

УДК 82.01:791.228(73)

## ТРАНСФОРМАЦИИ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ (на материале перевода текстов песен из мультипликационного фильма) <sup>1</sup>

**Светлана Леонидовна Мишланова**

д. филол. н., профессор, заведующий кафедрой лингводидактики

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. mishlanovas@mail.ru

**Татьяна Михайловна Пермякова**

д. филол. н., профессор кафедры иностранных языков

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

614070, Пермь, ул. Студенческая, 38. perm1@psu.ru

**Любовь Юрьевна Шляхова**

соискатель кафедры лингводидактики

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. lshlyakhova@mail.ru

Представлен анализ трансформации культурных ценностей при переводе мультимодального произведения. Для анализа послужил перевод на русский язык текстов песен из американского мультипликационного фильма «Мулан» о китайской девушке-воине. Степень транслированности китайских ценностей в русскоязычном тексте существенно ниже, чем в исходном, и концепты, репрезентирующие основные ценности китайского общества («порядок», «семья», «субординация»), в значительной мере модифицированы. Как в оригинале, так и в русском тексте перевода репрезентируются ценности, нехарактерные для китайского общества.

**Ключевые слова:** культурные ценности; анализ культурного концепта; перевод; мультипликационный фильм «Мулан».

Перевод играет заметную роль в развитии культур, в процессе обмена культурными ценностями, влияет на формирование той или иной культуры. Значимость текста в исходной культуре может быть чрезвычайно велика, однако в принимающей культуре он может не оказать никакого влияния на принимающую культуру, и, наоборот, в определенных условиях переводной текст может оказать существенное воздействие на систему ценностей принимающей культуры. Процесс трансляции, транспозиции ценностей из одной культуры в другую «в настоящее время усиливается за счет развития новых средств коммуникации» [Галеева 2006: 35]. Так, в мультфильме – мультимодальном произведении – наряду с текстом имеется видеоряд, музыкальное сопровождение и другие средства.

Обращение к анализу перевода культурных ценностей на материале мультфильмов как мультимодальных культурных произведений видится перспективным направлением и для развития переводоведения, на современном этапе рассматривающегося не в рамках субститутивно-трансформационной концепции, а в рамках концепции рефлексивной деятельности переводчика, в которой учитывается культурная рефлексия субъекта деятельности. Тезис о том, что перевод несводим к языковым операциям, наиболее актуален по отношению к современным мультимодальным произведениям культуры в межкультурном аспекте, разновидностью которых может считаться создание, восприятие и перевод мультфильмов: «языковой барьер не является

единственным блокиратором» межкультурного взаимодействия [Пермякова 2007: 18].

Перевод долгое время оставался основным каналом передачи культурных ценностей от одной культуры другой: он не только обогащал культуры, но и являлся культуuroобразующим феноменом. Посредством разного рода взаимодействий переводческого, или транслятивного, характера такие культуры, как древнегреческая, китайская, индийская, передавали свои ценности другим культурам, активно формируя их. Иными словами, культурные ценности транслируются именно через перевод вне зависимости от того, является ли он переводом текстов в привычном понимании или латентным переводом, при котором в принимающей культуре создается текст, аналогичный тому, что существовал в исходной культуре; и именно в трансляции ценностей, по мнению многих исследователей, заключается его основная функция [Bassnett 2007; Bassnett, Lefevere 1998]. Многие авторы подчеркивают культуuroобразующую значимость перевода в настоящее время в связи с процессом глобализации, увеличением интенсивности межкультурного взаимодействия, экспоненциальным ростом технологических средств и средств массовой коммуникации.

Целью данного исследования является анализ степени транслированности китайских культурных ценностей в англоязычных песенных текстах и их переводе на русский язык. Материалом для исследования послужил сценарий американского мультипликационного фильма «Мулан / Mulan» (1998) и его перевод на русский язык общим объемом свыше 9 тыс. слов.

Культурной ценностью является то, что значимо для того или иного народа в определенный период времени. Культурные ценности, как и любое знание, отражаются в сознании человека в виде ментальных репрезентаций и затем объективируются в языковой форме. Из поколения в поколение ценности передаются благодаря текстам, создаваемым в самой культуре, а также посредством переводимых текстов, в особенности нарративных. Согласно Дж. Брюнеру, «нарративное обоснование является одним из двух основных способов человеческого познания». Как логико-научный, так и нарративный способы «являются «рациональными» путями познания мира» [цит. по: Бергер 2001: 31]. Одним из особых видов нарратива, транслирующего культурные ценности народа, является сказка. Как неотъемлемый элемент культуры, формирующий концептосферу целого народа и каждого отдельного человека, она трансформируется, обретает

новые формы. Мультфильм может считаться, в некоторой степени, аналогом сказки в современном мире. Мультипликационный фильм компании Walt Disney о китайской девушке, которая, притворившись мужчиной, отправилась на войну вместо своего отца, по сути, представляет собой сказку. Так, согласно анализу морфологии сценария по выделенным В. Я. Проппом функциям в мультфильме присутствуют составные части сказки. В сюжете мультфильма было выделено 22 функции, соответствующие функциям сказки, описанным В. Я. Проппом (VIII, VIII-a, IX, X, XI, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX, XXI, XXII, XXIII, XIV, XXV, XXVI, XXVII, XXIX, XXX, XXXI). Следует отметить, что в каждой отдельной сказке никогда не присутствуют все 32 функции, разные сказки включают в себя разные «набор» функций, однако все они расположены в определенной последовательности, что демонстрирует структурность данного жанра [Пропп 1998: 20].

