

ПРОБЛЕМА ПЕРЕДАЧИ КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННОЙ
ЛЕКСИКИ В АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ

А.А. Шарова

Аннотация. Настоящее исследование посвящено проблеме межъязыковой передачи культурно-маркированных лексических единиц в аудиовизуальном тексте. Отмечается комплексный характер данного вида текстов, характеризующихся поликодовостью и полимодальностью, что необходимо учитывать и в переводе. Материалом исследования послужил десятый сезон анимационного сериала «Южный Парк», в котором активно эксплуатируются различные виды культурно-значимых единиц: реалии, онимы, фразеологизмы, прецедентные феномены и иноязычные вкрапления, — требующие особого внимания переводчика ввиду наличия разрыва между культурным фоном реципиентов оригинала и перевода. Отмечаются две основные стратегии передачи таких элементов в переводе — адаптация и неадаптированный перевод. Проведенный анализ практического материала позволяет сделать вывод о том, что доминирующей стратегией межъязыковой передачи культурно-маркированной лексики в нем стал неадаптированный перевод с опорой на приемы транскрипции/транслитерации и калькирования, что можно связать как с характером самой лексики — ее известностью потенциальному реципиенту перевода, так и с желанием переводчиков сохранить форму и культурный колорит такой лексики. В то же время адекватная передача смысла, расхождения в культурах стран оригинального и переводящего языков, а также соображения уместности того или иного компонента в переводе подталкивают переводчиков к применению адаптации посредством различного рода замен, модуляции, компенсации и описательного перевода.

412

Ключевые слова: культурно-маркированная лексика, реалия, оним, фразеологизм, иноязычное вкрапление, прецедентный феномен, аудиовизуальный текст, стратегия перевода, адаптация, неадаптированный перевод.

Для цитирования: Шарова А.А. Проблема передачи культурно-маркированной лексики в аудиовизуальном переводе // Преподаватель XXI век. 2025. № 2. Часть 2. С. 412–421. DOI: 10.31862/2073-9613-2025-2-412-421

© Шарова А.А., 2025



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

THE PROBLEM OF REPRODUCTION OF CULTURE-SPECIFIC VOCABULARY
IN AUDIOVISUAL TRANSLATION

A.A. Sharova

Abstract. *The present study is devoted to the problem of interlanguage reproduction of culture-specific vocabulary units in audiovisual texts. The study emphasizes the complex character of this type of texts which implies that they are polycode and polymodal that should be taken into consideration while translating. The study was carried out on the basis of the tenth season of animated series “South Park” characterized by active usage of various culture-specific units — culture-bound terms, onyms, phraseological units, precedent phenomena and foreign language inclusions, requiring special attention of the translators due to the difference in cultural backgrounds of receptors of the original text and translation. The two ways of reproducing culture-specific elements in translation include adaptation and nonadaptive translation. The research indicated that the main way of translating these elements is nonadaptive translation by means of transcription/transliteration and calquing which may be explained by the nature of the units (they are well-known to the Russian receptor), on the one hand, and by the aspiration of the translators to retain the form and cultural authenticity of lexical units, on the other hand. At the same time the requirements of adequacy, differences in cultures of the source and target countries, as well as the relevance of a certain culture-specific unit impose the necessity of adaptation by means of substitutions, modulation, compensation and descriptive translation.*

Keywords: *culture-specific vocabulary, culture-bound term, onym, phraseological unit, foreign language inclusion, precedent phenomenon, audiovisual text, way of translation, adaptation, nonadaptive translation.*

Cite as: Sharova A.A. The problem of reproduction of culture-specific vocabulary in audiovisual translation. *Prepodavatel XXI vek*. Russian Journal of Education. 2025, No. 2, part 2, pp. 412–421. DOI: 10.31862/2073-9613-2025-2-412-421

Проблема взаимосвязи языка и культуры в последние десятилетия является объектом пристального внимания лингвистов и переводоведов, ведь, с одной стороны, в языке в форме языковых знаков воплощаются факты культуры, а с другой — язык, будучи средством хранения и передачи культурной информации, становится важнейшей частью культуры и оказывает влияние на жизненную философию его носителей [1]. С этой точки зрения значительный интерес вызывает изучение культурно-маркированной лексики, обладающей экстралингвистическим фоном и содержащей информацию о культуре носителей языка. Данный пласт лексики требует особого подхода при переводе ввиду наличия разрыва между культурным фоном реципиентов оригинального и переведенного текстов.

