мови. В українському перекладі змінено порядок елементів відповідно до структури українського речення, де причина стоїть перед наслідком у більш традиційному форматі: «тому що я нервую» передує дії «я зробив фільтр».
- Також була застосована **адаптація**, зокрема при перекладі «恋愛ゲーム風フィルター» як «фільтр у стилі романтичної візуальної новели». Оригінальний термін «恋愛ゲーム» означає при дослівному перекладі «любовна гра», зокрема жанр симулятора побачень або романтичної візуальної новели, поширений у японській поп-культурі. Перекладаючи його як «романтична візуальна новела», було адаптовано термін до більш універсального поняття в контексті цільової культури, щоб українські читачі могли зрозуміти жанр і стиль, про який ідеться.
- **Парфразування** - це ще один метод, який застосовується для уточнення та деталізації оригінального значення для кращого розуміння мовою перекладу. Оригінальний японський термін «恋愛ゲーム風» перекладено як «у стилі романтичної візуальної новели», що дає більш детальний опис, який передає суть оригінальної фрази, роблячи її доступною для цільової аудиторії.
- Крім того, **дослівний переклад** використовується щоб зберегти цілісність специфічних термінів. Наприклад, «オンライン面接» безпосередньо перекладається як «онлайн-інтерв'ю», зберігаючи оригінальне значення без змін. Такий підхід гарантує, що ключове поняття «онлайн-інтерв'ю» залишається недоторканим і впізнаваним.

Мем нижче (рис. 4) показує одразу два популярних аспекти японської мем-культури: політичну сатиру та коментарі на сучасні політичні події та одну з найпопулярніших пародійних онлайн-культур у японському інтернеті, а саме コラ画像 («корагазоо», у перекладі «фото-колаж»):



Рисунок 4 [27]

Мем	
Текст оригіналу	<p>野々村 竜太郎</p> <p>「嘘つき議員族・効果」</p> <p>このモンスターは通常召喚できない。政務活動費の不正支出疑惑による記者会見が始める時のみ召喚できる。</p>
Переклад	<p>Рютаро Нономура</p> <p>[Брехливий Депутат - Ефект]</p> <p>Цього монстра неможливо визвати звичайним шляхом. Його можна визвати під час прес-конференції через звинувачення у незаконній витраті коштів, виділених на політичну діяльність.</p>

На цьому мемі зображений Рютаро Нономура - японський політик, який став сумнозвісним у 2014 році через свою сльозливу і надмірно драматичну прес-конференцію, на якій він намагався захиститися від звинувачень у нецільовому використанні державних коштів [9]. Мем створений у стилі карти 遊☆戯☆王 («юу-гі-оо», у дослівному перекладі «Король Гри») - популярної японської колекційної карткової гри за мотивами одноіменної шьонен-манги та аніме, написаною мангакою Казукі Такакаші. Такий формат миттєво впізнається фанатами гри і додає шар гумору, протиставляючи серйозний характер гри абсурдності зображення і тексту.

Цей мем є яскравим прикладом японської інтернет-мем культури, яка називається コラ画像 («корагазоо»), яка виникла в Японії на початку 2000-х років. Цей формат використовує маніпуляції з зображеннями для створення гумористичного або сатиричного контенту. Він виник на японських інтернет-форумах, таких як 2channel, де користувачі редагували фотографії для створення комедійних ефектів, часто використовуючи відомих громадських діячів, персонажів аніме або повсякденні ситуації. Одним із ключових аспектів цих мемів є їхня здатність швидко адаптуватися до поточних подій, що робить їх своєчасними та дуже актуальними.

Цей формат розвивався разом із розвитком соціальних мереж, поширившись на такі платформи, як Twitter і Facebook, де він продовжує залишатися основним елементом японського інтернет-гумору. Для цих мемів характерне вміле використання культурних відсилань, складне редагування фотографій, і іноді сюрреалістичний гумор. Сам термін «コラ画像» походить від «コラージュ» («корааджю», у перекладі «колаж») і «画像» («газоо», у перекладі «зображення»), що відображає поєднання гумору та артистизму в цих мемах.

