

RU

Русский оригинал vs. французская версия: переводческие решения в названиях серий мультфильма «Маша и Медведь»

Кириченко М. А., Пшеничная В. Л.

Аннотация. Цель исследования – систематизация переводческих приемов, используемых при локализации названий серий российского мультфильма «Маша и Медведь» на французский язык для детской аудитории, с акцентом на принципы динамической эквивалентности и функциональной адекватности. В статье рассмотрены стратегии адаптации культурно-специфичных элементов (интертекстуальных аллюзий, культуронимов) в рамках аудиовизуального перевода. В ходе анализа переводческих трансформаций были выделены и проанализированы приемы контекстного перевода (ориентированного на содержание отдельной серии), адаптации, модуляции и эквиваленции. Научная новизна исследования состоит в том, что в нем впервые на материале отечественного анимационного продукта выявлена и детально описана доминирующая стратегия локализации названий серий – контекстный перевод, а также предложена его интерпретация применительно к аудиовизуальному тексту. В результате исследования установлено, что процесс перевода названий серий детского мультфильма в целом базируется на схожем принципе приоритета воздействия на целевую аудиторию (детей), что выражается в широком использовании контекстного подхода (>60%). Вместе с тем под влиянием специфики исходного материала (обилие культурных аллюзий) и задач локализации наблюдается существенное расхождение в стратегиях перевода.

EN

Russian original vs. French version: translation solutions in the episode titles of the animated series “Masha and the Bear”

M. A. Kirichenko, V. L. Pshenichnaia

Abstract. The research aims to systematize the translation techniques used in localizing the episode titles of the Russian animated series “Masha and the Bear” into French for a children’s audience, with an emphasis on the principles of dynamic equivalence and functional adequacy. The paper examines strategies for adapting culturally specific elements (intertextual allusions, culture-specific items) within the framework of audiovisual translation. In the course of analyzing translation transformations, the techniques of contextual translation (focused on the content of a particular episode), adaptation, modulation, and equivalence were identified and analyzed. The research is novel in that it is the first one to identify and describe in detail the dominant strategy for localizing episode titles – contextual translation, using the material of a Russian animated product. In addition, an interpretation for this strategy is proposed as applied to an audiovisual text. The study found that the process of translating the titles of episodes of a children’s cartoon is generally based on a similar principle of prioritizing impact on the target audience (children), which is expressed in the widespread use of the contextual approach (>60%). At the same time, under the influence of the specifics of the source material (an abundance of cultural allusions) and the tasks of localization, there is a significant divergence in translation strategies.

Введение

Вопрос перевода развлекательных продуктов на международном уровне является актуальным уже довольно продолжительный период времени, а также ставит перед специалистами ряд проблем и вопросов. Прежде всего они касаются культурных реалий. В данное понятие мы вслед за В. С. Виноградовым (2001, с. 111-112) включаем фольклорные, исторические и литературно-книжные, а также языковые аллюзии, содержащие намеки на какой-либо фразеологизм, пословицу, поговорку, крылатую фразу или ходячее выражение. Какие культурные реалии необходимо адаптировать, а какие важно сохранить, нужно ли пояснять комическое, специфичное для одной культуры и малопонятное носителям другой и проч. – эти вопросы задает себе каждый

переводчик. Особняком в силу категории аудитории стоит вопрос об адаптации детской аудиовизуальной продукции. Мультфильмы являются богатым и разнообразным материалом для исследований, что подтверждается постоянным появлением трудов по данной тематике (Миронова, Шейфель, 2022; Короткова, Самойленко, 2024) и ряд других. Однако большинство работ посвящено анализу перевода иноязычных мультфильмов на русский язык, тогда как в данном исследовании в связи с выходом российских мультипликационных фильмов на международный рынок аудиовизуальной продукции в качестве материала выбран отечественный продукт. Актуальность данного научного исследования заключается в необходимости изучения механизмов адаптации культурных реалий при переводе названий серий российского мультсериала с русского на французский язык. Данная необходимость продиктована потребностью глубже изучить понятие адаптации в рамках аудиовизуального перевода, а также уточнить понятие контекстного перевода в переводоведении.