Термин «культурно-маркированная лексика» появился в рамках лингвокультурологических исследований и был введен в обиход в работах Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова [2], которые определяли данный пласт лексики как слова, обладающие социокультурным компонентом значения. Будучи носителем важной информации о культуре, обычаях и национальном характере представителей какой-либо

лингвокультуры, такие слова требуют к себе особого внимания [3]. Вместе с тем, как отмечает И.Е. Аверьянова, специфика культурно-маркированной лексики не осознается носителями языка, так как «не отличается особым лингвистическим статусом». Однако эта специфика очевидна для представителей других культур и выявляется именно при сопоставлении языков [4].

Настоящее исследование посвящено проблеме передачи культурно-специфической лексики в аудиовизуальном переводе. К основным свойствам аудиовизуального текста относятся поликодовость (сочетание знаков разных семиотических систем) и полимодальность (восприятие текста с помощью различных каналов восприятия информации — аудиального и зрительного), что дает повышенную прагматическую и культурную нагрузку на реципиента [5]. Комплексный характер аудиовизуального текста определяет и комплексный подход к его переводу, который предполагает не только передачу вербального компонента с помощью средств языка-рецептора, но и необходимость соотнесения разных семиотических систем друг с другом, соблюдения требований к конкретному виду перевода, учет хронометража, липсинка (укладки текста «в губы») и др. Особого внимания от переводчика в аудиовизуальном переводе требует передача культурно-маркированных элементов с учетом не только общего контекста всего оригинального текста, но и особенностей культуры переводящего языка.

В настоящей статье предпринята попытка проанализировать специфику передачи культурно-маркированной лексики на материале мультипликационного сериала «Южный Парк». Основу сюжета сериала составляют приключения четырех мальчиков и их друзей, живущих в городке Южный Парк, штат Колорадо, США. Данный мультсериал рассчитан на взрослую аудиторию и сочетает в себе жанры ситуационной комедии, черной комедии, сатиры и комедии абсурда. Одна из важнейших составляющих мультсериала заключается в высмеивании недостатков культуры США и мировых событий в различных сферах общественной жизни — истории, политике, кинематографе, литературе и пр., подтверждая мнения исследователей о том, что мультипликационный дискурс «наиболее ярко отражает особенности того времени, в котором он создается» [6].

В качестве практического материала для исследования нами был выбран десятый сезон, вышедший на экраны в 2006 году и считающийся одним из лучших за всю историю мультипликационного сериала. Всего в эпизодах сезона было выявлено 422 культурно-специфические единицы.

Репертуар культурно-маркированной лексики десятого сезона сериала очень разнообразен и включает:

1) реалии: общественно-исторические (*Well... We didn't come up with the First Amendment. It was already in place*), географические и этнографические (*I hope he makes his Salisbury steak with buttered noodles!*);

2) культурно-значимые онимы: топонимы (*You don't know San Francisco, Butters. It was the breeding ground for the hippie movement in the 60s...*) и антропонимы (*It's the smug from George Clooney's acceptance speech at the Academy Awards*);

3) фразеологические единицы (*Mr. President, my hands are tied*);

4) прецедентные феномены: имена (*Once again, a cartoon depicting the Muslim prophet Mohammad is set to air tonight on Family Guy!*), высказывания (*Make Love, Not Warcraft*), ситуации (*...and the battle between Good and Evil is finally waged...*), тексты (*Hello Mohammad, we've read all about you in the Koran.*).

5) иноязычные вкрапления (*Wir müssen die Juden ausröten!*; *Voulez-vous coucher avec moi, Clyde?*).

