

ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2026-115-2-204-209

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МАССМЕДИЙНЫХ ЗАГОЛОВКОВ В СОВРЕМЕННОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

© *Екатерина Валерьевна Федорович*¹, *Елена Борисовна Гайко*², *Сильва Самвеловна Геворкян*³

¹Ростовский юридический институт МВД России, г. Ростов-на-Дону, Россия; ²Российская таможенная академия, г. Люберцы, Россия; ³Ростовский государственный медицинский университет, г. Ростов-на-Дону, Россия

¹evfedorovich@rambler.ru

Аннотация. Рассмотрены и комплексно проанализированы особенности и трудности перевода англоязычных газетных заголовков, выделенные различными лингвистами и переводоведами. К ним относятся: необходимость выявления общих и отличительных языковых черт в двух различных языках; стилистической адаптации; нейтрализации жаргонно-фамильярных слов и оборотов; расширения заголовка; предварительного ознакомления; осторожности при переводе игры слов и фразеологизмов. На основе данных переводческих особенностей были составлены рекомендации по переводу заголовков англоязычной прессы.

Ключевые слова: заголовок, массмедиа, дискурс, особенности, функция, целевая аудитория.

Для цитирования: Федорович Е.В., Гайко Е.Б., Геворкян С.С. Переводческие особенности массмедийных заголовков в современном публицистическом дискурсе // Гуманитарные и социальные науки. 2026. Т. 115. № 2. С. 204-209. doi: 10.18522/2070-1403-2026-115-2-204-209

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8.)

Original article

Translation features of mass media headlines in modern journalistic discourse

© *Ekaterina V. Fedorovich*¹, *Elena B. Gayko*², *Silva S. Gevorkyan*³

¹Rostov Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Rostov-on-Don, Russian Federation; ²Russian customs academy, Lyubertsy, Russian Federation; ³Rostov State Medical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

¹evfedorovich@rambler.ru

Abstract. The features and difficulties of translating English-language newspaper headlines identified by various linguists and translation scholars are considered and comprehensively analyzed. These include: the need to identify common and distinctive linguistic features in two different languages; stylistic adaptation; neutralization of jargon and familiar words and phrases; expansion of the headline; preliminary familiarization; caution when translating puns and phraseological units. Based on these translation features, recommendations for translating headlines of the English-language press were compiled.

Key words: headline, mass media, discourse, features, function, target audience.

For citation: Fedorovich E.V., Gayko E.B., Gevorkyan S.S. Translation features of mass media headlines in modern journalistic discourse. *The Humanities and Social Sciences*. 2026. Vol. 115. No 2. P. 204-209. doi: 10.18522/2070-1403-2026-115-2-204-209

Введение

Массовая коммуникация является социально обусловленным видом речевой деятельности, направленным на широкую аудиторию людей. Главной целью массовой коммуникации является влияние на общество посредством оценочной информации, разно-

образных коммуникативных средств и каналов. Массмедиа играют важную роль в формировании, распространении и передаче ценностей.

Согласно ряду ученых, массмедийный дискурс – это, с одной стороны, «речемыслительное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и др. факторами», к отличительным чертам которого относится «коммуникативное событие как сплав языковой формы, знаний и коммуникативно-прагматической ситуации», а с другой – социальная деятельность, в рамках которой ведущую роль играют когнитивные образования, фокусирующие в себе различные аспекты внутреннего мира языковой личности. Дискурс, преломляя и интерпретируя поступающую в языковое сознание информацию, становится своеобразным смыслогенерирующим и миропорождающим устройством».

Газетный заголовок как текстовый знак и обязательная часть текста, обладает набором определённых особенностей: неоднозначность, фиксированное положение, воздействие на читателя, использование определённых лингвостилистических средств.

К лексико-стилистическим особенностям англоязычных газетных заголовков, предложенных В.Н. Комиссаровым, Д.Н. Мухортовым, И.Р. Гальпериным, П.Р. Палажченко и С.Н. Бердышевым, можно отнести употребление особой терминологии, сокращений, клишированных фраз, заголовочного жаргона, тропов, намеренного нарушения грамматических норм. Основной целью данных средств, присущих заголовкам англоязычной прессы, является привлечение читательского внимания, упрощение высказывания и экономия пространства.