Головний персонажем цього мему є Рютаро Нономура, японський політик з префектури Хього, став широко відомим у 2014 році через великий

політичний скандал. 30 червня 2014 року японська газета «神戸新聞» («кобе шінбун», у дослівному перекладі «Газета Кобе») повідомила, що Нономура витратив 5,64 мільйона ієн на політичну діяльність протягом 2013 фінансового року, що перевищує середні витрати більшості членів парламенту, які становлять 5,22 мільйона ієн [31]. Його витрати включали численні відвідування онсену (японський вид лазень) в місті Тойоока та кілька поїздок до міста Сайо. Однак подальше розслідування показало, що відвідування всіх цих поїздок було б неможливим, оскільки в особистому розкладі Нономури не було зазначено цих численних візитів. Нономура не зміг переконливо виправдати ці витрати, і суперечки досягли піку, коли він провів прес-конференцію, щоб відповісти на ці звинувачення, під час якої він розплакався, неконтрольовано ридючи і роблячи незв'язні заяви. Ця драматична і емоційна картина широко транслювалася і швидко поширилася в інтернеті, що призвело до широкого висміювання і пародіювання.

Поведінка Нономури під час прес-конференції, що характеризувалася його слізливою і надмірно емоційною реакцією, перетворила його на мем-сенсацію в Японії та за її межами. Цей інцидент висвітлив серйозні проблеми щодо політичної підзвітності та прозорості в Японії. Зіткнувшись з величезним тиском з боку громадськості та ЗМІ, Нономура врешті-решт подав у відставку з посади. Скандал залишив довготривалий вплив на його кар'єру та репутацію. Донині його слізний вибух залишається популярною темою для пародій і мемів, символізуючи ширшу критику політичної неправомірної поведінки.

З культурологічної точки зору, пародія використовує специфічний культурний продукт (картки 遊☆戯☆王), який може бути не таким популярним чи впізнаваним в Україні. Гумор значною мірою спирається на обізнаність зі скандалом Рютаро Нономури, який може бути не дуже відомим українській аудиторії, та текст на мемі висміює цей скандал, створюючи вигаданий сценарій, за яким Нономура може бути «визваний» лише на прес-конференції. Ці всі

фактори можуть зробити формат менш ефективним або зрозумілим. Також, збереження візуальної автентичності при перекладі тексту може бути складним завданням.

Під час перекладу тексту мему, було використано наступні методи перекладу:

- Метод **запозичення** було використано для власного імені «Рютаро Нономура», щоб зберегти оригінальну ідентичність і впізнаваність особи, гарантуючи, що ім'я залишиться незмінним у різних мовах. Цей метод допомагає зберегти культурну та контекстуальну сутність мему.
- **Дослівний переклад** був застосований до прямих описових фраз, забезпечуючи пряму передачу первинного значення без змін. Наприклад, фраза «[Брехливий депутат - Ефект]» була прямо перекладена з оригінального японського тексту, щоб зберегти структуру мему недоторканою і зрозумілою для української аудиторії.
- Також було використано метод **транспозиції** зокрема, для приведення граматичної структури у відповідність до норм української мови. Наприклад, речення «Цього монстра неможливо викликати звичайним шляхом» потребувало синтаксичних змін, щоб воно звучало природно українською мовою, зберігаючи при цьому оригінальний зміст.
- **Модуляція** відіграла вирішальну роль у забезпеченні резонансу перекладеного тексту з цільовою аудиторією, змінюючи точку зору. Це видно з фрази «Його можуть викликати під час прес-конференції через звинувачення у незаконній витраті коштів, виділених на політичну діяльність», де переклад акцентує увагу на скандалі та контексті прес-конференції, що робить його більш близьким та зрозумілим для української аудиторії.