Будучи носителями национально-культурного колорита, культурно-значимые лексические единицы требуют от переводчика особого подхода и поиска путей их адекватной передачи. Проблема адекватности перевода на протяжении длительного времени находится в центре внимания переводоведов. Адекватность, по мнению В.В. Сдобникова, — ведущий критерий оценки качества перевода [7, с. 249]. С.А. Семко под адекватным переводом подразумевает такой, который верно передаст исходное сообщение при соблюдении норм переводящего языка [8]. А.А. Смирнов пишет, что адекватным можно признать «перевод, в котором переданы все намерения автора (как продуманные им, так и бессознательные) в смысле определенного идейно-эмоционального художественного воздействия на читателя, с соблюдением по мере возможности [путем точных эквивалентов или удовлетворительных субститутгов (подстановок)] всех применяемых автором ресурсов образности, колорита, ритма и т.п.; последние должны рассматриваться, однако, не как самоцель, а только как средство для достижения общего эффекта» [цит.по: 7, с. 244]. В настоящее время большинство переводоведов (О. Каде, А. Нойберт, В.В. Сдобников, А.Д. Швейцер и др.) сходятся во мнении, что адекватный перевод подразумевает, прежде всего, передачу коммуникативного эффекта текста, а не формальных элементов, т.е. произошел сдвиг от текстоцентрического подхода к переводу и оценке его полноценности к коммуникативно-функциональному. Многие авторы (И.И. Валуйцева, Г.Т. Хухуни; Е.П. Подлегаева и др.) обращают внимание на то, что в достижении адекватности перевода значительную роль играет межкультурная адаптация — необходимость «транспонировать», или вносить известную поправку на разницу между национальным языком, эпохой, местными условиями, уровнем культуры, литературой, традицией и вообще социальной средой автора, с одной стороны, и переводчика и его читателей — с другой). Таким образом, адаптация считается основным способом передачи культурно-маркированных единиц в переводе (И.С. Алексеева, И.А. Воронцова, Ю. Найда, А.И. Яковлев). В то же время ряд авторов (например, У. Эко) указывает на необходимость точного, неадаптированного перевода культурно-специфической лексики, в частности прецедентных феноменов, с целью сохранения культурно-маркированного феномена как носителя уникальной когнитивной и эмоциональной информации [цит. по: 9, с. 22].

Сравнительно-сопоставительный анализ реалий и культурно-значимых онимов исходного текста (именно эти группы культурно-маркированной лексики наиболее широко представлены в эпизодах десятого сезона, выявлено 84 и 221 единицы соответственно) и их перевода на русский язык показал преобладание неадаптивного перевода с применением приемов транскрипции/транслитерации и калькирования/полукалькирования: *vice-president* — *вице-президент*; *the First Amendment* — *Первая поправка*; *hippie movement* — *движение хунну*; *San Francisco* — *Сан-Франциско*; *John Travolta* — *Джон Траволта*.

Адаптивный перевод данного пласта лексики осуществлялся с применением приемов генерализации, опущения, компенсации и замены типа приближенного перевода. Так, в эпизоде *Tsst* мама Эрика Картмана говорит: *I learned how to make Sumi-e paintings*, что переводчиками было передано как *Я научилась рисовать тушью*.

Название японской техники рисования тушью *суми-э*, очевидно, не столь известное русскоязычному реципиенту, было генерализировано до рисования тушью. В этом же эпизоде Картман, возмущенный тем, что у него на тарелке исключительно здоровая и невкусная пища, произносит: *What the hell is this?! Skinless chicken, boiled vegetables and salad?! This is just like Auschwitz! — Это что такое, мать вашу?! Курица без кожицы, вареные овощи и салат?! Решили меня голодом уморить?* В переводе название немецкого концентрационного лагеря было опущено переводчиками, возможно, ввиду неуместности столь гиперболизированного сравнения в русскоязычной культуре, однако потеря эмоционально-оценочной информации была частично компенсирована предположением Картмана о попытке уморить его голодом. Примером замены реалии по типу приближенного перевода может служить перевод слов миссис Картман об успехах ее сына в школе: *He got an A on his last spelling test and a B+ in history.* — Он получил пять за диктант и четыре с плюсом по истории. Причина замены — разные системы оценивания успеваемости учащихся в школах США (оценки выставляются в буквенном формате, где А — самая высокая оценка) и России (принята балльная система с числовыми показателями).

