

PHILOLOGICAL SCIENCES

PRAGMATIC ADAPTATION WHEN TRANSLATING CARTOON/FILM TITLES

Tulekova G.

PhD in Philology, Associate Professor

H-index: 2

Web of Science: ORK 4815-2025

Scopus: 58484411200

ORCID: 0000-0003-1731-9600

Turan University, Kazakhstan

Kyrgyzbay B.

Nurmanova Zh.

Parmanov B.

ФИЛЬМ ЖӘНЕ МУЛЬТФИЛЬМ АТАУЛАРЫН АУДАРУДАҒЫ ПРАГМАТИКАЛЫҚ БЕЙІМДЕУ

Түлекова Г.Х.

Ф.ғ.к., Қауымдастырылған профессор

H-индекс: 2

Web of Science: ORK 4815-2025

Scopus: 58484411200

ORCID: 0000-0003-1731-9600

Тұран университеті, Қазақстан

Қырғызбай Б.

Нурманова Ж.

Парманов Б.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20186463>

Abstract

This article examines pragmatic adaptation in translating film and animation titles through the IMRAD structure. A title is treated not only as a linguistic unit, but also as a tool of audience attraction, genre signalling, cultural transfer, and commercial impact. Drawing on studies from 2022–2025, the paper systematizes adaptation models, translation transformations, and their relevance to the Kazakh-language context. The practical section interprets well-known title translations to demonstrate their pragmatic load.

Аңдатпа

Мақалада фильм және мультфильм атауларын аударудағы прагматикалық бейімдеу мәселесі IMRAD үлгісінде қарастырылады. Атаудың тек тілдік бірлік емес, көрерменді тартатын, жанрды аңғартатын, мәдени кодты жеткізетін және коммерциялық ықпал жасайтын құрал екені талданады. Зерттеуде соңғы жылдардағы аудиовизуалды аудармаға арналған еңбектер негізінде фильм атауын бейімдеудің негізгі модельдері, трансформация түрлері және қазақ тілді кеңістікке қолдану тетіктері жүйеленеді. Практикалық бөлімде танымал фильмдер мен мультфильмдер атаулары нақты мысал ретінде алынып, олардың аудармадағы прагматикалық жүктемесі ашылады.

Keywords: translation, pragmatics, film title, animated title, adaptation, audiovisual translation, localization.

Кілт сөздер: аударма, прагматика, фильм атауы, мультфильм атауы, бейімдеу, аудиовизуалды аударма, локализация.

Кіріспе. Фильм мен мультфильм атауы көркем мәтіннің шеткі қабаты емес, қабылдаудың алғашқы сүзгісі болып саналады. Көрермен кино туындысының мазмұнымен, стилімен немесе идеясымен ең алдымен атау арқылы танысады. Сол себепті атау аудармасы сөзбе-сөз дәлдікке ғана емес, коммуникативтік әсерге, жанрлық бағдарға, мәдени танымға және нарықтық тартымдылыққа да тәуелді болады. Әсіресе қазақ тіліне аударуда бұл мәселе өткір көрінеді, өйткені бір атаудың астарында ағылшын тілді ойынсөз, мәдени ишара, ирония, мифологиялық символ, балалар аудиториясына бағытталған эмоционалдық жұмсарту немесе прокаттық стратегия қатар жатуы мүмкін. Зерттеудің

өзектілігі фильм және мультфильм атауларын аударуда формалық сәйкестік пен прагматикалық әсердің үнемі қабыса бермейтіндігінен туындайды. Зерттеудің мақсаты – фильм және мультфильм атауларын аударудағы прагматикалық бейімдеудің тілдік және функционалдық ерекшеліктерін айқындау. Міндеттері ретінде прагматикалық бейімдеудің теориялық негіздерін жинақтау, соңғы ғылыми еңбектерді салыстыра талдау, атау аудармасындағы негізгі стратегияларды анықтау және оларды қазақ тілді ортада қолданудың тиімді жолдарын ұсыну белгіленді. Зерттеу нысаны – аудиовизуалды аударма үдерісі, ал зерттеу пәні – фильм және мультфильм атауларын аударудағы

прагматикалық бейімдеу амалдары. Жұмыстың теориялық жаңалығы атауды тек лексикалық бірлік ретінде емес, көпқабатты коммуникативтік құрылым ретінде қарастыруында жатыр. Практикалық маңызы қазақ тіліне аударатын мамандарға, дубляж редакторларына, субтитр жасаушыларға және киноөнімді локализациялаушыларға нақты бағдар беруімен айқындалады.