Висновки до другого розділу

Виникнення та еволюція інтернет-мемів є цікавим перетином культури, технологій та мовного вираження. Під час перекладу японських мемів важливо розуміти відмінність японських мемів від їхніх західних аналогів, які більш схожі до українських мемів, досліджуючи їхню унікальну історичну траєкторію та культурний контекст. За допомогою аналізу конкретних прикладів і лінгвістичних міркувань було з'ясовано значення культурної специфіки в культурі мемів, підкреслюючи, як гумор і вплив нерозривно пов'язані з їхнім культурним та історичним контекстом.

Японська інтернет-культура, що зазнала значного впливу таких платформ, як 2channel (2ch) і Nico Nico Douga, розробила свої власні шаблони і стилі мемів, відмінні від західних. На відміну від західних мемів, які часто відсилають до глобальних явищ поп-культури, японські меми часто спираються на конкретні елементи, глибоко вкорінені в цифровій історії та поп-культурі країни, такі як аніме, манга, відеоігри та японські телешоу. Такий локалізований підхід підкреслює важливість культурної специфіки в культурі мемів, де гумор і актуальність тісно пов'язані з культурним та історичним контекстом.

Крім того, у той час як західні меми зазвичай мають формат «смішний текст на картинці», японські меми часто відповідають культурному феномену «боккетеру» (що означає «сказати щось дурне або безглузде, часто навмисно; особливо як частина комедійної рутини»), покладаючись на контекстуальний гумор, заснований на тексті. Цей контекстуальний підхід передбачає створення мемів, які реагують на конкретні ситуації, значною мірою покладаючись на ситуативний гумор і нюансовані інтерпретації.

Лінгвістичний аналіз перекладів виявляє складнощі адаптації японських мемів іншими мовами, зокрема українською. Методи перекладу, такі як транспозиція, модуляція, адаптація та перефразування, використовуються для

того, щоб забезпечити ефективну передачу гумору та сенсу оригінального тексту, зберігаючи при цьому лінгвістичну та культурну узгодженість у мові перекладу.

З культурної точки зору, дослідження підкреслює культурний резонанс, закладений у японських мемах, які часто покладаються на гру слів, каламбури та інтернет-сленг, які зазвичай не зустрічаються в інших мовах. Це вимагає творчого підходу до перекладу, коли лінгвістичні стратегії використовуються для подолання культурних розбіжностей і донесення гумору до цільової аудиторії.

ВИСНОВКИ

Протягом усієї історії меми відігравали ключову роль у русі людського прогресу, виступаючи носіями культурних знань, які поширюють і трансформують ідеї, глибоко формуючи культурний, психологічний і науковий ландшафт суспільств. В епоху цифрових технологій сучасна форма цього явища, відома як інтернет-меми, стала засобом комунікації, що віддзеркалює культурну, психологічну, соціальну, а подекуди й політичну динаміку нашого суспільства. Ці цифрові меми, що варіюються в різних онлайн-спільнотах, відображають настрої та погляди інтернет-користувачів, час від часу породжуючи нові концепції, мову, реалії та тенденції.

Метою нашого дослідження було проаналізувати та зрозуміти унікальні особливості перекладу мовних та культурних елементів японських інтернет-мемів українською мовою. Завдяки нашим дослідницьким зусиллям ми успішно досягли цієї мети.

Аналіз тонкощів перекладу японських інтернет-мемів українською мовою підкреслив важливість розуміння культурних та контекстуальних нюансів, присутніх в обох мовах, для забезпечення точного та впливового перекладу. Забезпечення автентичного відтворення мемів вимагає глибокого розуміння культурних конотацій та алюзій, вплетених у японську меметику. У лінгвістичному перекладі завдання полягає в тому, щоб зберегти здатність мема ефективно спілкуватися, викликати емоції та передавати гумор. Перекладачі повинні вміло знаходити лінгвістичні паралелі в українській мові, які передають суть і значення мему, використовуючи при цьому наявні в їхньому розпорядженні лінгвістичні засоби.