Так, функции VIII, VIII-a, IX и X в мультфильме, как и в фольклорной сказке, образуют завязку. «Функция VIII. **Антагонист наносит одному из членов семьи вред или ущерб**» выражена следующим образом: предводитель гуннов Шань Ю вместе со своей армией нападает на Китай, объявляя императору войну («We're under attack!»; «Now all of China knows you're here» – «Perfect»; «Your Majesty, the Huns have crossed our Northern Border»). Именно этой функцией, по мнению В.Я. Проппа, создается движение сказки; предшествующие семь функций являются подготовительными, «тогда как вредительством открывается *завязка*» как первый основной этап сказки [там же: 27]. Далее, **одному из членов семьи чего-либо не хватает, ему хочется иметь что-либо**: – Мулан нужен жених, и ее отправляют к свахе («Please help Mulan impress the matchmaker today»; «We're counting on you to ... Uphold the family honor»; «A girl can bring her family great honor in one way by striking a good match»). Затем **сообщается беда или нехватка, к герою обращаются с просьбой или приказанием, отсылают или отпускают его** – советник императора сообщает о нападении гуннов, требует по одному бойцу от каждой семьи для пополнения армии («Citizens! ... The Huns have invaded China! By order of the Emperor, one man from every family must serve in the Imperial Army»). Следующим действием **искатель соглашается или решается на противодействие и покидает дом** – Мулан решает пойти на службу вместо отца и воевать против гуннов («Taking her father's sword, she cuts her hair short and puts on her father's armor,

sets off for the army»; «Mulan is gone!»). После завязки развивается действие мультфильма [Пропп 1998: 33].

В мультфильме присутствуют также другие элементы, свойственные сказке, например мотивировки. «Под мотивировками понимаются как причины, так и цели персонажей, вызывающие их на те или иные поступки», они придают сказке особую окраску [там же: 57]. В исследуемом материале мотивировка представлена утроением: героиня хочет доказать, что она может сделать что-то стоящее («*This is your chance to prove yourself*»; «*what I really wanted was to prove that I could do things right*»). Дважды (на приеме у свахи и после первого боя) ее ждет разочарование, но на третий раз Мулан получает признание.

Можно было бы предположить, что такое морфологическое соответствие связано с литературной основой мультфильма – в его основу легла древнекитайская поэма (около VI в.) о девушке-воине. Однако сама поэма морфологически намного дальше от жанра сказки, чем мультфильм. Во-первых, в поэме, в отличие от мультфильма, отсутствует волшебная составляющая. Возможно, это является одной из причин отсутствия в ней основных элементов, обозначенных В.Я. Проппом, а немногие выделенные функции случайны, не связаны между собой и не образуют единого целого. Во-вторых, поэма является авторским произведением, несмотря на то, что автор ее неизвестен, чем также может объясняться ее «несказочность». Так, например, для фольклорной сказки не характерен открытый финал.

Мультфильм на основе древнекитайской поэмы (пусть морфологически и далекой от жанра сказки), как и сказка, помогает сохранять и передавать накопленный опыт, в том числе и культурные ценности, от одного поколения к другому. В отличие от сказки, мультфильм осуществляет их передачу по нескольким каналам, что связано с развитием средств коммуникации в современном мире. Сказка выступает средством передачи ценностей между представителями одной культуры; созданием же мультфильма подчеркивается, что культуры не замкнуты сами в себе и их становлению и развитию в значительной степени способствует взаимодействие с другими культурами, которое во многом осуществляется посредством различных типов перевода.

Ценности, объективированные в мультфильме или сказке, как и в любом феномене культуры, могут быть транслированы в другую культуру посредством языкового перевода. Однако «лингвиста, как выясняется, должны интересовать не

только вербальные репрезентации» [Демьянков, Кубрякова 2007: 14]. Так, говоря о сложной структуре концепта, Ю. С. Степанов выделяет в качестве одного из основных культурный компонент: «в структуру концепта входит все то, что и делает его фактом культуры – исходная форма (этимология); сжатая до основных признаков содержания история; современные ассоциации; оценки и т.д.» [Степанов 2004: 43]. В понимании исследователя концепты – «как бы сгустки культурной среды в сознании человека», они – основная ячейка культуры в его ментальном мире [там же: 42]. Важным для представления о концепте как о культурном образовании является замечание о том, что концепты не только мыслятся, но и переживаются, а их сущность представляют те эмоции, образы, ассоциации, которые сопровождают их вербальную форму [там же: 43]. Таким образом, концепт – это понятие, интегрирующее в себе такие категории, как слово, мышление, культура [Пермякова 2007: 55].

Аналогично характеру ментальной репрезентации, в конкретных дискурсивных актах объективируется лишь та конкретная часть концепта, которая важна в данной речевой ситуации. Таким образом, выполняя концептуальный анализ, изучая семантику языковых знаков, с помощью которых была вербализована определенная, релевантная часть концепта, «можно выяснять, что было важно для того или иного народа в разные периоды его истории, а что оставалось вне поля его зрения, в то время как для другого народа это оказывалось существенным» [Стернин, Попова 2007].

Культурные ценности, репрезентированные в мультфильме, передаются по различным каналам. Внимание в нашем анализе сконцентрировано на текстах песен, так как они, на наш взгляд, выражают основные идеи мультфильма как мультимодального произведения, и при этом их основной задачей не является развитие сюжета.

В мультипликационном фильме «Мулан» четыре песни. Что касается его строения, то две из них находятся в завязке (функции VIII-а и X), две другие – перед кульминацией (функция XV). Г. Г. Москальчук, исследуя структурную организацию и самоорганизацию, рассуждает об иерархической неоднородности интервалов и позиций текста. Так, некоторые композиционные зоны текста обладают большей или меньшей значимостью для восприятия смысла читателем, поскольку активность человека дискретна и характеризуется периодичностью спадов и возрастных [Москальчук 1999: 35].