Әдістер. Зерттеу сапалық сипаттағы салыстырмалы-талдамалық әдіске негізделді. 2022–2025 жылдары жарияланған фильм атауы, аудиовизуалды аударма, локализация, транскреация және прагматикалық бейімдеу жөніндегі еңбектер іріктеліп, олардың тұжырымдары жүйеленді. Сонымен қатар танымал фильмдер мен мультфильмдердің түпнұсқа және нысана тілдегі атаулары салыстырылып, олардың семантикалық сақталуы, жанрлық сигналы, эмоционалдық реңкі және коммерциялық тартымдылығы бағаланды. Қолданылған тәсілдер қатарында мазмұндық талдау, функционалдық интерпретация, прагматикалық модельдеу және мысалдық сараптау бар. Бұл бағыттағы зерттеулердің соңғы жылдары едәуір күшейгені аудиовизуалды аудармаға арналған библиометриялық шолулар мен теориялық шолуларда да көрсетіледі.

Нәтижелер. Соңғы зерттеулер фильм атауын аудару бір ғана тілдік ауыстыру емес, мәдени және нарықтық бейімдеу актісі екенін көрсетеді. Атауға қатысты жаңа шолуларда фильм атауы аудармасының зерттеу өрісі кеңейіп, онда прагматика, қабылдау, локализация, транскреация және платформалық таралым факторы қатар қарастырылып отырғаны байқалады [1, 1]. Сонымен бірге аудиовизуалды аударма саласының жалпы өсуі бұл мәселенің кездейсоқ емес, экран мәдениетінің жаһандануы нәтижесінде өзекті тақырыпқа айналғанын дәлелдейді [2, 112]. Фильм атауы енді сөздің мағынасы ғана емес, прокаттағы стратегия, жанрлық белгі және тұтынушылық қызығушылықтың тоғысқан тұсы ретінде бағаланады [3, 51].

Прагматикалық бейімдеудің негізгі принциптерінің бірі – атаудың көрерменге бірден түсінікті әрі тартымды болуы. Бұл мәселе фильм атауын мәдени феномен ретінде қарастырған еңбекте атау “өзге тіл мәдениеті өкілінің фильмді дұрыс қабылдауына жағдай жасайтын” трансформациялық нысан ретінде сипатталады [4, 152]. Тай аудиториясына арналған 501 фильм атауын талдаған зерттеуде жаңа атау беру, ішінара аудару, транслитерация мен қосымша түсіндіру сияқты амалдардың қатар қолданылуы аудитория күтімінің шешуші фактор екенін көрсетті [5, 195]. Вьетнам тіліне аудару тәжірибесін қарастырған жұмыста стратегия жанрға қарай өзгеретіні, яғни қорқынышты фильм, мелодрама және анимация атаулары бірдей модельмен берілмейтіні анықталған [6, 57].

Прагматикалық бейімдеу әсіресе романтикалық, комедиялық және балаларға арналған туындыларда айқынырақ көрінеді. 2020–2024 жылдардағы романтикалық фильм атауларын

талдаған зерттеуде локалды аудиторияға жақындатылған, мәдени жағынан ыңғайластырылған атаулардың жиі таңдалатыны көрсетілген [7, 89]. Қытай тіліне аударылған фильм атауларын прагматикалық және әлеуметтік-мәдени бейімдеу тұрғысынан қарастырған мақалада атау мәтіндік деңгеймен ғана шектелмей, дискурстық және мәдени деңгейде де қайта құрылатыны айтылады [8, 308]. Әңгіме тура мағынаны сақтау туралы ғана емес, көрермен санасында туындайтын алдын ала әсерді басқару туралы болып отыр [9, 1].

Аудиовизуалды аударма теориясындағы жаңа еңбектер прагматикалық бейімдеудің тек атауға тән құбылыс емес екенін, бірақ атауда оның ықшам әрі өте күшті формада көрінетінін дәлелдейді. Теориялық шолуда субтитр, дубляж, дауыс үстемелеу және экрандық мәтінді жеткізудің бәрі негізгі аударма теорияларымен сабақтастықта қарастырылуы керек делінеді [10, 59]. Аудиовизуалды аударманың соңғы формалары жөніндегі зерттеуде дәстүрлі субтитр мен дубляж шекарасы өзгеріп, платформалық орта жаңа аударма стратегияларын талап етіп отырғаны айтылады [11, 1]. Бұл өзгеріс фильм атауларына да ықпал етеді: бұрын прокаттық афиша үшін жасалған атау енді стриминг платформасының іздеу логикасына, қысқа мәтінге және алгоритмдік көрінуге бейімделеді [12, 1].