Обсуждение

В качестве ключевого элемента газетной статьи выступает заголовок. Являясь самостоятельным термином в языкознании, заголовок стал объектом пристального внимания многих исследователей, включая лингвистов, филологов, литературоведов и журналистов с тех пор, как объекты печати стали массовыми и их использование стало широко распространённым. Это касается книг, газет, журналов и других изданий, освещающих новые аспекты человеческой деятельности и способствующие просвещению людей. Исследователи занимаются изучением функций, структуры и семантики газетных заголовков. Поводом для непрерывного исследования заголовков газетных статей может являться тот факт, что они регулярно изменяются и преобразовываются.

В тот или иной период исследования газетные заголовки рассматривались с различных точек зрения. С одной стороны, заголовок рассматривался как самостоятельный, независимый компонент текста, обособленный от основного сообщения, но имеющий с ним семантическую, прагматическую и функциональную связь [8, с. 19]. С другой стороны, он рассматривался как составная часть текста, зависящая от смысла, коммуникативной цели и структуры всего текста [1, с. 167].

В соответствии с этим, языковое содержание заголовка во многом определяется осуществляемой им функцией в газетном тексте. В современных исследованиях заголовков зачастую понимается неоднозначно: во-первых, как более или менее автономное сообщение, во-вторых, как часть целого, находящаяся в прямой зависимости от общего содержания текста. Иными словами, газетный заголовок представляет собой как производную публицистического текста, так и сам текст [1, с. 170].

В настоящее время существует множество определений понятия «заголовок», отражающих различные подходы и мнения современных ученых. Например, заголовок часто рассматривается как название текста, которое имеет синтаксическую форму предложения и указывает на содержание статьи. По мнению российского лингвиста Н.А. Кожинной, заголовки – это текстовый знак, обязательная часть текста, занимающая в нем фиксированное положение [4, с. 69].

Для определения языковых особенностей определённого функционального стиля необходимо обратиться к специальной теории перевода, которая поможет определить

влияние данных особенностей на процесс перевода, его характер и способы достижения эквивалентности. Процесс и результат работы переводчика в значительной степени зависят от того, какие общие и отличительные языковые особенности имеются у аналогичных материалов в ИЯ и ПЯ. В связи с этим за описанием отличительных черт заголовков газетно-информационного стиля современного английского языка следует выявление отличительных черт русских заголовков данного стиля. В результате сопоставления англоязычных и русскоязычных газетных заголовков можно обнаружить их сходства.

Для русскоязычных газетных заголовков, как и для англоязычных, характерно широкое использование разнообразных политических терминов, имен и названий; а также стилистическое разнообразие лексики: распространённость клише, неологизмов, сокращений и аббревиатур и т.д. Это связано с тем, что две основные функции, выполняющие сообщение информации и оказывающие желаемое воздействие на реципиента, совпадают в двух языках.

Однако русскоязычные газетные заголовки имеют и ряд языковых особенностей, не характерных для аналогичных англоязычных заголовков. Лексические особенности в данном случае включают в себя широкое использование возвышенных и торжественных слов, а также слов с отрицательной оценкой (беспредел, бесчинства и др.), военной терминологии в расширенном и фигуральном значении (война за урожай, огонь критики и др.).

Одно из отличительных свойств русскоязычных газетных заголовков заключается в использовании абстрактно-обобщённых существительных, образованных при помощи суффиксов -ость (партийность, народность, идейность), -изм (интернационализм, экстремизм) -щина (вкусовщина, военщина) и т.д. Широкое распространение в русскоязычных газетных заголовках получили наречия, образованные префиксами и суффиксами с прилагательными (по-рабочему, по-деловому), а также сложные слова (социально-культурный, культурно-массовый, идейно-политический и т.д.).

Грамматические особенности русскоязычных газетных заголовков более размыты в сравнении с англоязычными. Синтаксис имеет черты книжной речи, в том числе, с большим количеством сложных, в особенности сложноподчинённых, предложений. Также часто используются причастные и деепричастные обороты, пассивные конструкции (собран большой урожай), а также обобщённо-личные формы глаголов информационной семантики (передают, сообщают, информируют).

