

Коновалова Марина Евгеньевна

студентка

Научный руководитель

Кораблева Екатерина Алексеевна

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Тульский государственный

педагогический университет им. Л.Н. Толстого»

г. Тула, Тульская область

DOI 10.31483/r-151432

СТРАТЕГИИ И ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЗАГОЛОВКОВ

***Аннотация:** в статье рассматриваются ключевые стратегии и трансформации, применяемые при переводе заголовков на русский язык. Особое внимание уделяется трудностям, связанным с межкультурными различиями, игрой слов и необходимостью компактной передачи смысла. На конкретных примерах анализируются определенные переводческие приемы, которые являются наиболее эффективными при переводе заголовков с английского языка на русский.*

***Ключевые слова:** заголовок, лингвокультурный аспект, переводческие трансформации.*

Актуальность

Актуальность темы перевода заголовков с английского языка на русский обусловлена комплексом лингвистических, культурологических и социальных факторов, которые приобретают особую значимость в современной коммуникации. Во-первых, с лингвистической точки зрения заголовок представляет собой уникальный и одновременно сложный элемент текста, потому что «для реализации своих основных функций – номинативной, информационной и рекламной – заголовок должен быть содержательным, ярким и выразительным» [1]. Во-вторых, если рассматривать заголовок в культурологическом ракурсе, то стоит упомянуть специфические детали в заголовках: определенные отсылки, игру слов, реалии, которые усложняют процесс перевода, так как могут быть непонятными

для носителя другого языка и культуры. В-третьих, говоря про социальный аспект, следует отметить, что значимость перевода заголовков резко возросла в связи с интенсивным межкультурным обменом. Именно поэтому изучение стратегий и трансформаций при переводе заголовков является актуальным и востребованным как для развития переводческой науки, так и для решения задач в области международного информационного обмена.

Целью данного исследования является определение стратегий и переводческих трансформаций, применяемых в переводе заголовков с английского на русский язык.

Методом сплошной выборки из Интернет-источников для анализа было отобрано 50 заголовков на английском языке с официальным переводом на русский язык.

Заголовок как лингвокультурный аспект

Заголовок, будучи зачастую решающим элементом восприятия текста, представляет собой не просто компрессию основного его содержания, а сложный лингвокультурный элемент. Его природа двойственна: с одной стороны, заголовок – сжатый текст со своими нормами языка, с другой стороны, он является выражением культурного кода, исторического опыта и установок общества. Именно эта двойственность представляет собой главную сложность грамотного перевода заголовка. В.Н. Комиссаров в своей работе «Теория перевода» выделяет несколько грамматических особенностей заголовков: «1) эллипсис (опущение подлежащего, сказуемого, глагола-связки to be в пассиве); 2) специфическое использование временных глагольных форм...; 3) использование устойчивых сочетаний» [2]. Различные тропы, существующие в заголовках, также являются важной его составляющей: «эффект достигается путем употребления метафор, эпитетов, сравнений и метонимий» [1], так как они придают больше экспрессии и привлекают внимание читателя. Важно упомянуть и про культурную составляющую, ведь не редко в заголовках содержатся имена собственные, географические названия или понятия, не имеющие аналогов в русском языке. Их прямое калькирование без дополнительных пояснений часто делает заголовок

«непрозрачным» для иноязычного реципиента. Сюда же можно отнести сложность передачи юмора и игры слов: грамотный перевод каламбуров, основанных на фонетических или семантических особенностях исходного языка, практически всегда требует отказа от буквальной точности в пользу творческого поиска функционального аналога. Отсюда вывод, что заголовок выступает в роли культурного фильтра, через который должен пройти текст, чтобы быть адекватно воспринятым в иной лингвокультурной среде, что обуславливает необходимость применения широкого спектра переводческих стратегий и трансформаций.

Особенности и трудности при переводе заголовков на русский язык

Передача заголовков на русский язык представляет собой переводческую проблему, обусловленную как спецификой русского языка, так и особенностями русской культуры. Скопинцева А.С. в своей работе объясняет, что «основные трудности при переводе заголовков связаны с тем, что авторы в них довольно часто используют сокращения, названия, отсылки к различным реалиям, понятным только представителям английской или американской культуры» [4]. Лингвистические трудности, в свою очередь, вызваны грамматическими отличиями в русском и английском языках. Например, отсутствие в русском языке артиклей, которые в английских заголовках часто несут смысловую нагрузку: «*A Star Is Born*» – «Звезда родилась». Также стоит обратить внимание на систему времен английского языка, так как перевод заголовков с Present Continuous (настоящего длительного времени) иногда может образовывать будущее время при переводе: «*World Leaders Are Meeting Tomorrow to Discuss the Climate Crisis*» – «Завтра мировые лидеры будут обсуждать климатический кризис». Однако есть и другой вариант смены времен, поскольку «будущее время в английских заголовках часто выражается инфинитивом» [3]: «*Plot to steal Presley's Body*» – «Заговор с целью украсть тело Элвиса Пресли». Особого внимания заслуживают социокультурные ограничения, связанные с различиями восприятия юмора, иронии и степени допустимой провокационности. То, что считается остроумным в одной лингвокультуре, может восприниматься неприемлемым в другой. Говоря про структурные особенности русского языка, нельзя не упомянуть, что они также накладывают

существенные ограничения на перевод заголовков. Ритмические и фонетические характеристики русской речи диктуют свои требования к звучанию заголовка и, самое главное, к его длине, ведь «основной трудностью в переводе заголовков является отсутствие возможности дополнять текст пояснениями» [4]. В совокупности, все вышеперечисленные факторы создают комплексную проблему перевода, решение которой требует грамотное применение переводческих трансформаций для достижения адекватного восприятия английского заголовка русскоязычной аудиторией.