Транскреация мәселесі фильм атауын аударуда ерекше орын алады. 2023 жылғы зерттеуде киноаудармада транскреация түпнұсқаны жай аудару емес, оны жаңа мәдени ортада қайта әсер ететіндей етіп құрастыру амалы ретінде қарастырылады [13, 1]. Бұл қағида балаларға арналған мультфильмдерде айрықша байқалады, өйткені ондағы атау танымдық, эмоционалдық және ойындық функцияны қатар атқарады. Сондықтан түпнұсқа дыбысталуы емес, баланың бірден қызығуын оятатын нұсқа басым болуы мүмкін [14, 1]. Атауды осылай бейімдеу кейде дәлдіктен алшақтағанмен, прагматикалық тұрғыдан тиімді шешім болып шығады [15, 147].

Мәдени айырманы жеткізу де прагматикалық бейімдеудің түйінді қыры саналады. Мысалы, мәдени сілтемелер мен сезімтал элементтерді субтитрлеуді зерттеген еңбекте аудармашының міндеті тек мағынаны емес, қабылдау шегін де басқару екені көрсетілген [16, 1]. 2025 жылғы қазақстандық зерттеуде аудиовизуалды аудармада мәдени айырма мен бейімдеу стратегиясын елемей фильм мәтінінің шынайылығын әлсірететіні атап өтіледі [17, 1]. Бұл әсіресе мультфильм атауларында маңызды, өйткені жануар, қиял, ертегі, миф немесе отбасылық юморға негізделген атауларды нысана тілдегі бала мен ата-ана бірдей түсінуі қажет [18, 103].

Фильм атауының функциясы контекстке қарай өзгеретіні де дәлелденіп келеді. 2025 жылғы зерттеуде атау мен сол сөз тіркесінің субтитр ішіндегі аудармасы бірдей болмайтыны, себебі атауда тартымдылық, ал субтитрде мазмұн дәлдігі басым болатыны көрсетілген [19, 147]. Деректі фильм атауларына арналған қабылдау зерттеуі де осы айырманы қуаттайды: деректі жанрда көрермен тікелейлік пен түсініктілікті көбірек

қалайды, сондықтан бейімдеу дәрежесі көркем фильмге қарағанда өзгеше болады [20, 1]. Бұл қорытынды мультфильм мен блокбастер атауларына келгенде мүлде басқа прагматикалық өлшем іске қосылатынын аңғартады [21, 50].

Атаудағы әңгімелеу, ирония және эмоциялық сигнал да жаңа зерттеулерде назарға алынған. 2025 жылғы еңбекте фильм атауындағы нарративтік ықпал аудармада өзгеріске ұшырап, кейде жаңа мәдени ортаға ыңғайлы етіп қайта жасалатыны көрсетіледі [22, 1]. Прагматикалық сәтсіздік мәселесіне арналған зерттеулерден байқалғандай, атаудың эмоциялық реңкі мен астары дұрыс берілмесе, көрермен жанрды қате қабылдауы мүмкін [23, 1]. Сондықтан атау аудармасы жалаң лингвистикалық операция емес, қабылдауды бағдарламалайтын қысқа мәтін өндірісі деп танылуы керек [24, 1]. Бұл ұстаным киноөнімді платформалық нарыққа бейімдейтін қазіргі AI-негізді аударма тәжірибелерінде де өзектілігін жоғалтпайды, себебі машина жылдамдық бергенімен, мәдени-эмоциялық реңкті адамсыз толық сақтай алмайды [25, 50].

Талқылау. Зерттеу нәтижелерін қорыта қарағанда, фильм және мультфильм атауларын аударудағы прагматикалық бейімдеу төрт негізгі жағдайда айқын көрінеді. Біріншісі – атаудағы мәдени реалий нысана тілде түсініксіз болғанда. Мысалы, ағылшын тіліндегі ойынсөзге құрылған атау қазақ тіліне дәл көшірілсе, ол қызықсыз не түсініксіз болып қалуы мүмкін. Мұндайда сөзбе-сөздік емес, әсерді сақтау маңызды. Екіншісі – жанрлық бағдарды нақтылау қажет болғанда. Мәселен, түпнұсқа атауы астарлы, екіұшты немесе қысқа болса, прокаттық нұсқада оған драмалық, романтикалық немесе оқиғалы реңк үстелуі мүмкін. Үшіншісі – аудитория жасы ескерілгенде. Балаларға арналған мультфильм атауы дыбысталуы жеңіл, эмоционалды және елестетуге ыңғайлы болуы тиіс. Төртіншісі – коммерциялық тартымдылық басым түскен жағдайда. Стриминг платформалары мен прокат желілері атаудың іздеуде көрінуін, есте қалуын және бір қарағанда қызықты болып көрінуін назарда ұстайды.