Необходимо подчеркнуть, что в русскоязычных газетных заголовках распространён именной характер речи (в области, в соответствии, в отношении, в целях), сложные союзы (согласно тому, что; в связи с тем, что; ввиду того, что), глагольно-именные словосочетания с ослабленным значением глагола (находить применение, оказывать помощь, предпринять шаги) и др.

Таким образом, лингвистические особенности англоязычных и русскоязычных газетных заголовков зачастую не совпадают, в связи с чем переводчику предъявляются особые требования, влияющие на ход и результат процесса перевода.

Для того чтобы качественно перевести англоязычный газетный заголовок при различиях в языковой специфике двух языков, возникает необходимость в стилистической адаптации. Например, если в англоязычных заголовках, как правило, используются глагольные формы, а в русскоязычных – именные, то в процессе перевода необходимо провести соответствующую замену.

Как для англоязычных, так и для русскоязычных газетных заголовков характерно использование элементов разговорного стиля. Однако в англоязычных заголовках разговорный стиль используется более свободно, чем в русскоязычных, поэтому зачастую переводчик сталкивается с необходимостью нейтрализации английских жаргонно-фамильярных слов и словосочетаний [5, с. 118–134].

Заголовки обоих языков отличаются лаконичностью, однако в англоязычных заголовках это требование выполняется более тщательно. Д.С. Мухортов обращает внима-

ние на тот факт, что зачастую намерение создать как можно более интригующий и привлекательный заголовок может привести к тому, что он прекращает в какой-то мере выполнять свою главную информативную функцию, практически не раскрывая информации о содержании статьи. В такой ситуации в процессе перевода следует расширить и детализировать заголовок при помощи добавления дополнительных сведений из содержания статьи [7, с. 78].

А.В. Клименко отмечает, что, в отличие от заголовков научно-технических статей, которые, как правило, дают понятие об основном содержании статьи и, поэтому являются ключом к пониманию текста, с газетными заголовками дело обстоит иначе. Нередко требуется предварительное ознакомление с содержанием текста для правильного понимания и перевода заголовка [3, с. 26–32].

Сталкиваясь с игрой слов или «обыгрыванием» фразеологизма в англоязычном газетном заголовке, переводчик должен помнить о реципиенте, поскольку перевод заголовка с английского на русский «должен быть по возможности близок к оригиналу» [6, с. 29]. В целом же русский перевод, сохраняя краткость, должен быть более плавным и ритмичным, как это свойственно и всему русскому газетному стилю в целом [3, с. 29].

Основываясь на приведённых выше особенностях и трудностях перевода заголовков англоязычной прессы, можно выделить несколько рекомендаций, которым следует придерживаться в процессе их перевода.

- При переводе газетных заголовков важно учитывать специфику газетно-информационного функционального стиля и приёмы, которые могут быть в них использованы. Нужно подбирать адекватные эквиваленты, сохраняя при этом как основную мысль, так и эмоциональный окрас заголовка на ПЯ.
- Так как газетно-информационный стиль находится в постоянной динамике, периодически появляются новые тенденции и особенности оформления заголовков, нужно следить за их развитием и следовать актуальным правилам и рекомендациям по их переводу, основанным на определённых особенностях.
- Не следует спешить с переводом заголовка и ни в коем случае нельзя переводить без предварительного ознакомления с содержанием статьи, так как заголовок может приобретать дополнительные оттенки смысла, основанные на информации из содержания статьи. Поэтому приступать к переводу заголовка нужно только после тщательного изучения всего текста статьи и работы со словарями.
- Прежде всего следует определить особенности заголовков, а также их сходства и различия в ИЯ и ПЯ, так как они напрямую влияют на процесс перевода, его характер и способы достижения эквивалентности.
- При переводе необходима стилистическая адаптация англоязычного заголовка под русскоязычный (соответствие лексических, стилистических и грамматических особенностей заголовков в ИЯ и ПЯ).
- В случае, если англоязычный заголовок не передаёт достаточно сведений в результате стремления заинтриговать и привлечь читателей, при переводе на русский следует прибегнуть к его расширению, путём добавления информации из содержания статьи, однако с сохранением его стилистических функций.
- Следует помнить о реципиенте, учитывать целевую аудиторию и контекст, в котором будет использоваться переведённый текст, особенно при обыгрывании фразеологизмов и т. д. От переводчика требуется глубокое понимание социокультурного контекста и способность адаптировать выражения под целевую культуру.
- Перевод газетных заголовков требует от переводчика креативности, внимания к деталям и умения передать основную мысль сообщения с сохранением его структуры и стиля. При переводе заголовка следует держать баланс между точностью и художественной выразительностью.