Накладывая на текст сценария «Мулан» выделенный Г. Г. Москальчук инвариант структуры текста, образуемый пятью основными позиционными срезами, мы видим, что три из четырех песен расположены в сильных позициях текста: в интервале предгармонического центра начала и интервале предгармонического центра: «эти интервалы наилучшим образом соответствуют оптимальности восприятия текста», самым выгодным для восприятия из которых является предгармонический центр [там же: 28]. Сам гармонический центр определяется пропорцией золотого сечения (0,618 от объема целого) и представляет собой кульминационную точку всего текста, после которой динамика текста начинает убывать. Точно в ней располагается последняя, четвертая песня мультфильма (позиция песни – в точке золотого сечения: 0,592–0,617 от 81 мин. звучания мультфильма). Вторая (0,151–0,169) и третья песни расположены (0,469–0,512) между точками аттракции (гармонический центр начала и гармонический центр), и лишь первая (0,082–0,117) – в зачине. Таким образом, тексты песен оказывают наибольший эффект на аудиторию, привлекая максимум внимания.

Основными аспектами предпереводческого этапа анализа являются сбор внешних сведений о тексте, определение источника и реципиента и т. д. [Алексеева 2004: 326]. В качестве предпереводческого анализа исследовались исторические предпосылки создания мультфильма «Мулан», а также основные культурные ценности китайского общества. Несмотря на то что история девушки, переодетшейся воином и отправившейся воевать вместо своего отца, стала широко известной именно благодаря мультфильму Уолта Диснея, этот сюжет был многократно использован китайскими киностудиями начиная с 1939 г. («Mulan Joins the Army» – 1939, «The Lady General Hua Mulan» – 1963 и др.). Многие из этих фильмов имели определенный политический посыл, определенный пропагандистский характер в различные периоды бурной, крайне сложной истории страны. В 1956 г., например, после того, как в КНР был объявлен запрет на американские фильмы, одной из национальных киностудий был выпущен фильм «Hua Mulan» (Хуа Мулан), «рекламирующий» проводимую правящей партией политику равенства полов.

Чересчур американизированный для китайской аудитории, мультипликационный фильм «Mulan» имел огромный успех (в Америке, например, удочеряя девочку из Китая, родители зачастую давали ей имя Мулан). В связи с возрастающей политической и экономической ро-

лью Китая в основу очередного мультипликационного фильма американской киностудии легла именно китайская легенда. Неудивительно, что в Китае (у представителей китайской киноиндустрии в особенности) появление этого нового продукта «Walt Disney Pictures» не вызвало бурного восторга. В действительности, это стало в определенном смысле проблемой: хотя образ Мулан и стал одним из наиболее узнаваемых символов китайской культуры по всему миру, но и по происхождению, и идейно это было американское воплощение. Китайцев возмущал тот факт, что исконно китайский сюжет был широко и успешно представлен миру иностранцами, тем более американцами [China vs. Disney 2009]. Такое мнение высказывалось в 2006 г. при выходе нового китайского художественного фильма о Хуа Мулан, ориентированного в этот раз на массовую международную аудиторию. Вероятно, это было связано со стремлением КНР стать частью мирового сообщества, а кинофильмы – своего рода проекция такого стремления.

Китайская и американская киноверсии древней легенды принципиально различны в передаче культурных ценностей. Одна из причин заключается в том, что Китай и США являются крайними представителями стран коллективистской и индивидуалистической культур соответственно (по параметрам Г. Хофстеде). В то время как китайские воплощения концентрируются на чувстве долга, на патриотизме, сыновьей (дочерней) почтительности и почитании, что традиционно считается основными добродетелями, подчеркивает их как главную мотивирующую силу, подтолкнувшую девушку к поступку, создатели же американского фильма выделяют практически противоположное. В основе диснеевской версии – история о девушке, которая нарушает традиции, сбрасывает с себя оковы принятого обществом и следует своей собственной судьбе. Мысль, которую можно было бы сформулировать как «сопротивляйся системе – не дай подавить твою индивидуальность, будь собой», является одной из самых характерных для американского кинематографа, что диаметрально противоположно основным ценностям китайской культуры.

Традиционными ценностями китайского общества всегда были порядок, мир, совершенство, жесткая иерархия, честь и, конечно, семья. Даже современные китайские идеи, такие как «изменяя себя, меняешь мир», установки на любовь к Родине, преданность работе, добросовестность, благонамеренность, не определяются, однако, исключительно политической ситуацией и желанием быть непохожими на представителей за-

падной цивилизации – они проистекают из традиционных китайских ценностей – культурных традиций и обычаев, древнейших философий [Ивэй 2013].

Главная ценность традиционного китайского общества – порядок [Традиционные ценности китайского общества 2009]. Важной составляющей порядка является жесткая социальная иерархия как внутри семьи, так и между членами общества: те, кто стоял выше по социальной и политической лестнице, обладали абсолютной властью, те же, кто стоял ниже, должны были беспрекословно подчиняться. Аналогичная структура отношений была характерна для семьи. Семья в китайском обществе представляла собой государство в миниатюре, и если в семье царит порядок, то и государство ждет стабильность и процветание. «В философском наследии Конфуция семья и государство выступают как основные и взаимосвязанные опоры общества. Мощь государства, его стабильность и благоденствие напрямую зависят от того, что происходит внутри каждой семьи, которая тоже является маленьким государством. Все государство, в свою очередь, уподобляется одной большой семье» [Почагина 2008]. В связи с этим отец считался представителем императора в семье, ему же приписывались и все достижения его детей, что приумножало славу рода, славу предков, заботиться о которых вменялось в обязанность сыновей. Честь также являлась большой ценностью в китайской культуре. По этой причине рождение мальчика встречалось с радостью, девочки же – равнодушно либо с досадой, а неимение семьи или бездетность считались большим несчастьем [Традиционные ценности китайского общества 2009]. Невесту или жениха своему ребенку подбирали родители, поэтому отношения между мужем и женой должны были строиться на учтивости и уважении, дети должны были почитать своих родителей и беспрекословно подчиняться старшим – на этом и основывался порядок и мир в семье.

Стремление к миру выражалось в принципе ненасилия, проповедуемом традиционными учениями (даосизм, конфуцианство, буддизм). Данный принцип распространялся на все сферы жизни: отношения в семье должны строиться на почете и уважении, подчинение в государстве – на доверии, а не принуждении, военные действия должны осуществляться только при крайней необходимости, а в случае победы воин не должен был прославлять себя (прославлять себя победой – радоваться убийству) [там же]. Сила не была ценностью в Древнем Китае: если человек живет

правильно, в гармонии с собой и окружающими, то применять силу ему не придется.