Основні труднощі лінгвістичного перекладу пов'язані зі збереженням здатності мема ефективно передавати повідомлення, викликати емоційні реакції та викликати сміх. Перекладачі повинні вміло підбирати лінгвістичні

еквіваленти в українській мові, які передають мету та значення мему, використовуючи наявні лінгвістичні ресурси.

Крім того, переклад мемів вимагає глибокого розуміння культурних тонкощів, які включають глибинні конотації, норми та цінності, закладені в мемових явищах. Перекладачі повинні володіти глибоким розумінням культурного фону, що переважають в обох мовних сферах, включаючи культурні посилення, елементи популярної культури та політичний клімат, які впливають на сприйняття та розуміння мемів.

Крім того, ми успішно досягли цілей, поставлених на початку нашого дослідження, а саме:

- 1) Уточнити визначення понять «мем», «інтернет-мем» та «меметика», а також ретельно дослідити їхні характеристики, якості та класифікацію наводячи приклади з робіт науковців, які досліджували це;
- 2) Визначити різні типи та методології перекладу, а також оцінити їхню ефективність при перекладі інтернет-мемів;
- 3) Дослідити культурні та лінгвістичні атрибути, притаманні японським інтернет-мемам за допомогою ретельного дослідження історії їх зародження;
- 4) Зібрати різноманітний асортимент японських мемів з медіа-платформ, перекласти їх та ретельно проаналізувати тонкощі їх відтворення українською мовою досліджуючи культурну сладкову мемів та використовуючи різноманітні методи перекладу;

Теоретичними матеріалами нашого дослідження стали роботи авторитетних науковців з різних регіонів та епох, які пропонують ґрунтовне вивчення та осмислення предмету дослідження. У практичній частині ми звернулися до сучасних ресурсів з різних соціальних платформ і веб-сайтів, щоб точно відобразити динамічні характеристики інтернет-мемів.

Інтернет-меми, з їх різноманітними формами, вкоренилися у повсякденному житті багатьох людей, виступаючи засобами самовираження та

комунікації. Отже, їхнє значення в сучасному суспільстві важко переоцінити. З огляду на мінливий ландшафт мемів і мінливі демографічні показники користувачів Інтернету, ця сфера досліджень залишається багатогранною і багатоаспектною, а численні роботи досліджують хитросплетіння мемів та їхнє поширення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ars Electronica Prix Honorary Mentions, ARS Electronica PRIX, 2008.
[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://web.archive.org/web/20080701082701/http://www.aec.at/en/prix/winners_honorary.asp
2. Aunger, R. Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science. Oxford, Oxford University Press, 2000.
3. Bassnett S. Translation studies. 3rd ed. London : Methuen, 2002.
4. Blackmore, S. The Meme Machine. Oxford, University Press, 2000.
5. Cavallaro, D. Anime and the visual novel: narrative structure, design and play at the crossroads of animation and computer games. 2010
6. Coscia M. Competition and Success in the Meme Pool: A Case Study on Quickmeme.com. Proceedings of the Seventh International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. Cambridge, 2013. С. 100–101.
7. Dawkins, R. The Selfish Gene. Oxford Univ. Press, 1976. С. 192-203.
8. de Jong, M. Survival of the institutionally fittest concepts. Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission, 1999.
9. France-Presse, A. "Crying Japanese politician resigns as investigation into expenses broadens". The Guardian. 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/world/2014/jul/11/crying-japanese-politician-resigns-ryutaro-nonomura>
10. Heylighen F., Chielens K. Cultural Evolution and Memetics. Encyclopedia of Complexity and Systems Science / ed. by R. Meyers. Larkspur, CA, 2009
11. Heylighen, F. What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution. Proc. 15th Int. Congress on Cybernetics, 1998.

