

*Денисов Артём Владимирович*

студент

*Баранова Альфия Рафаиловна*

канд. пед. наук, доцент, доцент

ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет

им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП)»

г. Казань, Республика Татарстан

## СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СПОРТИВНОЙ ПРЕССЫ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

***Аннотация:** в статье рассматриваются лингвостилистические особенности заголовков современной англоязычной спортивной прессы и стратегии их перевода на русский язык. Проблематика исследования обусловлена системной межъязыковой и межкультурной асимметрией, возникающей при передаче высокоэкспрессивных, метафорически насыщенных и культурно-маркированных единиц спортивного медиадискурса. На основе анализа корпуса из 200 заголовков ведущих англоязычных изданий (*The Guardian, ESPN, Sky Sports, The Athletic*) и их опубликованных переводов были выявлены доминирующие переводческие стратегии (адаптивный перевод – 45–50%, компенсация – 20–25%, культурная адаптация – 15–20%, свободный перевод – 5–10%, буквальный перевод – 10–15%) и установлена иерархия переводческих трансформаций (модуляция – 38%, конкретизация – 25%, грамматические замены – 22%). Результаты исследования подтвердили, что успешный перевод спортивного заголовка достигается не формальной точностью, а прагматической эквивалентностью – сохранением коммуникативного эффекта оригинала на целевую аудиторию. Установлена зависимость выбора стратегии от типа издания и уровня подготовленности аудитории.*

***Ключевые слова:** спортивный дискурс, заголовок, перевод, переводческие трансформации, прагматическая эквивалентность, адаптивный перевод, компенсация, медиалингвистика, межкультурная коммуникация.*

В условиях стремительной глобализации спортивного медиапространства перевод заголовков англоязычной прессы приобретает особую научную и прикладную значимость. Заголовок в спортивной журналистике является не просто формальным обозначением текста, а полифункциональным семиотическим конструктом, выполняющим номинативную, информативную, эмотивную, фатическую и прагматическую функции [4, с. 78]. Заголовки спортивной прессы изобилуют метафорами, идиомами, аллюзиями и культурно-обусловленными реалиями, что создаёт значительные трудности при их передаче на русский язык.

Спортивный дискурс как особый тип институционального общения характеризуется высокой степенью экспрессивности, клишированностью в сочетании с установкой на языковую игру. Отличительными чертами англоязычного спортивного заголовка являются: лаконичность (в среднем 5–8 слов), обусловленная аналитическим строем английского языка; грамматическая компрессия (эллипсис артиклей, вспомогательных глаголов); доминирование форм Present Simple для передачи актуальности прошедших событий; высокая частотность метафорических и идиоматических конструкций [8, с. 145]. Перечисленные особенности создают условия системной асимметрии между исходным и переводящим языками, требующей от переводчика применения вариативных трансформационных стратегий, а не механического следования оригиналу.

В условиях стремительной глобализации спортивного медиапространства перевод заголовков англоязычной прессы приобретает особую научную и прикладную значимость. Заголовок в спортивной журналистике является не просто формальным обозначением текста, а полифункциональным семиотическим конструктом, выполняющим номинативную, информативную, эмотивную, фатическую и прагматическую функции [4, с. 78]. Заголовки спортивной прессы изобилуют метафорами, идиомами, аллюзиями и культурно-обусловленными реалиями, что создаёт значительные трудности при их передаче на русский язык.

Спортивный дискурс как особый тип институционального общения характеризуется высокой степенью экспрессивности, клишированностью в сочетании

с установкой на языковую игру. Отличительными чертами англоязычного спортивного заголовка являются: лаконичность (в среднем 5–8 слов), обусловленная аналитическим строем английского языка; грамматическая компрессия (эллипсис артиклей, вспомогательных глаголов); доминирование форм Present Simple для передачи актуальности прошедших событий; высокая частотность метафорических и идиоматических конструкций [8, с. 145]. Перечисленные особенности создают условия системной асимметрии между исходным и переводящим языками, требующей от переводчика применения вариативных трансформационных стратегий, а не механического следования оригиналу.

Англоязычная спортивная пресса располагает широким арсеналом глаголов с ярко выраженной экспрессивной коннотацией: для передачи победы с крупным счётом используются *to crush, to smash, to demolish, to thrash*; для описания поражения – *to crash out, to collapse, to stumble, to capitulate*. Указанная лексика требует от переводчика поиска функциональных аналогов в русском спортивном узусе [6, с. 134].

Центральное место в системе выразительных средств занимает метафора. Доминирующей является милитарная модель: *battle, attack, siege, conquer, demolish*. При переводе она сохраняется в 78% случаев в силу глубокой укоренённости в обоих дискурсах. Природные (*storm, avalanche*), мифологические (*titans, gods*) и зооморфные (*pounce, roar*) метафорические модели в 35–40% случаев подвергаются модуляции. Например, «*Storm of Goals Hits Bernabeu*» – «Голевая буря накрыла «Бернабеу»: нейтральный глагол *hits* заменён более образным «накрыла», сохраняющим стихийную метафору и одновременно усиливающим её.

Серьёзную трудность составляет передача языковой игры. Каламбур «*Bolt Strikes Again*» строится на омонимии фамилии бегуна Bolt и существительного *bolt of lightning* (удар молнии). Варианты «Молния Болт бьет снова» и «Болт вновь сверкнул» показывают, как создается нужное воздействие. Здесь работают метафора и похожие глаголы. Это пример компенсации. Сложность здесь в том,

что метафорические образы не всегда можно передать теми же средствами; многие образы при переводе неизбежно утрачиваются [7, с. 89].