Обратимся к анализу способов передачи фразеологических оборотов (в материале выделено 63 единицы). В сериале представлены различные виды фразеологизмов: 1) фразеологические единства: *Things have really gotten out of hand! I'm gonna blow the lid off this whole conspiracy 9/11 once and for all;* 2) сочетания: *He talked about how people in Hollywood are ahead of the curve on social matters;* 3) сращения (идиомы): *It's called the false flag policy.* В значении фразеологизмов выделяется пять основных компонентов, требующих учета при переводе, — образ, литературный смысл, эмоциональный характер, стилистические особенности и национальная окраска [10]. Традиционно в переводческой практике применяются два основных способа передачи фразеологизмов — фразеологический и нефразеологический перевод. Первый предполагает использование фразеологических эквивалентов, т.е. единиц переводящего языка, совпадающих с исходной по всем пяти аспектам значения, или фразеологических аналогов — единиц, обладающих общим с переводимым фразеологизмом значением, но основанных на другой словесно-образной форме. Второй способ подразумевает использование калькирования и описательного перевода. Принимая во внимание две основные стратегии передачи культурно-маркированной лексики (адаптация и неадаптированный перевод), мы относим использование эквивалентов и калькирования к неадаптированному переводу, а описательного перевода и фразеологического аналога — к адаптации.

Анализ выявленных в практическом материале фразеологизмов и их перевода на русский язык показал преобладание неадаптированной передачи фразеологии в сериале с использованием эквивалентов: *Mr. President, my hands are tied. — Господин президент, у меня связаны руки; It's like everyone's putting pieces together that aren't there. — Как будто все пытаются сложить картинку, которой нет.* Гораздо реже в переводе сериала встречается адаптивный перевод фразеологизмов с использованием фразеологических аналогов. Так, в одном из эпизодов Стэн и Кайл в поисках правды о виновниках трагедии 11 сентября обращаются к владельцу сайта о теории заговора вокруг тех событий. Последний уверен, что к трагедии причастно американское правительство, которому необходимо было организовать теракт

для оправдания последующего вторжения на Ближний Восток: *It's called the false flag policy. Make it look like the enemy attacked you*. Происхождение фразеологизма *false flag* связано с историческими событиями: в прошлом в Карибском море английские корсары нападали на испанские корабли и колонии под флагом Франции, которая была союзницей Испании, с целью спровоцировать конфликт между двумя странами (принцип «разделяй и властвуй»). Во фразеологическом фонде русского языка отсутствует полный эквивалент данной единицы, поэтому в переводе фраза была передана следующим образом: *Это называется отвлекающий маневр. Все выглядит так, как будто враг нас атаковал*. Очевидно, что использованный аналог лишен национального колорита оригинала, однако ограниченный тайм-код не позволил переводчикам передать его за счет добавлений или описательного перевода, а более «компактная» калька с английского могла бы привести к непониманию смысла русскоязычным реципиентом.

Наиболее сложной с точки зрения передачи в переводе группой культурно-маркированной лексики в сериале являются прецедентные феномены (далее — ПФ). Анализ практического материала позволил выделить 51 ПФ, в том числе:

- вербальные: 1) прецедентные имена (имена исторических и медийных личностей, названия литературных произведений, фильмов, брендов и пр.): *Charles Darwin, George Burns, Hitler, Kentucky Fried Chicken, Ferrari, Family Guy*; 2) прецедентные высказывания (цитаты, в том числе трансформированные): *Make love, not Warcraft* (отсылка к лозунгу против войны во Вьетнаме, автор фразы — социальный критик и фольклорист Гершан Легман, цитата стала широко известна благодаря песне Джона Леннона *Mind Games*);

- вербализуемые: 1) прецедентные тексты, отсылка к которым производится с помощью прецедентных имен и высказываний: *the Koran; Go, God, Go* (отсылка к книге *Go, Dog, Go* П.Д. Истмена); *Na Na Hey Hey Kiss Him Goodbye* (строка из песни группы *Steam*); *I love to brush my teeth* (строка из популярной детской песни); 2) прецедентные ситуации: так, эпизоды *Cartoon Wars* (первая и вторая части) отсылают нас к скандалу 2005–2006 годов с публикацией карикатур на пророка Мухаммеда в одной из датских газет.