Основные традиционные ценности не потеряли своей значимости и сохранились в современном китайском обществе, претерпев со временем, что естественно, некоторые модификации. Согласно опросу, проведенному китайскими учеными на основе исследования нидерландского социолога Г. Хофстеде, к главным добродетелям, по мнению современных китайцев, относятся: толерантность к другим, гармония с другими, несоревновательность, консервативность, взаимодействие, сыновний долг, патриотизм, упорядоченные взаимоотношения, упорство, чувство стыда, самообладание, удовлетворенность, защита своего «лица», уважение к традиции, доброта, терпение, учтивость, сдержанность, умение адаптироваться, благоразумие [Китайский ценностный опрос 1987]. Кроме того, ценностью являются такие качества индивида, как увлеченность, мотивированность, ответственность. Тот факт, что среди основных ценностей фигурируют несоревновательность (в отличие от американской культуры, например), гармония с другими, патриотизм, учтивость, свидетельствует об ориентированности китайской культуры на коллективистские ценности (а не на ценности отдельного человека), на стремление достичь благополучия коллектива, всего общества.

На этапе сопоставительного анализа исходного текста и текста перевода [Алексеева 2004: 333] проводится концептуальный анализ репрезентации китайских ценностей в текстах песен. Концептосфера культурных ценностей китайского народа представлена следующими основными концептами: «порядок», «семья», «субординация». Затем была оценена транслированность ценностей: в каждом из проанализированных контекстов выделялась объективированная ценность, по окончании работы количество китайских ценностей, выделенных в исходном тексте, сравнивалось с количеством ценностей, объективированных в тексте перевода; по результатам интерпретационного анализа делаются выводы о модифицированности китайских ценностей как в исходном тексте, так и в тексте перевода. Проведенный концептуальный анализ, ориентированный на исследование репрезентации культурных ценностей китайского общества, показал, что транслированные ценности претерпели количественные и качественные изменения.

В англоязычном тексте в высокой степени транслированы следующие китайские ценности<sup>2</sup>.

• Взаимодействие («*When we're through you can't fail*»), «*Mister, I'll make a man out of you*»,

«*We'll have you washed and dried, primed and polished till you glow with pride*»).

Так, анализ вербальных контекстов «*When we're through you can't fail*», «*When we're through boys will gladly go to war for you*», «*We'll have you washed and dried, primed and polished till you glow with pride*» показал, что подготовка девушки к замужеству является общим делом: сначала мы («we») отмоем и нарядим («will have you washed and primed») девушку, т. е. завершим («are through» – заканчивать, завершать) все необходимое, а затем, когда все готово («when we're through»), цель будет достигнута. Мужчина становится таким, каким его хочет видеть общество, он не может быть мужчиной сам по себе – мужчину («a man») из него делают («make»).

- Подчинение (через доверие и осознание) («*We all must serve our Emperor who guards us from the Huns*», «*Heed my every order and you might survive*»).

В первом примере мы видим, что любой член общества должен («must») служить тому, кто находится выше него по своему положению в иерархии. В данном примере вершиной иерархической пирамиды является император (Emperor), служение («serve» – служить) которому представляет собой одновременно и наивысшую ценность, и общее дело. Во втором примере репрезентирована ценность «беспрекословное подчинение» («heed my every order» – «подчиняйся каждому моему приказу») вышестоящему (в данном случае – военачальнику). Важной особенностью такого подчинения в китайском обществе является осознанность, принятие такой власти вышестоящего, но не простое принуждение сверху. Китайский гражданин понимает, что то, что им управляют, – правильно, хорошо. Этот аспект данной ценности нашел отражение в тексте: если ты будешь подчиняться всем приказам, ты сможешь выжить – «you might survive»; таким образом, такое подчинение обоснованно, оно полезно для самого подчиняющегося.

- Ответственность («*When we're through you can't fail*», «*Help me not to Help me not to ... uproot my family tree*», «*if I were truly to be myself I would break my family's heart*»).

Поскольку ценностью является не личное счастье, а общее благо, каждый член общества чувствует себя ответственным за благополучие общества. Поэтому и девушка не должна подвести («can't fail») и разбить («break») сердце семье («family's heart»), поставив свои личные интересы, свою индивидуальность («to be myself») на первое место.

- Общее дело (общее благо, благополучие государства) («*We'll have you washed and dried*», «*Ancestors, hear my plea, help me not to ...*», «*You'll bring honor to us all*»).

- Упорядоченные взаимоотношения («*My girl will marvel at my strength, adore my battle scars*», «*A girl worth fighting for*»).

Отношения как внутри государства, так и внутри семьи (государства в миниатюре) четко определены: женщина почитает («adore») мужчину, восхищается («marvel») его достоинствами, которые заключаются в том, что мужчина также исполняет отведенную ему роль сильного («strength») воина («battle scar», «fight»).

- Семья (честь семьи, предки) («*perfect bride*», «*perfect daughter*», «*keep my father standing tall*»).

В средней степени в исходном произведении транслированы следующие ценности.

- Труд («*We're going to turn this sow's ear into a silk purse*»).

- Личная честь («*Help me not to make a fool of me*»).

- Социальный порядок («*A man by bearing arms, a girl by bearing sons*»).

Каждый член общества (каждый мужчина «a boy» и каждая женщина (девушка) «a girl» – на это указывает неопределенный артикль «a») выполняет отведенную ему роль в достижении более высокой общей цели: мужчина служит, «нося оружие» («by bearing arms»), женщина – «рожая сыновей» («by bearing sons»).

- Самообладание («*Tranquil as a forest but on fire within*»).