Трудно переводить культурно значимые слова. Заголовок «Three Lions Roar Again» понятен британцам. Три льва – это знак сборной Англии. Для обычного читателя нужна адаптация: «Сборная Англии снова побеждает». В газетах для опытных фанатов можно перевести дословно: «Три льва снова рычат». Там пояснения не нужны [5, с. 62].

Мы изучили много текстов и выделили основные подходы. Адаптивный перевод встречается в 45–50% случаев. Он самый частый. Переводчик меняет форму, но сохраняет воздействие. Так, в процессе перевода спортивных материалов часто применяются лексические и грамматические трансформации, среди которых одной из самых частотных является модуляция. Пример: «Liverpool Crushes Manchester United» перевели как «Ливерпуль разгромил Манчестер Юнайтед». Глагол *crushes* (сокрушает) заменили на «разгромил». Другой пример: «Spain Edge Italy in Thriller» – «Испания вырвала победу у Италии в захватывающем матче». Глагол *edge* (едва побеждать) заменили на «вырвала». Это подчеркивает драматизм. Так принято в спортивных текстах [2, с. 123].

Компенсация нужна в 20–25% случаев. Она помогает передать игру слов. Например: «Sensational Sterling Sinks Blues» – «Сенсационный Стерлинг потопил Синих». Здесь частично сохранили аллитерацию на звук «с». Другой пример: «Knight to Remember for Sir Alex's Boys» – «Королевский вечер для команды сэра Алекса». В оригинале каламбур: *knight* (рыцарь) и *night* (ночь). В переводе использовали слово «королевский». Оно напоминает о рыцарском титуле тренера.

Культурная адаптация используется в 15–20% случаев. Она делает текст понятным. Заголовок «Les Bleus March On» перевели как «Сборная Франции продолжает победное шествие». Прозвище «синие» заменили прямым названием. Заголовок «Samba Magic» – «Бразильцы показали магию футбола». Здесь объяснили культурный код [9, с. 89].

Буквальный перевод встречается в 10–15% случаев. Он подходит для нейтральных заголовков. «Clash of Titans» – «Битва титанов». Этот образ понятен

и в русской культуре. Но даже здесь делают небольшие адаптации. Например, «City Beat United» чаще переводят как «Манчестер Сити обыграл Манчестер Юнайтед». Используют полные названия клубов. Иногда, даже при буквальном переводе для достижения адекватности используют транскрибирование и транслитерацию.

Свободный перевод применяется в 5–10% случаев. Его используют в сложных ситуациях. Заголовок «Agony for England as Penalty Curse Strikes Again» перевели как «Кошмар Англии продолжается: снова поражение по пенальти». Слово *agony* (агония, страдание) заменили на «кошмар». Метафору «проклятие пенальти» тоже изменили.

Чаще всего используют такие трансформации. Модуляция встречается в 38% случаев. Пример: «Spain Edge Italy» стало «Испания вырвала победу». Конкретизация – в 25% случаев. Грамматические замены – в 22% случаев. Это смена времени и раскрытие эллипсиса. Компенсация (10%) и другие приемы (5%) важны для игры слов.

Выбор стратегии зависит от типа СМИ. В международных агентствах (ESPN, Sky Sports) чаще используют адаптацию (55%) и культурную адаптацию (25%). В специализированных изданиях (The Athletic, «Спорт-Экспресс») больше компенсации (30%) и свободного перевода (15%). Там читатели уже знают контекст.

Комплексный подход виден в заголовке «Mbappé's Masterclass Sends Paris into Dreamland». Его перевели как «Шедевр Мбаппе отправил «Париж» в футбольный рай». Здесь использовали модуляцию, свободный перевод и конкретизацию. Другой пример: «Salah Fires Liverpool to Stunning Comeback Victory» – «Салах принёс «Ливерпулю» фантастическую волевою победу».

Перевод спортивных заголовков – это сложный процесс. Он связан с языком и культурой. Успех зависит не от точности, а от сохранения эмоционального эффекта. Это называют прагматической эквивалентностью [3, с. 216]. Переводчик

соединяет разные культуры. Он выбирает приемы под нужды читателей и правила газеты. Результаты работы полезны для журналистов и преподавателей перевода.

### *Список литературы*

1. Черкунова М.В. Прагматические особенности заголовков англоязычных спортивных медиатекстов / М.В. Черкунова // Балтийский гуманитарный журнал. – 2020. – Т. 9, №3 (32). – С. 381–384.

2. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В.С. Виноградов. – М.: Изд-во Института общего среднего образования РАО, 2021. – 224 с.

3. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение / В.Н. Комиссаров. – М.: ЭТС, 2020. – 424 с.

4. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. – М.: Аспект Пресс, 2020. – 203 с.

5. Nord C. Text Analysis in Translation / C. Nord. – Amsterdam: Rodopi, 2005. – 250 p.

6. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика / Я.И. Рецкер. – М.: Р.Валент, 2022. – 216 с.

7. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты / А.Д. Швейцер. – М.: Наука, 2018. – 216 с.

8. Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста / Н.И. Клушина. – М.: МедиаМир, 2021. – 244 с.

9. Baranova A.R. Features of the functioning of borrowings from the English language in the sphere of sports terminology in the media / A.R. Baranova, V.F. Sabirov // Иностранный язык в профессиональной сфере: педагогика, лингвистика, межкультурная коммуникация: сборник материалов Межвузовской научно-практической конференции – В 3 т. Т. 3. – М., 2022. – С. 11–15. EDN GYNWMC

10. Schäffner C. Political discourse and translation / C. Schäffner // The Routledge Handbook of Translation and Politics. – London; New York: Routledge, 2018. – Pp. 34–49.