С точки зрения «масштаба распространения» ПФ, выделенные в эпизодах сезона, можно разделить на следующие группы: 1) универсально-прецедентные — известные среднестатистическому представителю человечества (*Jesus Christ, Mohammed, Hitler*); 2) национально-прецедентные — известные в рамках определенного лингвокультурного сообщества (*George Bush, Kentucky Fried Chicken*); 3) социумно-прецедентные — известные представителям определенной социальной группы (*Nanny 911, Sweet 16* — названия популярных американских телешоу; *Love Will Keep Us Together* — песня поп-дуэта 1970-х *Captain & Tennille*).

Что касается межъязыковой передачи ПФ, то преобладание в тексте сериала прецедентных имен, как самостоятельных, так и вербализующих прецедентные ситуации, объясняет тенденцию к неадаптивному переводу (37 случаев из 51) с использованием транскрипции, транслитерации и калькирования: *Charles Darwin* — *Чарльз Дарвин*; *Go, God, Go* — *Беги, Бог, Беги*; *Cartoon Wars* — *Мультипликационные войны*. Адаптация прецедентных единиц производилась с применением различного рода замен. Например, в эпизоде *Tsst* миссис Картман обращается к Эрику

с вопросом: *Have you ever heard of a show called Nanny 911?* Название телешоу было заменено по типу смыслового развития на *Няня спешит на помощь* со смещением акцента с самого названия американской службы спасения на ее функцию. Замену ПФ по типу описательного перевода можно наблюдать в эпизоде *Hell on Earth*, в котором герои хотят устроить грандиозную вечеринку в честь Хэллоуина: *Have you seen those rich, spoiled, teenage girls who have massive Sweet 16 parties? That big.* — *А вот как на MTV есть программа, в которой богатые избалованные девочки празднуют шестнадцатилетие.*

Стоит отметить, что ряд ПФ в сериале и стоящие за ними культурные ассоциации, на наш взгляд, остались закрытыми для русскоязычного реципиента. Так, в одном из эпизодов бывший вице-президент США Альберт Гор произносит: *Well, my work here is done. I've killed MBP, and now I must save the world from something else. Maybe I'll make a movie. A movie starring me. Then people will take me super-serial.* — *Ну что ж, моя работа завершена. Я убил зверя, а теперь отправляюсь спасать мир от еще чего-нибудь. Может быть, даже сниму фильм. С собой в главной роли. Вот тогда все будут воспринимать меня супер-дупер-серьезно.* В данном контексте в первом случае идет отсылка к фильму «Неудобная правда», снятому при участии Гора и получившему две премии Оскар. Один из создателей сериала Мэтт Стоун сказал, что фильм Гора не должен был получить премию за лучший документальный фильм, заявив, что «это был не документальный фильм, а презентация в PowerPoint». Во втором выделенном фрагменте создатели сериала отсылают зрителя к ситуации, которая произошла с Гором на шоу *Опры Уинфри*, когда бывший вице-президент неправильно воспринял ее вопрос о любимом сухом завтраке (англ. *cereal*). Он понял это как *сериал* (англ. *serial*) и ответил: *Опра*. Данная ситуация, вербализованная за счет замены англ. *serious* (серьезный) на *serial* (сухой завтрак) не может быть так же емко передана в переводе, требуя дополнительного комментария, что в условиях ограниченного хронометража невозможно. Тем не менее переводчики попытались компенсировать общую комичность прецедентной ситуации, от которой идет речь, за счет добавления (*супер-дупер*) и искажения слова *серьезно*. Очевидно, в рассмотренном примере речь идет о социумно-прецедентных феноменах, обладающих большой степенью «закрытости» для представителей русского лингвокультурного сообщества и для декодирования требующих либо дополнительных комментариев (что едва ли возможно в условиях аудиовизуального перевода), либо дополнительных когнитивных усилий со стороны реципиента.