Қазақ тілді ортада бұл мәселені бірнеше модель арқылы шешуге болады. Егер атау сюжеттік мазмұнды дәл берсе, оны тікелей аударуға болады. Мысалы, *Finding Nemo* тәрізді атаулар мазмұндық тұрғыдан “Немоны табу” түрінде түсінікті қабылданады. Ал *Inside Out* сияқты атауларда ішкі психологиялық процесті жай сөзбе-сөз беру жеткіліксіз, өйткені оның астарында эмоциялық әлем концептісі жатыр; сондықтан прагматикалық тұрғыдан “Ойлар әлемі” тәрізді балама көрерменге жылдамырақ әсер етуі мүмкін. *Despicable Me* секілді атауларда сөзбе-сөз мағынадан гөрі кейіпкердің юморлық бейнесін алға шығару тиімді. *Frozen* атауы мұздау күйі ғана емес, ертегілік салқынды, эстетикалық кеңістікті, қыз балалар аудиториясына бағытталған сиқырлы реңкті білдіреді, сондықтан мұндай атауда эмоциялық нәзіктік пен нарықтық жұмсақтық маңызды болады. *Zootopia* тәрізді жасанды сөздер қазақ

тіліне аударылғанда таза калькадан гөрі мағыналық әрі дыбыстық тартымдылық қатар сақталуы керек.

Прагматикалық бейімдеудің шектен шығуы да қауіпті. Егер аудармашы атауды тым еркін өзгертіп жіберсе, түпнұсқаның идеясы көмескіленіп, көрермен фильмнің табиғатын қате қабылдауы мүмкін. Мысалы, ирониялық атау аса драмалық қалыпқа түскенде жанр бұрмаланады, ал минималистік авторлық фильм атауы тым коммерциялық етіп өзгертілсе, көрермен күткен әсер мен экрандағы мазмұн арасында алшақтық пайда болады. Сондықтан тиімді бейімдеу үш өлшемнің тепе-теңдігіне сүйенуі тиіс: семантикалық адалдық, прагматикалық ықпал және мәдени қолайлылық. Аудармашы “не айтылғанын” ғана емес, “ол кімге, қандай ортада, қандай күтіммен ұсынылатынын” да ойлауы керек.

Практикалық тұрғыдан қазақ тіліне фильм және мультфильм атауларын аударғанда алдымен атаудың негізгі функциясын айқындау ұсынылады: ол сюжетке меззей ме, кейіпкер атын алға шығара ма, эмоциялық уәде бере ме, әлде жай брендтік белгі ме. Одан кейін жанр, көрермен жасы, платформалық таралым, мәдени тосқауыл және дыбыстық қолайлылық ескерілуі қажет. Егер атау балаларға арналса, қысқа, әуезді және бейнелі нұсқа ұтымды. Егер фильм артхаустық не деректі сипатта болса, тым еркін локализациядан гөрі мағыналық анықтығы басым нұсқа қажет. Ал жаһандық франшиза атауларында бренд танымалдығын жоғалтпайтын ішінара транслитерация мен ішінара мағыналық бейімдеу жиі нәтиже береді.

Қорытынды. Фильм және мультфильм атауларын аударудағы прагматикалық бейімдеу аударманың қосалқы емес, өзекті деңгейі болып табылады. Ол атаудың сөздік мағынасын ғана емес, қабылдау әсерін, жанрлық ишарасын, мәдени астарын және коммерциялық қызметін сақтауға не қайта құруға бағытталады. Соңғы жылдардағы зерттеулер фильм атауын аудару ісінде сөзбе-сөздік тәсілден гөрі функциялық және мәдени тұрғыдан ыңғайластырылған модельдердің өнімдірек екенін көрсетеді. Қазақ тіліне аударуда да осы қағида шешуші мәнге ие. Демек, табысты аударма түпнұсқаға сырттай ұқсауымен емес, нысана аудиторияда соған пара-пар әсер тудыруымен бағалануы тиіс. Прагматикалық бейімдеу осы мақсатқа жеткізетін негізгі тетік ретінде киноаударма тәжірибесінде әрі қарай да маңызды бағыт болып қала береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Baños R. Exploring new forms of audiovisual translation in the age of digital media // *The Translator*. 2024. DOI: 10.1080/13556509.2023.2274119.
2. Chiaro D., Rossato L. Introduction to the Special Issue 2025 Looking Back and Looking Ahead: A Wide Angle Lens on Audiovisual Translation // *Journal of Audiovisual Translation*. 2025. Vol. 8, No. 2. P. 1–15. DOI: 10.47476/jat.v8i2.2025.467.