В статье будут выявлены и систематизированы приемы, использованные в ходе перевода мультипликационного фильма «Маша и Медведь» с русского на французский язык.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить основные понятия для данного исследования (аудиовизуальный перевод, переводческие трансформации, мультфильм как текст, понятие динамической эквивалентности);
- представить обзор классификаций переводческих трансформаций;
- классифицировать отобранный материал (названия серий 1 и 2 сезона мультфильма «Маша и Медведь») в соответствии с теоретической базой исследования, классификацией переводческих трансформаций Я. И. Рецкера;
- дать определение контекстного перевода;
- провести количественный анализ, который позволит сделать достоверные выводы о наиболее частотных приемах перевода названий серий.

Материал, на основе которого проводится исследование, представляет собой названия серий двух первых сезонов мультфильма «Маша и Медведь», вышедших с 2009 по 2015 год на студии «Анимаккорд» (режиссёр Олег Кузовков) и их перевод на французский язык для франкофонной детской аудитории. Перевод выполнен компанией «Эст-Уэст Фильм» (*Est Ouest Films*) для показа на территории Франции на каналах *Piwi* и *France 5*. Общий объем – 52 названия на русском и французском языках. Материал был отобран методом сплошной выборки, также в статье применяется метод контекстного анализа (связь названий серий с содержанием), количественный анализ для выявления наиболее частых переводческих приемов и эмпирический анализ для сопоставления реальных результатов с теоретическими предпосылками.

Теоретическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных лингвистов, в работах которых представлены классификации переводческих трансформаций (Миньяр-Белоручев, 1980; Рецкер, 2007; Гарбовский, 2004; Комиссаров, 1990; Vinay, Darbelnet, 1995), а также труды, где разрабатывалось понятие эквивалентного перевода и определялись факторы, влияющие на эквивалентность перевода (Nida, Taber, 2003; Reiß, 2000).

Практическая значимость работы состоит в использовании полученных результатов (контекстный перевод названий серий, его понятие и применение, подбор культуронимов, вывод о схожести подходов в создании названий серий и их воссоздании (транскреации)) при разработке курсов по переводческим дисциплинам, в частности по аудиовизуальному переводу, а также в качестве методических рекомендаций для переводчиков, работающих в области аудиовизуального перевода.

Обсуждение и результаты

В рамках данной работы мультипликационный фильм рассматривается как особый тип текста, принадлежащий к категории аудиовизуальных, следовательно, его перевод осуществляется в рамках подходов аудиовизуального перевода. Согласно классификации немецкого лингвиста и переводоведа К. Райс (Reiß, 2000, p. 39), фильм определяется как мультимедиаальный текст. К таким текстам, помимо фильмов, относятся сценические произведения, телепередачи и другие формы, совмещающие аудио- и визуальные компоненты.

Подобные тексты невозможны без вовлечения социального контекста, культурных реалий и неязыковых форм выражения – графических, визуальных и акустических. В научной литературе также используется понятие «аудиовизуальный текст» (АВТ) (Кубасов, 2012), акцентирующее внимание на синтезе языковых и визуальных элементов как основе смысловой структуры текста, а также связывающее это понятие с понятием аудиовизуального перевода.

Само понятие аудиовизуального перевода (АВП) требует разъяснения: АВП – это особый вид перевода, который связан с адаптацией текстового и звукового контента в мультимедийных продуктах, таких как фильмы, мультфильмы, сериалы, видеоигры и телепередачи. В отличие от традиционного письменного перевода, АВП включает работу с изображением, звуковыми эффектами, музыкой и интонацией речи персонажей (Гарбовский, 2004, с. 389).

В этой связи следует отметить, что во французской версии мультфильма «Маша и Медведь» названия серий не только пишутся на экране, но и озвучиваются, а следовательно, представляют собой полноценный АВТ.

Этот вид текста имеет схожие черты с названиями фильмов, однако не следует их отождествлять. Дело в том, что к переводу фильмонимов (названий фильмов), с одной стороны, дистрибьютерами предъявляется

ряд экстралингвистических требований, с другой стороны, часто перевод названия необходим для рекламной кампании задолго до перевода самого фильма (Исмаилова, 2017, с. 39). Перевод названий серий мультфильмов не предполагает таких экстралингвистических ограничений и, как правило, осуществляется в рамках перевода серии в соответствии с динамической эквивалентностью перевода.