Из примера «*Tranquil as a forest but on fire within, once you find your center you are sure to win*» мы видим, что ценным качеством является умение скрывать свои истинные чувства, быть разным внутри и снаружи (союз «but» – «но» противопоставляет первое качество, спокойствие («tranquil») тому, что находится внутри – «within»). Важным представляется внутренняя сила, энергия, внутренний стержень («center»), который обеспечивает победу («sure to win»).

- Мотивированность («*A girl worth fighting for*»).

- Умение адаптироваться («*You're unsuited for the rage of war, so pack up, go home you're through*»).

- Совершенство («*perfect bride*», «*My girl will think I have no faults, that I'm a major find*»).

Общность и, соответственно, глобальность цели определяет необходимое качество ее исполнения: роли, определенные для каждого из

членов общества, должны исполняться безукоризненно («no faults»), идеально («perfect»).

В низкой степени в исходном тексте транслированы:

- Упорство («*We'll have you washed and dried, primped and polished till you glow with pride*»).

- Несоревновательность («*Destiny, guard our girls ... Each a perfect porcelain doll*»).

Несоревновательность является следствием ценности общего блага. Если цель одна, и она одна на всех, то все члены общества становятся союзниками в ее достижении; поэтому ни одной из «наших девушек» («our girls») нет нужды быть лучше другой – каждая («each») должна быть совершенной («perfect»).

- Обязательность исполнения порядка для всех («*We all must serve our Emperor*»).

Местоимения «we» и «all» («мы» и «все») в данном примере указывают на равенство всех людей перед порядком.

Такие ценности, как мир, терпение, удовлетворенность, солидарность с другими, не были транслированы в исходном американском произведении.

Наряду с китайскими ценностями, в текстах песен репрезентированы и другие концепты, составляющие часть концептосферы американского общества. Ценностями, нехарактерными для китайского общества, но представленными в текстах песен, являются следующие.

- Личный комфорт (личная цель, личное благополучие) («*Our aching feet aren't easy to ignore*», «*you glow with pride*»).

- Победа («*you are sure to win*», «для победы мне нужны бойцы»<sup>2</sup>), сила («*with all the force of a great typhoon*»).

В отличие от китайского общества, где военные победы не восхваляются в связи с действием принципа ненасилия и принципа несоревновательности, в американском обществе результат, а именно – победа («win»), является значимым и мотивирует к действию («для победы»).

- Энергичность («*with all the strength of a raging fire*»).

- Храбрость («*ты пока слабак и жалкий трус*»).

- Ловкость («*Ты на сто уловов будь всегда готов, только тот, кто ловок, победит врагов*»).

Последний пример «предлагает» следующий вариант поведения: подчинение выражено неявно, через форму повелительного наклонения глагола «быть» – «*будь готов*», что может быть ин-

терпретировано как совет или рекомендация, обязательность которого, однако, усиливается за счет единственности варианта выбора – «*только тот, кто ловок*». Но сам факт подчинения или следования рекомендации, не является важным: «спасение» не в подчинении кому-то знающему, спасение – в «ловкости» и «уловках». В данном случае ценной признается способность к разнообразным уловкам («*на сто уловов будь всегда готов*»). Именно «ловкость» и «уловки», т. е. умение жить не по правилам, установленным в обществе, а обходить их («уловка» содержит семантические компоненты «хитрый», «идуший обманными путями»), поможет справиться со сложной ситуацией («*победит врагов*»). Ловкость (быть ловким – находить выход из любого положения, быть хитрым, изворотливым) – основной образ поведения, поскольку он предлагается к применению в любой ситуации – на это указывает наречие «всегда».

- Интеллект («*How 'bout a girl who's got a brain*», «*А если девушка умна и знает все сама*»).

- Исключительность («*When will my reflection show who I am inside*», «*Не найдешь ни одной ты в округе девушки такой*»).

Желание проявить («show») свою индивидуальность, то, что находится внутри («inside»), выделиться («ни одной такой») противопоставляется китайским ценностям несоревновательности и стремлению к адаптации.

Проанализируем трансляцию культурных ценностей в англоязычных текстах в переводе на русский язык. В приведенном ниже примере в исходном тексте репрезентируется концепт «семья»:

«*A girl can bring her family great honor in one way – by striking a good match and this could be the day*» – «*Зачем родятся девушки – чтоб замуж выходить. И к этому всегда готовой надо быть*».

В англоязычном варианте репрезентированы следующие ценности: честь семьи, упорядоченность взаимоотношений, ответственность. Заботиться о чести семьи («family honor») должен каждый ее представитель, в том числе и девушка («a girl»), а из-за того, что роль хранителя семейной чести и славы ложилась на сына, у девушки был только один способ («one way») принести («bring») большой («great») почет семье – удачно выйти замуж («by striking a good match»). Так, на девушке лежит большая ответственность, поскольку никаким иным способом принести почет семье она не может. Этим определяется важность замужества для девушки – его значимостью для ее семьи. Кроме того, из контекста

мы знаем, что к этому событию очень тщательно готовятся, прикладывают много усилий ради одного решающего момента («*this could be the day*» – это может стать тем самым днем – определенный артикль указывает на исключительность дня), событие имеет общественную значимость (не только индивидуальную), поэтому все вовлечены в процесс подготовки. В тексте же перевода важность «того самого момента», ощущение некоторого апогея женского предназначения пропадает. К замужеству «*всегда готовой надо быть*»: наречие «всегда» имеет значение «во всякое время, постоянно» [Ожегов, Шведова 1992]. Это противоположно значению единственности, исключительности дня, которое передает артикль «the».

В русскоязычном тексте переводчик не отразил сути предназначения девушки: мы видим, «*зачем родятся девушки*» – «чтоб замуж выйдти», но почему это является ценным, в чем смысл такого предназначения, текст перевода не объясняет. Союз «зачем» содержит семантический компонент цели, как и союз «чтоб», который присоединяет придаточное с целевым значением [там же]. Так, замужество становится самоцелью, самоценностью, но за ней ничего не стоит, в то время как в англоязычном варианте целью (ценностью) является честь семьи.