12. Hofstadter D. *Metamagical Themas: Questing for the Essence of Mind and Pattern*. New York : Basic Books, Inc., 1985
13. Katayama L. 2-Channel Gives Japan's Famously Quiet People a Mighty Voice. *Wired*. 2007. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.wired.com/2007/04/2-channel-gives-japans-famously-quiet-people-a-mighty-voice/>
14. Katayama L. Meet Hiroyuki Nishimura, the Bad Boy of the Japanese Internet. *Wired*. 2008 [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.wired.com/2008/05/mf-hiroyuki/>
15. Know Your Meme. «goblins will see you teleport and say “he can’t afford a steed”» [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://knowyourmeme.com/photos/2570726-wizardposting>
16. Nida E. *Principles of correspondance*. The Translation Studies Reader. London and New York, 2003.
17. Nida E. *The theory and practice of translation*. Leiden : E. J. Brill, 1969.
18. Sakamoto R. 'Koreans, Go Home!' Internet Nationalism in Contemporary Japan as a Digitally Mediated Subculture. *The Asia-Pacific Journal*. 2011. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://apjjf.org/wp-content/uploads/2023/11/article-2815.pdf>
19. Shifman, L. The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 2014. С. 340–358.
20. Top Sites in Japan, Alexa, 2021. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://web.archive.org/web/20190521221043/https://www.alexa.com/topsites/countries/JP>
21. Underwood W. *Embracing Cyberspace: The Evolution of Japan's Internet Culture*. the World & I. 2002. [Электронный ресурс] – Режим доступа до

ресурсы:

https://web.archive.org/web/20180411180459id_/http://williamunderwood.org/uploads/World___I_Cyberspace.pdf

22. Vinay J.-P., Darbelnet J. A Methodology For Translation. The Translation Studies Reader. London and New York, 2004. С. 84–90
23. Вебсайт. David Mattingly – Wizards. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу:
<https://davidmattingly.com/category.php?id=2517&n=Wizards>
24. Вебсайт. Oxford's English Dictionary [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.oed.com/?tl=true>
25. Вебсайт. コトバンク. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://kotobank.jp/>
26. @13237sora. «オンライン面接、緊張するから恋愛ゲーム風フィルター作った». 2020. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу:
<https://x.com/13237sora/status/1335515394879016964>
27. @kanagushi24, «野々村カード w w w». 2015. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу:
<https://x.com/kanagushi24/status/551395616920588290>
28. @mg2b6,
«【悲報】 【SNS】 クラスで物理的に浮いちゃった人現る www お笑い、芸人の卵かな?w». 2023. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://x.com/mg2b5/status/1616628403955970048>

29. @ppsp0305. «実物初めて見たけど浮いてる すごい». 2022.

[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

<https://x.com/ppsp0305/status/1555785208892657664>

30. "ネット地震情報震源地はやはり 2 ちゃんねる!". ITmedia News. 2003.

[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

<https://ghostarchive.org/archive/gsHJV>

31. "目的示さず交通費 3 0 0 万支出 西宮の県議、政務活動費から". 神戸

新聞. 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

<https://web.archive.org/web/20140702092028/https://www.kobe-np.co.jp/news/shakai/201406/0007101106.shtml>

ДОДАТКИ



Рисунок 1, Мем 1 [29];

Надпис на зображенні: 実物初めて見たけど浮いてる すごい



Рисунок 1, Мем 2 [15];

Надпис на зображенні: goblins will see you teleport and say "he can't afford a steed"



Рисунок 2 [29]

Надпис на зображенні: 【悲報】 【SNS】 クラスで物理的に浮いちゃった人現る
www お笑い、芸人の卵かな?w



Рисунок 3 [26]

Надпис на зображенні: オンライン面接、緊張するから恋愛ゲーム風フィルター作った



Рисунок 4 [27]

Надпис на зображенні:

野々村 竜太郎

「嘘つき議員族・効果」

このモンスターは通常召喚できない。政務活動費の不正支出疑惑による記者会見が始める時のみ
召喚できる