Понятие динамической эквивалентности связано с необходимостью сохранения функционального воздействия оригинального текста на целевую аудиторию. В отличие от формального эквивалента, динамический подход ориентирован на результат, то есть на реакцию получателя, а не на структуру оригинала (Nida, Taber, 2003, p. 15). Именно получатель, адресат играет здесь первостепенную роль: дети – особая категория адресата в силу ряда причин: они еще медленно читают, чувствительны к звуковому оформлению, соответствию голоса и образа, вследствие чего из множества видов АВП оптимальным является дубляж актерами.

В работах Каталины Райс (Reiß, 2000), последовательницы Найды, одной из создателей теории Скопоса, динамическая эквивалентность рассматривается сквозь призму функциональной адекватности, при которой важна не столько языковая форма, сколько функция текста и его воздействие (Reiß, 2000, p. 21). Для мультфильмов как аудиовизуального жанра это особенно важно, так как язык здесь тесно связан с интонацией, изображением и музыкальным сопровождением.

Согласно Райс (Reiß, 2000), переводческая стратегия должна учитывать тип текста. Автор выделяет четыре основные категории: информативные, экспрессивные, оперативные и мультимодальные тексты (Reiß, 2000, p. 25). Согласно мнению некоторых исследователей (Nord, 2001, p. 59), которое мы разделяем, мультфильмы относятся к оперативно-экспрессивным мультимодальным текстам, так как они воздействуют на эмоциональное состояние зрителя, сочетают визуальные, вербальные и музыкальные каналы и адресованы преимущественно детям, а значит, требуют культурной адаптации.

Динамическая эквивалентность в переводе мультфильмов предполагает ориентацию на коммуникативный эффект. Переводчику приходится учитывать темп реплик, их ритм, фонетические особенности и культурные реалии. Для решения этих и других переводческих трудностей переводчики и теоретики перевода разработали ряд классификаций переводческих трансформаций, краткий обзор которых мы представим ниже.

Переводческая трансформация является ключевым понятием в теории перевода и представляет собой совокупность приёмов, с помощью которых осуществляется переход от текста на языке оригинала к тексту на языке перевода с сохранением смысла и коммуникативной функции. В лингвистике перевода существует несколько подходов к классификации и описанию этих трансформаций. Неоценимый вклад в таксономию трансформаций внесли отечественные переводоведы (Миньяр-Белоручев, 1980; Рецкер, 2007; Комиссаров, 1990), в зарубежном переводоведении также уделялось внимание данному вопросу (Vinay, Darbelnet, 1995).

В. Н. Комиссаров (1990), теоретик перевода, рассматривал трансформации как необходимые изменения, обусловленные различиями в языковых системах и коммуникативных установках, подчеркивая, что трансформации не являются произвольными: они диктуются задачей передачи содержания и функции оригинала. Он предлагает изначально разделять трансформации на грамматические, лексические и лексико-грамматические.

Р. К. Миньяр-Белоручев (1980) в своей концепции также акцентирует внимание на необходимости трансформаций, обусловленных межъязыковыми асимметриями. Автор рассматривает трансформации в контексте динамического эквивалента и предлагает классификацию, ориентированную на характер преобразуемых единиц.

В рамках исследования мы будем опираться на теорию закономерных соответствий Якова Иосифовича Рецкера (2007), который выделяет эквивалентные соответствия (т. е. основанные на равных единицах языка оригинала и перевода), вариативные (когда одна единица языка в разных контекстах может иметь разное семантическое значение) и те соответствия, которые переводчик самостоятельно создает, базируясь на смысле речевой единицы. К последнему типу соответствий относятся контекстуальный, описательный, антонимичный перевод, генерализация, конкретизация и другие переводческие трансформации (Рецкер, 2007). Я. И. Рецкер определяет контекстуальное значение как значение, возникающее «в процессе употребления слов в речи, в зависимости от окружения» и реализующееся «под действием узкого, широкого и экстралингвистического контекста» (2007, с. 21).

Проводя сопоставительный анализ названий, мы обратили внимание, что доминирующими являются два подхода: перевод оригинального названия и создание нового, имеющего мало общего с оригиналом. Последний мы в работе называем контекстным переводом, подразумевая под контекстом содержание серии. В нашем исследовании такой перевод выходит за рамки семантики слова и охватывает широкий контекст серии мультфильма, именно поэтому принято решение называть его не контекстуальным (как у Я. И. Рецкера), а контекстным. Таким образом, *контекстный перевод применительно к названиям мультфильмов – это не контекстуальное значение слов, входящих в название, а само содержание серии*. В ходе исследования мы ответим на вопрос, можно ли считать такую трансформацию переводческой. Ведь во многих случаях от оригинального названия не остается ничего, а переводчик прибегает к творческому переосмыслению, или транскреации, которая представляет собой процесс создания нового текста с учетом полимодальности и культурной специфики контекста, прежде всего, когда речь идет об аудиовизуальном переводе (Маленова, 2017; Герасимова, Середа, 2021).