3. El-Farahaty H. Translating Cultural References and Sensitive Elements in Audiovisual Translation // SAGE Open. 2024. DOI: 10.1177/21582440241258293.
4. He Y. Study on the Translation of English Movie Titles from the Perspective of Functional Equivalence Theory // International Journal of Education and Humanities. 2025. Vol. 18, No. 2. P. 103–107.
5. Hermawan M. D. A. Audiovisual Pragmatics: Translation Strategies in Netflix Movie Subtitles in Indonesian // LECTIO: Journal of Language and Language Teaching. 2025.
6. Hu X., Halim H. A., Zin Z. A Systematic Literature Review of Film Title Translation // Theory and Practice in Language Studies. 2025.
7. Hu X., Halim H. A., Zin Z. Translation of Film Titles: A Pragmatic and Socio-Cultural Adaptation Perspective // World Journal of English Language. 2025. Vol. 15, No. 7. P. 308–316. DOI: 10.5430/wjel.v15n7p308.
8. Jiang J. Relevance and Text-on-Screen in Audiovisual Translation: The Pragmatics of Creative Subtitling // The Translator. 2025. DOI: 10.1080/13556509.2025.2501954.
9. Kettongma N. Movie Titles' Translation Strategies from English into Thai in Monomax Application // Community and Social Development Journal. 2024. Vol. 25, No. 3. P. 195–213. DOI: 10.57260/csdj.2024.269277.
10. Klymenko T. A., Suima I. P. Translation of the Film Title as a Cultural Phenomenon // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism. 2022. Vol. 33(72), No. 2, Part 1. P. 152–157. DOI: 10.32838/2710-4656/2022.2-1/26.
11. Li N. Artificial Intelligence-Enhanced Audiovisual Translation for Global Dissemination of Chinese Film and Television // Humanities and Social Sciences Communications. 2025. DOI: 10.1057/s41599-025-05856-y.
12. Mai N. T., Nhu N. Q. Strategies in Translations of Movie Titles from English to Vietnamese // TESOL Working Paper Series. 2024. Vol. 22. P. 57–71.
13. Nurain O. M., Ahmed Z. A., Elmikashfi L. E. Review of Theoretical Frameworks in Audiovisual Translation // Journal of Translation and Language Studies. 2024. Vol. 5, No. 3. P. 51–64. DOI: 10.48185/jtls.v5i3.1267.
14. Pięta H. Indirect (Pivot) Audiovisual Translation: A Burning Issue for Research and Training // Perspectives. 2024. DOI: 10.1080/0907676X.2024.2374649.
15. Rodpan S., Khamchaiya S. Exploring Translation Strategies in Romantic Movie Titles on IMDB (2020–2024): A Pedagogical Approach to Enhancing Students' Translation Skills in Thai Context // Traduction et Langues. 2025. Vol. 24, No. 2. DOI: 10.52919/translang.v24i02.1048.
16. Saed H. The Impact of Function and Context on Translating Film Titles and Their Occurrences in Subtitles // Language Value. 2025. Vol. 18, No. 2. P. 147–178.
17. Settheepodok P., Wiriyakit S., Lahard N., Noonkong U. Pragmatic Failure in Translating Thai Subtitles in Movies: A Case Study of the Barbie Movie // Journal of Language Research and Practice. 2025.
18. Sharkas H. Title Translation in Documentary Films: A Reception Study // Humanities and Social Sciences Communications. 2025. DOI: 10.1057/s41599-025-05844-2.
19. Volkova T. A. Transcreation in the Audiovisual Translation of Films // Siberian Federal University Humanities & Social Sciences. 2023.
20. Wang Y., Daghigh A. J. Two Decades of Audiovisual Translation Studies: A Bibliometric Literature Review // SAGE Open. 2024. DOI: 10.1177/21582440241274575.
21. Zhang Q. Narratives in Film Title Translation // Target. 2025. DOI: 10.1075/ts.24005.zha.
22. Аскхат А., Шелестюк Е. Examining Cultural Differences in Audiovisual Translation of Movie Scripts: A Comparative Study // 2025.
23. Анисимов В. Е. Localization of the French Linguoculture Concepts in the English-Language Film Discourse through Intertextuality // 2024.
24. Заброцка М. Mapping the Evolving Landscape of Audiovisual Translation and Media Accessibility // Anglica. An International Journal of English Studies. 2025.
25. Lee T. E. Register Transformation in Audiovisual Translation // Perspectives. 2025. DOI: 10.1080/0907676X.2025.2574439.