Рассмотрим концепт «субординация», который нашел выражение в следующем примере:

«*Let's get down to business till the Huns arrive. Heed my every order and you might survive*» – «Ты на сто уловок будь всегда готов. Только тот, кто ловок, победит врагов».

Концепт «субординация» в исходном тексте репрезентирован через ценность «беспрекословное подчинение» («*heed my every order*» – «подчиняйся моему каждому приказу») вышестоящему (в данном случае – военачальнику). Как было сказано ранее, особенностью подчинения в китайском обществе является принятие власти вышестоящего.

Текст перевода «предлагает» следующий вариант поведения: подчинение выражено неявно, через форму повелительного наклонения глагола «быть» – «будь готов», что может быть интерпретировано как совет или рекомендация, обязательность которого, однако, усиливается за счет единственности варианта выбора – «только тот, кто ловок». Однако сам факт подчинения или следования рекомендации не является важным: «спасение» не в подчинении кому-то знающему, спасение – в «ловкости» и «уловках». В русскоязычном тексте ценной оказывается способность к разнообразным уловкам («на сто уловок будь

*всегда готов*»), именно «ловкость» и «уловки», т. е. умение не жить по правилам, установленным в обществе (т.е. обращать внимание, учитывать («*heed*») все приказы, распоряжения, предписания – правила («*order*») в англоязычном тексте), а обходить их («уловка» содержит семантические компоненты «хитрый», «идущий обманными путями»), поможет справиться со сложной ситуацией («*победить врагов*»). Ловкость (быть ловким – «находить выход из любого положения, быть хитрым, изворотливым») – основной образ поведения, поскольку он предлагается к применению в любой ситуации, – на это указывает наречие «всегда» [там же]. Таким образом, данная ценность, актуализированная в тексте перевода, прямо противоположна китайской ценности, репрезентированной в исходном тексте.

Контексты анализа могут содержать несколько концептов, например, в следующем фрагменте репрезентируются элементы как концепта «семья», так и концепта «порядок»:

«*When we're through boys will gladly go to war for you. With good fortune and a great hairdo...*» – «Не найдешь ни одной ты в округе девушки такой. Не сравниться с этой красотой...»

В исходном тексте подготовка девушки к замужеству является общим делом: сначала мы («*we*») завершим («*are through*» – заканчивать, завершать) все необходимое, а затем, когда все будет готово («*when we're through*»), достигнем цели. Все старания окружающих, красота девушки («*great hairdo*» – «хорошая прическа»), удача («*fortune*») – средства для достижения главной цели – мужчины («*boys*»). Как мы знаем из контекста, мужчина нужен не сам по себе, необходимо замужество. В свою очередь, задача мужчины – военная деятельность, что противоречит китайской ценности – миру, однако он пойдет на войну («*will go to war*») не потому, что таков порядок, его действия будут мотивированы – мужчина пойдет воевать за девушку («*for you*»), которая сначала должна стать частью его семьи. Кроме того, чем лучше постараются те, кто готовит девушку (ценность труда), тем с большей охотой («*gladly*») мужчина будет исполнять свой долг. Наречие «*gladly*» содержит сему радости и переводится как «охотно», «с радостью», «с удовольствием». Стоит подчеркнуть, что в китайском традиционном обществе война была мерой крайней необходимости.

В тексте перевода восхваляется красота девушки: «*такой*» красивой девушки «*не найдешь*», с такой «*красотой*» «*не сравниться*». «Сравниться» – значит «при сравнении оказаться равным кому-чему-нибудь в каком-нибудь отно-

шении» [Ожегов, Шведова 1992]. То, что нет никого («ни одной»), равного ей по красоте, говорит об исключительности девушки. При этом девушка не вступает ни с кем во взаимодействие, в тексте перевода отсутствует репрезентация социальных взаимоотношений. Ее красота, ее исключительность не является результатом усилий, труда и не является условием для достижения какой-либо цели, как это было в исходном тексте, следовательно, красота в тексте перевода – ценность сама по себе и не является средством. Главная задача – мужчина (замужество, семья) – отсутствует.

Рассмотрим репрезентацию концепта «порядок» в переводе:

*«We all must serve our Emperor who guards us from the Huns, a man by bearing arms, a girl by bearing sons»* – «Должны мужчины драться и, конечно, побеждать. А женщины их ждать и сыновей рожать».

В англоязычном тексте местоимения «we» и «all» («мы» и «все») указывают на равенство всех людей перед порядком. Каждый из них должен («must») служить тому, кто находится выше его по своему положению в иерархии; в данном примере вершиной иерархической пирамиды является император (Emperor), служение («serve» – служить) которому представляет собой наивысшую ценность, общее дело. Каждый член общества (каждый мужчина «a boy» и каждая женщина (девушка) «a girl» – на это указывает неопределенный артикль «a») выполняет отведенную ему роль в достижении более высокой, общей цели – мужчина служит «с оружием в руках» («by bearing arms»), женщина – «рожая сыновей» («by bearing sons»). Итак, в данном примере репрезентированы следующие составляющие концепта «порядок», представляющие собой китайские ценности: упорядоченность взаимоотношений (женщины и мужчины выполняют отведенные им роли, граждане служат вышестоящему – императору, который, в свою очередь, также исполняет свои обязательства – охраняет («guards») свой народ от врага (от гуннов – «from the Huns»), поддерживая, таким образом, всеобщий порядок, всеобщее благополучие), иерархия, обязательность следования порядку для всех.

В тексте перевода репрезентирована ценность упорядоченности отношений: у мужчин (которые «должны драться», «побеждать») и женщин («их [мужчин] ждать и сыновей рожать») есть свои социальные роли. Упорядоченность отношений выражается также в межгендерных взаимоотношениях: в доминировании мужчины над женщиной, в его активной роли (женщина

должна «ждать» мужчину, который осуществляет некоторую активность). Транслировано и предпочтительное рождение сына («и сыновей рожать»). Кроме чуждой китайскому обществу воинственности («должны драться» – имеет значение не только «бить друг друга, наносить побои», но и «бороться за что-либо», «сражаться (в бою)»), в тексте перевода репрезентирована еще одна «новая» ценность – победа. Мужчины «должны» не только «драться», но и, «конечно, побеждать» (т.е. победа является «само собой разумеющейся» целью) [там же]. Тем не менее победа не является безусловной ценностью для китайского общества – в связи с действием принципа ненасилия. Помимо этого, такая «обязательность» («конечно») самого факта победы противоречит китайской ценности несоревновательности («победа» предполагает «поражение» противника) [там же].