Перевод первой же серии представляет собой контекстный перевод: название «Первая встреча» переведено как «Il était une fois» (1), французским сказочным зачином, с которого начинается традиционная сказка, эквивалентом русского «Жили-были». Обращение к содержанию серии является частым приемом: «Весна пришла!», серия, в которой рассказывается о любви Мишки, переведена как «La saison des amours» (2) (Сезон любви), то есть именно это содержание и вынесено в заголовок. Серия «Следы невиданных зверей», где название представляет собой цитатную аллюзию на поэму А. С. Пушкина «Руслан и Людмила», переведе-

на как “À qui est cette trace?” (Чей это след?) (3), таким образом, в название вынесен вопрос, который множество раз за серию задает Маша.

Цитатные аллюзии составляют значительную часть названий серий этого мультфильма, представляя определенную сложность для переводчика. Кажется оправданным подход, когда аллюзия просто заменяется на название, соотносящееся с содержанием серии: многие аллюзии не понятны детской аудитории, представляя собой скорее «приманку» для взрослых родителей. Следовательно, для детей интереса они не представляют и их потеря не существенна. Более того, интертекстуальность теряется и практически невозможна для передачи в переводе, когда речь идет о песенной цитате: к примеру, «Позвони мне, позвони!» из советского фильма «Карнавал». Здесь название переведено как “Masha et le loup” (4) (Маша и волк), что представляется вполне обоснованным. В схожем случае «Фотография 9×12», в котором присутствует явная аллюзия на песню Ирины Аллегровой, популярную в 1990-е годы, переводчик избрал другой способ: “On sourit pour la photo” (5) (Мы улыбаемся для фотографии). Можно предположить, что это также аллюзия, но на французский фильм 2020 года с одноименным названием, таким образом, вероятно, переводчик прибегнул к транскреации, привлекая внимание взрослой аудитории.

Интерес другого рода представляют названия «Ход конем» и «Картина маслом», где одновременно актуализируются сразу два значения выражений: прямое (понятное детям) и переносное (предназначенное скорее для родителей). В обоих случаях переводчик избрал путь контекстного перевода. Для первого случая он выбрал повторяющуюся реплику из серии “Cours petit poney” (6) (Скачи, маленький пони), то есть тот же прием, что и в случае с примером (3). Во втором случае просто сосредоточился на модуляции прямого значения выражения – “Les jolies couleurs” (7) (Красивые цвета (краски)). Иногда переводчики прибегают к замене одного поэтического компонента другим: название «С волками жить...» представляет собой первую часть пословицы «С волками жить – по-волчьи выть», у которой есть французский эквивалент “Il faut hurler avec les loups”, однако переводчик отказывается от эквивалентного перевода в пользу рифмованного: “Joue avec les loups” (8) (Играй с волками).

Некоторые серии носят названия, отсылающие к произведениям для детей: «Усатый-полосатый» (по названию стихотворения С. Я. Маршака), «Дышите! Не дышите!» (цитатная аллюзия на мультфильм «Приключения кота Леопольда») и др. Этот интертекстуальный материал также подвергается контекстным заменам: “Bienvenue au cirque” (9) (Добро пожаловать в цирк) и “Le hoquet hips” (10) (Икание), что позволяет сделать названия понятными детям.

Ряд названий серий, отсылающих к разнообразным культурным реалиям (названия телепередач «Когда все дома», «Дорогая передача»; передача или телеспектакль «Осторожно, ремонт», названия фильмов «Подкидыш», «Один дома» и проч.) также при переводе подвергаются полному изменению. При этом переводчики выбирают различные подходы: поговорка, соответствующая содержанию серии: “Tel Père Tel Fils” (11) (Яблоко от яблони...); название, передающее основную идею серии через реплики героев “Pas de Noël sans amis” (12) (Без друзей нет Нового года) как перевод названия «Один дома», “Choisis ton programme télé” (13) (Выбирай телепередачу) или резюме серии одной фразой: “Michka est papa” (14) (Мишка – папа), “On redécore la maison” (15) (Мы делаем ремонт).