Самой малочисленной группой культурно-маркированной лексики в эпизодах сериала стали иноязычные вкрапления. В десятом сезоне встречаются вкрапления из немецкого и французского языков и ни одно из них не переводится. Так, в эпизоде *Tsst*, посвященном проблемам Картмана с поведением и его «перевоспитанию», в том числе с привлечением одной из нянь шоу *Няня спешит на помощь*, в рекламе шоу демонстрируются непослушные дети и один из них произносит: *Wir müssen die Juden ausrotten!* Поскольку целью использования вкрапления было гротескное сравнение непослушного ребенка с Гитлером, фраза едва ли нуждалась в переводе и была оставлена в исходном виде. Отметим, что данная стратегия неадаптированной передачи иноязычных вкраплений отличается от той, к которой переводчики прибегали в других сезонах сериала (например, в 24-м и 25-м сезонах вкрапления из немецкого

языка передавались с помощью адаптации — обыгрывания немецкого акцента в русскоязычном тексте).

Количественные данные о соотношении адаптации и неадаптированной передачи культурно-значимых лексических единиц представлены в таблице 1:

Таблица 1

Соотношение адаптированного и неадаптированного перевода культурно-маркированной лексики в десятом сезоне сериала «Южный Парк»

Группа культурно-маркированной лексики	Адаптация в переводе	Неадаптированная передача
Реалии (84)	19 (23%)	65 (77%)
Онимы (221)	22 (10%)	199 (90%)
Фразеологические единицы (63)	12 (19%)	51 (81%)
Прецедентные феномены (51)	14 (27%)	37 (73%)
Иноязычные вкрапления (3)	0	3 (100%)

Таким образом, ведущей стратегией передачи культурно-маркированной лексики в переводе сериала стал неадаптированный перевод с опорой на приемы транскрипции, транслитерации, калькирования и полукалькирования. С одной стороны, это может быть связано с «масштабом распространения» самих культурно-значимых лексических единиц — наиболее активно эксплуатируемые в сериале единицы довольно хорошо известны русскоязычному реципиенту, не нуждаясь в какой-либо адаптации. С другой стороны, применение неадаптированного перевода можно объяснить стремлением к сохранению формы и культурного колорита обозначенных единиц. Кроме того, технические требования к аудиовизуальному переводу (соблюдение хронометража, укладка текста «в губы») накладывает определенные ограничения на применение приемов адаптации культурно-маркированной лексики. Тем не менее отметим, что случаи адаптированного перевода такой лексики не являются редкостью (в особенности относительно реалий и ПФ, среди которых около четверти единиц подверглись той или иной степени адаптации с опорой на приемы замены, генерализации, описательного перевода и компенсации). Причины, по которым переводчики обращались к стратегии адаптации, включают не только стремление обеспечить более точное понимание смысла реципиентом перевода, но и объективные расхождения в культурах стран исходного и переводящего языков, а также вопрос уместности в культуре переводящего языка.

Таким образом, можно говорить о том, что культурно-маркированная лексика в тексте мультипликационного сериала вынуждает переводчиков к поиску оптимальных путей ее передачи с применением стратегий адаптивного/неадаптированного перевода.

Адекватная передача такой лексики требует от переводчика учета не только национально-культурного колорита в значении лексических единиц, но и множества других факторов — от известности и приемлемости единицы в культуре страны-реципиента до общего контекста произведения, наряду с техническими особенностями аудиовизуального текста.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фразеология в контексте культуры / отв. ред. В.Н. Телия. М.: Языки рус. культуры, 1999. 336 с.
2. *Верещагин Е.М., Костомаров В.Г.* Язык и культура. М.: Индрик, 2005. 1308 с.
3. *Яшина М.Г.* Методика исследования культурно-маркированной лексики // Вестник Московского университета. Серия 19. 2009. № 3. С. 192–199.
4. *Аверьянова И.Е.* Русская культурно-маркированная лексика в англоязычных произведениях о России и Великой Октябрьской социалистической революции: дис. ... канд. филол. наук. Днепропетровск, 1984. 205 с.
5. *Малёнова Е.Д.* Теория и практика аудиовизуального перевода: отечественный и зарубежный опыт // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 32–46.
6. *Дидик У.В.* Мультфильмы в детском дискурсе // Научные статьи Казахстана, 2013. URL: <https://articlekz.com/article/12254> (дата обращения: 27.02.2025).
7. *Сдобников В.В., Калинин К.Е., Петрова О.В.* Теория перевода. Коммуникативно-функциональный подход: учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков. М.: Издательский дом ВКН, 2019. 512 с.
8. *Семко С.А.* Лекции по теории перевода. Вып. 5: Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2005. 136 с.
9. *Воронцова И.А., Шарова А.А., Лыкова А.С.* Прецедентность в анимационном дискурсе: проблема языковой репрезентации и перевода // Вестник ЮУрГУ. Серия: «Лингвистика». 2023. Т. 20, № 1. С. 20–27.
10. *Илюшкина М.Ю.* Теория перевода: основные понятия и проблемы. М.: ФЛИНТА, 2017. 85 с.