При этом в тексте перевода отсутствует логика постулированных ценностей, не указывается их источник. В отличие от русскоязычного варианта, в тексте оригинала ценности выстраиваются в логическую цепочку: они восходят от более частных к более общим. Мы можем построить градиацию ценностей: то, что важно для отдельного индивида, определяется ценностью семьи (это видно из других примеров), благополучием и честью семьи, которая, «предоставляя» обществу воинов и матерей, выполняет свою роль в стремлении к общей цели – к благополучию всего государства, всего общества, за спокойствием которого следит император. Ценности же, отраженные в тексте перевода, представляют собой набор правил, ничем не подкрепленных, не вписанных в систему.

Степень репрезентированности китайских ценностей в русскоязычном тексте в большинстве случаев значительно ниже, чем в англоязычном. Так, практически не транслированы такие ценности, как труд, ответственность, несоревновательность, мотивированность, обязательность исполнения порядка для всех, удовлетворенность, благоразумие. Более того, акцентируются ценности, не отраженные в исходном тексте и не являющиеся ценностями китайского общества (и даже противоречащие последним).

- Личные достижения (успех, признание) («Станешь ты лучше всех, снова, снова ждет тебя успех»).

- Личное счастье (радость) («Пусть всегда звучит твой громкий смех», «Верим мы, что радость ждет», «что счастье к нам придет»).

- Смирение («Мне пришлось стать такой»).
- Опасность для окружающих (неподконтрольность, безнаказанность) («Ты должен быть как тайфун опасен, неукротим как лесной пожар», «Никто отразить не сможет твой удар»).

В данном примере в качестве ценности представлена опасность, неукротимость. Если китайская культура строится на мире и созидании, то в русскоязычном тексте ценностью («должен быть») становится огромная разрушительная сила, которой не может управлять даже сам разрушитель («неукротим, как лесной пожар»). Транслированная в русском переводе ценность «опасность» не передает значение цели, пользы для окружающих; это не внутренний огонь, не целеустремленность, это – бездумность, бесцельная, необоснованная разрушительность, которая не приносит пользы ни человеку, ни обществу. Это бой ради боя, ценность, противоречащая китайской концепции ценностей, в которой война должна быть исключительно средством вынужденным, необходимым для защиты. Всесильность («никто отразить не сможет») приводит к хаосу, к беспорядку, в том числе и саморазрушению.

Идея сопротивления традиционному и следования своему собственному пути, отличному от предписанного обществом, является одной из ключевых в американской культуре. «Ломай стереотипы, иди против системы, будь индивидуальностью» – девиз, пропагандируемый американской киноиндустрией на протяжении нескольких десятилетий. Такие ценности обуславливаются множеством факторов, в том числе и колониальным прошлым страны. В отличие от характеристики ценности как искренней приверженности верности, обычая в традиционном китайском обществе, американская интерпретация ценности вызывает сопротивление, так как следование общепринятому не принимается, а выход за рамки нормы воспринимается как нечто естественное.

Концепт «несоответствие» не входит в концептосферу традиционного китайского общества и является основной особенностью американского национального характера в отображении китайских ценностей. Данный концепт «окрасил» каждый из выбранных для исследования основных концептов традиционного китайского общества. Он репрезентирован через указания на вынужденное подчинение норме, через сомнение в необходимости следования порядку, через представление существующего порядка не как блага,

но как силы, сдерживающей внутреннюю индивидуальность личности, ее свободу. Согласно англоязычному варианту текстов песен человек желает обрести свободу, перестать подчиняться установленным правилам (которые образуют его социальную роль), он ждет момента, когда его «несоответствие» перестанет противопоставлять его обществу и будет принято им. В тексте перевода, однако, сопротивление носит более пассивный характер, а желание «разрушить оковы» выражено менее явно. несоответствие в большей степени, чем в тексте оригинала, характеризуется смирением, а порядок часто ассоциируется с радостью.

Кроме вербальной репрезентации, «несоответствие» проявляется и визуально: так, согласно анализу видеоряда во время звучания первой песни мультфильма, соответственно сюжету песни, главную героиню умывают, причесывают, одевают и красят. Несколько раз девушка проявляет свой нрав, свой характер (что символично говорит о том, что ее внутреннее «я» просится наружу): достает и оставляет на виду выбивающийся, «непокорный» локон, который другие женщины пытаются уложить вместе с остальными; восстанавливает справедливость: отдает девочке отобранную у нее мальчиком куклу; помогает одному из играющих в шахматы мужчин сделать удачный ход (демонстрация ума, склонность к «неженским» занятиям).

Итак, в процессе перевода возможна модификация исходного концепта (текста оригинала) в тексте переводов [Алексеева, Шутемова 2012; Дзида 2010; Мишланова 2010, 2011]. В настоящем исследовании анализ трансформации культурных ценностей в мультимодальном тексте показал, что степень транслированности китайских ценностей в русскоязычном тексте значительно ниже, чем в исходном тексте. Концепты, репрезентирующие основные ценности китайского общества («порядок», «семья», «субординация»), при трансляции значительно модифицировались. В переводном тексте отсутствует ценностная логика, иерархия ценностей, выстроенная в исходном тексте. Как в исходном английском тексте, так и в русском тексте перевода репрезентируются ценности, нехарактерные для китайского общества. Более того, в ходе анализа был выделен концепт, который не является характерным для концептосферы Китая – «несоответствие общепринятой норме (порядку)», представляющий собой особенность американского национального мировоззрения. Концепт «несоответствие», взаимодействуя с тремя основными концептами, изменяет их, привносит в них со-

держание, противоречащее традиционным ценностям китайского общества. «Несоответствие» истинно китайским ценностям (общепринятому вообще) в русскоязычном варианте текстов песен носит более пассивный характер, в то время как в американской культуре нежелание подчиняться, стремление сопротивляться подавлению индивидуальности выражено в значительно большей степени.