Некоторые культуронимы трансформируются в реалии, более понятные франкоязычной аудитории: «Неуловимые мстители» стали ниндзя (Les Ninjas (16)), а «Праздник урожая» превратился в Хэллоуин, что вполне соответствует содержанию серии: “Halloween” (17), фраза из детской игры в прятки «Кто не спрятался, я не виноват!» имеет французские эквиваленты (“Caché ou pas j’arrive!”), однако превратилась в “Cache cache c’est pas pour les peureux” (18) (Прятки не для трусов), отсылая зрителя к популярной песне Венсана Вальера (Vincent Vallière) “L’amour c’est pas pour les peureux” (Любовь не для трусов).

Чтобы передать идею детской новогодней кричалки «Раз, два, три! Елочка, гори!» переводчик сохранил счет и адаптировал кричалку под французские традиции “3, 2, 1 Joyeux Noël” (19). Некоторые названия сохранили как план содержания, так и план выражения: «День варенья» (“Le Jour Des Confitures” (20)), «Первый раз в первый класс» (“La Rentrée Des Classes” (21)), а «Пещерный медведь» стал “L’ancêtre De Michka” (22). Эквивалентный перевод был выбран для таких названий, как «Крик победы» – “Le Cri De La Victoire” (23), «Раз в году» – “Une Fois Par An” (24), «Сладкая жизнь» – “Une Douce Vie” (25), «Фокус-покус» – “Abracadabra 1, 2, 3 et Voilà!” (26), где выбрано эквивалентное выражение заклинания, а также «Приятного аппетита!» – “Bon appétit, miam” (27), с добавлением эмоционального элемента – оноματοпеи «ням».

В подавляющем большинстве примеров (35 из 52 названий серий двух первых сезонов) переводчики используют контекстный перевод, отходя от оригинального названия и исходя из содержания серии для создания нового названия. В рамках данного подхода следует отметить разнообразные механизмы привлечения внимания аудитории: к примеру, в некоторых случаях переводчики адресуют название скорее взрослой аудитории, используя аллюзии на популярные песни и известные фильмы (примеры 5 и 18). Этот механизм, как мы отмечали при анализе материала, достаточно востребован и среди оригинальных названий. Однако такой подход крайне редко встречается при переводе названий, уже содержащих подобные аллюзии на популярные произведения: в таких случаях, как правило, переводчики прибегали к передаче содержания серии (примеры 9, 10, 14, 15 и др.) или предлагали в качестве названия поговорку (пример 11), соотносящуюся с историей, рассказанной в серии.

Интересным и довольно востребованным оказался способ контекстного перевода, когда переводчик выбирал в качестве названия реплику персонажа мультфильма (Маши), которая произносится в серии, а иногда является лингвистической доминантой всей серии (примеры 3, 6, 12, 13).

Помимо контекстного перевода были отмечены случаи модуляции, адаптации и эквиваленции. В двух случаях были подобраны культурные явления или персонажи, имеющие некоторые схожие черты с исходными вариантами, но отличающиеся рядом признаков (16, 17). Надо признать, что модуляция в обоих случаях отлично вписалась в содержание серий, в контекст, таким образом, можно говорить о наличии признаков контекстного подхода и в этих двух примерах.

Адаптация встречается прежде всего в тех названиях, которые содержат компонент, общий для обеих культур, к примеру праздник или игру. Эквиваленция же была отмечена в переводе тех названий, которые не содержат культуронимов или цитатных аллюзий, а являются либо общепонятными для представителей обеих культур (23, 26, 27), либо для обеих культур являются широко известным культуронимом другой нации (25).

Заключение

Подводя итог исследования, можно сделать следующие выводы.

Определив ключевые для данного исследования понятия, мы проанализировали языковой материал с точки зрения аудиовизуального перевода. Соотнеся полученные результаты с постулатом К. Райс (Reiß, 2000) о функциональной адекватности, то есть о первоочередности воздействия аудиовизуального продукта на аудиторию, можно сделать вывод о схожих методах создания названий (здесь мы понимаем перевод названия как творческий процесс, то есть как процесс создания): определенное количество адресовано взрослой публике, способной декодировать скрытые смыслы, однако подавляющее большинство адаптировано для восприятия детской аудиторией, при этом переводчики прибегают к разным способам создания названий.