Выводы

Таким образом, цель заголовка – привлечь внимание читателя, установить контакт с аудиторией, подтолкнуть к прочтению материала и соответствовать ожиданиям читателя от содержания текста. Перевод газетного заголовка – это в первую очередь передача содержания, стиля, эмоциональной окраски с учетом целевой аудитории. Работа над ним требует профессионализма, творчества и глубокого понимания особенностей языка и культуры. Заголовок играет роль связующего звена для всего текста и ориентирует читателя на содержание статьи.

Список источников

1. *Богуславская В.В.* Негативные конструкции в роли заголовков: на материале газетно-публицистического стиля современного русского языка // Дис. канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 1993. 181 с.
2. *Жолос Л.М., Тищенко Е.О., Косарева Е.С.* Лексико-стилистический анализ интерпретации газетных заголовков в англоязычных СМИ // Гуманитарные и социальные науки. 2024. № 5.
3. *Клименко А.В.* Ремесло перевода: практический курс. М.: Восток-Запад: АСТ, 2007. 636 с.
4. *Кожина Н.А.* Заглавие художественного произведения: структура, функции, типология, на материале русской прозы XIX–XX вв. // Дис. канд. филол. наук. М., 1986. 230 с.
5. *Комиссаров В.Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты): Учебник. М.: Высшая школа, 1990. 253 с.
6. *Красневская З.Я.* Правда в переводе: этюды о работе переводчика с английского. М.: Изд-во деловой и учебной литературы, 2007. 199 с.
7. *Мухортов Д.С.* Практика перевода: английский – русский: Учебное пособие по теории и практике перевода. Изд. 2, испр. и доп. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. 250 с.
8. *Фаткабрарова Ю.М.* Структурно-семантическая характеристика кратких газетных сообщений: автореферат // Дис. канд. филол. наук. М., 2007. 22 с.
9. *Ivashova V.A., Goncharov V.N., Erokhin A.M., Kolosova O.U., Tronina L.A., Kamalova O.N.* Values-based orientations as a formation factor of the social responsibility of the professional community // International Journal of Management. 2019. Т. 10. № 2. С. 135–144.

References

1. *Boguslavskaya V.V.* Negative constructions in the role of headlines: based on the material of the newspaper and journalistic style of the modern Russian language // PhD of Philology Dis. Rostov-on-Don, 1993. 181 p.
2. *Zholos L.M., Tishchenko E.O., Kosareva E.S.* Lexico-stylistic analysis of the interpretation of newspaper headlines in English-language media // Humanities and Social Sciences. 2024. No. 5.
3. *Klimenko A.V.* The craft of translation: a practical course. M. East-West: AST, 2007. 636 p.
4. *Kozhina N.A.* The influence of public education: architecture, hunkiya, typology, on the Russian language of the XIX–XX centuries. // PhD of Philology Dis. M., 1986. 230 p.
5. *Komissarov V.N.* Theory of translation (linguistic aspects): Textbook. M.: Higher School, 1990. 253 p.
6. *Krasnevskaya Z.Ya.* Pravda in translation: studies on the work of a translator from English. M.: Publishing House of Business and educational literature, 2007. 199 p.
7. *Mukhortov D.S.* Translation practice: English - Russian: A textbook on the theory and practice of translation. Ed. 2, ispr. and add. M.: LIBROCOM, 2009. 250 p.

8. *Fatkabrarova Yu.M.* Structural and semantic characteristics of short newspaper reports: abstract // Dissertation of the Candidate of Philology, M. 2007. 22 p.
9. *Ivashova V.A., Goncharov V.N., Erokhin A.M., Kolosova O.Yu., Tronina L.A., Kamalova O.N.* Value orientations as a factor in the formation of social responsibility of the professional community // International Journal of Management. 2019. Vol. 10. No. 2. P. 135-144.

Статья поступила в редакцию 26.03.2026; одобрена после рецензирования 10.04.2026; принята к публикации 11.04.2026.

The article was submitted 26.03.2026; approved after reviewing 10.04.2026; accepted for publication 11.04.2026.