REFERENCES

1. *Frazeologiya v kontekste kul'tury* [Phraseology in Context of Culture], V.N. Teliya (ed.). Moscow, Yazyki rus. kul'tury, 1999, 336 p. (in Russ.)
2. *Vereshchagin E.M., Kostomarov V.G. Yazyk i kul'tura* [Language and culture]. Moscow, Indrik, 2005, 1308 p. (in Russ.)
3. *Jashina M.G. Metodika issledovaniya kul'turno-markirovannoj leksiki* [Methodology of Studying Culture-marked Vocabulary], *Vestnik Moskovskogo universiteta = Bulletin of Moscow University, Seriya 19*, 2009, No. 3, pp. 192–199. (in Russ.)
4. *Averyanova I.E. Russkaya kul'turno-markirovannaya leksika v angloyazychnyh proizvedeniyah o Rossii i Velikoj Oktyabr'skoj socialisticheskoy revoljucii* [Russian Culture-marked Vocabulary in the English Literary Works on Great October Socialistic revolution]. PhD Dissertation (Philology). Dnepropetrovsk, 1984, 205 p. (in Russ.)

5. Malyonova E.D. Teoriya i praktika audiovizual'nogo perevoda: otechestvennyj i zarubezhnyj opyt [Theory and Practice of Audiovisual Translation: Russian and International Approaches], *Kommunikativnye issledovaniya* [Communication Studies], 2017, No. 2 (12), pp. 32–46. (in Russ.)
6. Didik U.V. Mul'tfil'my v detskom diskurse [cartoon in Children's Discourse], *Nauchnye stat'i Kazahstana* = Scientific articles Kazakhstan, 2013. Available at: <https://articlekz.com/article/12254> (accessed: 27.02.2025) (in Russ.)
7. Sdobnikov V.V., Kalinin K.E., Petrova O.V. *Teoriya perevoda. Kommunikativno-funkcional'nyj podhod: uchebnik dlya studentov lingvisticheskikh vuzov i fakul'tetov inostrannykh yazykov* [Theory of Translation. Communicative and Functional Approach: Textbook for Students of Linguistic Universities and Departments of Foreign Languages]. Moscow, Izdatel'skij dom VKN, 2019, 512 p. (in Russ.)
8. Semko S.A. *Lekcii po teorii perevoda* [Lectures on Theory of Translation], *Seriya "Jazyk. Kul'tura. Kommunikaciya"* [Language, culture, communication], vol. 5. Nizhnij Novgorod, NGLU imeni N.A. Dobrolyubova, 2005, 136 p. (in Russ.)
9. Voroncova I.A., Sharova A.A., Lykova A.S. Precedentnost' v animacionnom diskurse: problema yazykovej reprezentacii i perevoda [Precedent Phenomena in Animated Discourse: Linguistic Representation and Translation], *Vestnik JuUrGU*, Seriya "Lingvistika" = Bulletin of the South Ural State University, Series "Linguistics", 2023, vol. 20, No. 1, pp. 20–27. (in Russ.)
10. Ilyushkina M.Yu. *Teoriya perevoda: osnovnye ponyatiya i problemy* [Theory of translation: Basic Concepts and Problems]. Moscow, FLINTA, 2017, 85 p. (in Russ.)

Шарова Анна Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра теории и методики профессионального образования, Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, yadvig@rambler.ru

Anna A. Sharova, PhD in Philology, Associate Professor, Theory and Methodology of Professional Education Department, Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky, yadvig@rambler.ru

421

Статья поступила в редакцию 28.02.2025. Принята к публикации 10.04.2025

The paper was submitted 28.02.2025. Accepted for publication 10.04.2025