Изначально мы опирались на классификацию Я. И. Рецкера (2007), однако, как показал анализ материала, необходимо расширить понятие контекстуального перевода до контекстного, определение которого мы дали в этой статье и которое соотносится не с контекстуальным значением слова, а с контекстом содержания серии. Одним из значимых выводов также следует считать редкие случаи подбора культуронимов для замены оригинальных реалий, иными словами, адаптация (как одна из трансформаций) не является одним из частотных способов перевода. Систематизация приемов, использованных при переводе серий мультфильма «Маша и Медведь» на французский язык, показала, что большая часть названий серий мультфильма «Маша и Медведь» создана заново с опорой на контекст, содержание серии, а не на существующее оригинальное название, т. е. использован контекстный перевод. На наш взгляд, этот подход может считаться переводческой трансформацией в рамках АВП, поскольку в этой области перевод всегда осуществляется с учетом потенциальной аудитории.

Данное исследование ставит вопрос о понятии контекстного перевода, если речь идет об аудиовизуальном тексте и открывает перспективы для определения и уточнения данного понятия в рамках аудиовизуального перевода.

Материалы исследования | Research materials

1. Мультфильм «Маша и Медведь» / реж. О. Кузовков. Студия «Анимакорд», 2009-2015. Сезоны 1, 2.
2. Dessin animé «Macha et Michka» / réalisé par O. Kuzovkov. Studio «Animacord», 2009-2015. Saisons 1 et 2.

Источники | References

1. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: Изд-во Института общего среднего образования Российского авторского общества, 2001.
2. Гарбовский Н. К. Теория перевода. М.: Изд-во Московского университета, 2004.
3. Герасимова А. С., Середа Е. А. Стратегия транскреации в современном рекламном дискурсе // Вестник Калмыцкого университета. 2021. № 3 (51).
4. Исмаилова Т. А. Перевод названий фильмов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2017. № 15.
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990.
6. Короткова И. П., Самойленко А. Д. Трудности перевода мультфильмов на материале перевода мультипликационного фильма «Дракон желаний» // Флагман науки. 2024. № 6 (17).
7. Кубасов Е. А. Особенности перевода аудиовизуальных текстов // Язык. Общество. Проблемы межкультурной коммуникации: материалы Международной научной конференции (г. Гродно, 20-21 марта 2012 г.): в 2 ч. Гродно: Гродненский государственный университет, 2012. Ч. 1.
8. Маленова Е. Д. Креативные практики в современном аудиовизуальном переводе // Омские научные чтения: материалы Всероссийской научно-практической конференции (г. Омск, 11-16 декабря 2017 г.). Омск: Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, 2017.
9. Миньяр-Белоручев Р. К. Общая теория перевода и устный перевод. М.: Воениздат, 1980.

10. Миронова Г. В., Шейфель Н. А. Применение приемов перевода при адаптации имен собственных (на примере перевода имен персонажей мультфильма «Чудеса на виражах») // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы гуманитарного знания. 2022. № 3 (24).
11. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода. М.: Р. Валент, 2007.
12. Nida E. A., Taber C. R. The Theory and Practice of Translation. Leiden – Boston: Brill, 2003.
13. Nord C. Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained. Manchester: St. Jerome Publishing, 2001.
14. Reiß K. Translation Criticism – The Potentials and Limitations: Categories and Criteria for Translation Quality Assessment. Manchester: St. Jerome Publishing, 2000.
15. Vinay J.-P., Darbelnet J. Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1995.

Информация об авторах | Author information

RU**Кириченко Мария Александровна¹**, к. филол. н.**Пшеничная Валерия Львовна²**^{1, 2} Санкт-Петербургский государственный университет**EN****Maria Alexandrovna Kirichenko¹**, PhD**Valeriia Lvovna Pshenichnaia²**^{1, 2} St. Petersburg State University¹ maria.kirichenko80@gmail.com, ² leraleble@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 14.07.2025; опубликовано online (published online): 18.08.2025.

Ключевые слова (keywords): перевод названий мультфильмов; динамическая эквивалентность; контекстный перевод; переводческие трансформации; культурные реалии; translation of cartoon titles; dynamic equivalence; contextual translation; translation transformations; cultural realia.