Стратегии и трансформации перевода заголовков на русский язык

Как было написано выше, перевод заголовков требует применения комплекса стратегий и трансформаций, позволяющих преодолеть лингвистические барьеры. Анализ практики перевода позволяет выявить наиболее эффективные приемы трансформаций.

Одними из наиболее популярных приемов перевода заголовков, содержащих имена собственные, термины или уникальные реалии, не имеющих эквивалентов в русском языке, являются калькирование, то есть дословный перевод компонентов заголовка, и транслитерация – его звуковое воспроизведение:

«*The Green Mile*» – «Зеленая миля» (прием калькирования);

«*Interstellar*» – «Интерстеллар» (прием транслитерации).

Однако прямое калькирование и транслитерация не всегда оказываются эффективными, так как в некоторых случаях требуют от русскоязычного зрителя знания английских реалий. Во избежание непонятных моментов часто применяются приемы генерализации и конкретизации:

«*Up in the Air*» – «Туда» (прием конкретизации пространственного образа);

«*A Mathematician Says Schools Are Too Easy*» – «Математик: школьная программа в США слишком проста» (прием генерализации, где слово «schools» переведено не напрямую как «школы», а более широким по смыслу понятием «школьная программа»);

Также популярным является прием смысловой замены (модуляции), который предполагает замену способа выражения понятия при сохранении основного смысла:

«*This App Is Not for the Faint-Hearted*» – прямым переводом является «Это приложение не для слабонервных», однако есть вариант модуляции для цепляющего заголовка «Это приложение только для самых отважных».

«*Silver Linings Playbook*» – «Мой парень – псих» (прием модуляции, где учитывается особенность восприятия фильма русской аудиторией);

Популярным приемом также является функциональная замена, то есть полный пересмотр заголовка с сохранением сути:

«*Inside Out*» – «Головоломка», хотя прямой перевод является «наизнанку», слово «головоломка» отражает суть фильма.

Когда невозможно сохранить стилистический прием оригинала в том же месте текста, применяется прием переводческой компенсации:

«*This New Scandal Is Their Watergate*» – «Новый скандал грозит стать для них точкой невозврата». В данном случае, слово «Watergate» является культурной отсылкой, означающей политический скандал США 1970х, закончившийся отставкой президента страны Ричарда Никсона. Так как не для каждого русскоязычного человека будет понятен этот исторический момент, в переводе смысл заголовка компенсируется вполне очевидным по смыслу словосочетанием «точка невозврата».

Такие приемы, как опущение и добавление, позволяют адаптировать заголовки к нормам русского языка:

«*Frozen*» – «Холодное сердце» (добавление ключевого слова нужно для лучшего понимания сути).

Пожалуй, наиболее радикальной трансформацией является целостное преобразование, применяемое в тех случаях, когда необходимо полностью переосмыслить заголовки для русскоязычной аудитории:

«*The Hangover*» – «Мальчишник в Вегасе»;

«*Die Hard*» – «Крепкий орешек».

Выбор конкретной переводческой трансформации зависит от множества факторов: жанра текста или фильма, целевой аудитории, культурного контекста и коммуникативной задачи. Успешный перевод заголовка достигается тогда, когда переводчик находит оптимальный баланс между сохранением смысла оригинала и адаптацией к воспринимающей лингвокультуре.

Вывод

Проведенное исследование подтвердило, что перевод заголовков представляет собой сложный процесс, требующий от переводчика творческого подхода и системного применения различных переводческих трансформаций. В результате анализа материала исследования можно утверждать, что успешная адаптация достигается через баланс между сохранением смысла оригинала и учетом лингвокультурных особенностей воспринимающей аудитории. Применение оптимальных стратегий перевода заголовков способствует не только улучшению качества межкультурной коммуникации, но и углублению взаимопонимания между культурами.

Список литературы

1. Мозжегорова Е.Н. Особенности англоязычных заголовков и их перевод на русский язык / Е.Н. Мозжегорова, Е.Н. Засецкова // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. – 2020. – №2 (107) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-angloyazychnyh-zagolovkov-i-ih-perevod-na-russkiy-yazyk> (дата обращения: 03.11.2025).
2. Комиссаров В.Н. Теория перевода / В.Н. Комиссаров. – 1990 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3QMjww> (дата обращения: 03.11.2025).
3. Перевод заголовков с английского на русский: грамматические особенности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://englex.ru/grammar-of-english-headlines/?ysclid=mhg8829wes391263519> (дата обращения: 03.11.2025).
4. Скопинцева А.С. Трудности перевода заголовков английской и американской прессы / А.С. Скопинцева // Вестник Московского информационно-технологического университета – Московского архитектурно-строительного

института. – 2020. – №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru/article/n/trudnosti-perevoda-zagolovkov-angliyskoy-i-amerikanskoy-pressy> (дата обращения: 03.11.2025). – EDN IGVKQP