### Примечания

<sup>1</sup> Исследование выполнялось при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект № 12-16-59015а/у) и гранта в рамках тематического плана по заданию Министерства образования РФ (проект № 6.5962.2011, № 6.5828.2011).

<sup>2</sup> Для удобства дальнейшего сопоставительного анализа перевода здесь и далее приводится текст перевода на русском языке, если таковой имеется для каждого случая транслирования исходной ценности.

### Список литературы

*Алексеева И. С.* Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак-тов высш. учеб. заведений. СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Изд. центр «Академия», 2004. 352 с.

*Алексеева Л. М., Шутемова Н. В.* Когнитивное «пробуждение» переводоведения // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. Вып. 1(17). С. 244–248.

*Бергер А.* Нарративы в массовой культуре, средства массовой информации и повседневной жизни // Контексты современности – II: хрестоматия. 2-е изд., перераб. и доп. / сост. и ред. С. А. Ерофеев. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001. С. 27–36.

*Галеева Н. Л.* Перевод в культуре: уточнение статуса и понятий // Критика и семиотика. Новосибирск, 2006. Вып. 9. С. 24–35.

*Демьянков В. З., Кубрякова Е. С.* К проблеме ментальных репрезентаций // Вопросы когнитивной лингвистики. М.: Ин-т языкозн.; Тамбов: Изд-во Тамбов. гос. ун-та им. Г.Р. Державина, 2007. Вып. 4. С. 8–16.

*Дзида Н. Н.* Асимметрия концепта в свете когнитивно-деятельностного подхода в переводоведении: автореф. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2010.

*Ивэй В.* Жэньминь жибао (Китайская модель разрушает гегемонию «общечеловеческих ценностей») / пер. Ф. Кокорев. 2013. URL:

<http://www.inosmi.ru/world/20130114/204595110.html> (дата обращения: 21.02.2013).

*Китайский* ценностный опрос. Источник: Chinese Values and the Search for Culture-Free Dimensions of Culture: The Chinese Culture Connection // Journal of Cross-Cultural Psychology. 1987. №18. P. 143. 2008–2009. URL: [http://cross-cultural.jimdo.com/aiia\\_oezzaiza\\_aeai.php](http://cross-cultural.jimdo.com/aiia_oezzaiza_aeai.php) (дата обращения: 18.01.2013).

*Мишланова С. Л.* Модификация концепта в процессе перевода // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. 2010. Филология. №1 (т. 1). С. 128–139.

*Мишланова С. Л.* Когнитивно-дискурсивный анализ рецепции специального знания // Вестник Тюменского государственного университета. Сер. Филология. 2011. №1. С. 96–102.

*Москальчук Г. Г.* Структура текста как синергетический процесс: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Барнаул, 1999.

*Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка. 1992. URL: <http://www.ozhegov.org/> (дата обращения: 21.02.2013).

*Попова З. Д., Стернин И. А.* Когнитивная лингвистика. М.: АСТ; Восток–Запад, 2007. URL: <http://zinki.ru/book/kognitivnaya-lingvistika> (дата обращения: 12.02.2012).

*Пермякова Т. М.* Межкультурная коммуникация в свете теории дискурса. Пермь: Перм. гос. ун-т, 2007. 141 с.

*Почагина О.* Семья [в Китае]: новые формы – иные ценности // Отечественные записки. 2008. №3. Электрон. изд. «Демоскоп», №373–374, 2009. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2009/0373/analit06.php> (дата обращения: 24.12.2012).

*Пронн В. Я.* Морфология волшебной сказки. Исторические корни волшебной сказки. М.: Лабиринт, 1998. 512 с.

*Степанов Ю. С.* Константы: Словарь русской культуры. 3-е изд. М.: Акад. проект, 2004. С. 42–67.

*Традиционные ценности китайского общества* // Мудрость Китая. 2009. URL: <http://kitaia.ru/kultura-kitaya/tradicionnye-cennosti-kitayskogo-obshchestva/> (дата обращения: 15.04.2012).

*Bassnett S.* Culture and Translation // A Companion to Translation Studies. Topics in Translation: 34 / ed. by Piotr Kuhiwczak, Karin Littau. Multilingual Matters Ltd, 2007. P. 13–23.

*Bassnett S., Lefevere A.* Constructing Cultures: Essays on Literary Translation // Topics in translation: 11. Cromwell Press, 1998.

*China vs. Disney: The Battle for Mulan* // Time World. 2009. URL: <http://www.time.com/time/world/article/0,8599,1944598,00.html> (дата обращения: 21.02.2012).

**TRANSFORMATION OF CULTURAL VALUES  
IN TRANSLATION OF MULTIMODAL TEXTS  
(a case study of Disney cartoon song soundtrack)**

**Svetlana L. Mishlanova**  
Professor, Head of Linguodidactics Department  
Perm State National Research University

**Tatyana M. Permyakova**  
Professor of Foreign Languages Department  
National Research University Higher School of Economics

**Lyubov Yu. Shlyakhova**  
Graduand of Linguodidactics Department  
Perm State National Research University

The article presents the analysis of cultural values transformation in the multimodal text. The data of the analysis is the target text of the songs from Walt Disney cartoon “Mulan”, devoted to a Chinese girl-warrior, into Russian. The Chinese cultural values are less presented in the Russian text in comparison with the source text. The concepts which represent the principal values of the Chinese society (“order”, “family” and “subordination”) are significantly transformed. Both the source text and in the target text present the values which are not typical of the Chinese society.

**Key words:** cultural values; analysis of cultural concept; translation; cartoon “Mulan”.