

А. А. Егорченко

ЗАГОЛОВКИ МЕДИАТЕКСТА И ИХ ПЕРЕВОД С ФРАНЦУЗСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

В данной работе исследуются особенности перевода заголовков газетно-публицистических текстов с французского языка на русский язык. Анализ выявил два основных подхода: 1) соответствие перевода исходному тексту (19 % случаев), при котором сохраняются исходное содержание и стиль с использованием стандартных трансформаций. 2) несоответствие перевода (81 % случаев), т.е. перевод допускает значительные отклонения от оригинала, обусловленные различиями в медиатрадициях и ожиданиях аудитории.

Следует подчеркнуть, что даже в рамках относительного соответствия переводов неизбежны определенные микротрансформации: *Les gouvernements pourraient retarder les mesures de lutte contre la pollution de l'air* – ‘Правительства могут попытаться отложить принятие мер по борьбе с загрязнением воздуха’ (незначительное преобразование глагольной формы).

Однако анализ показал, что чаще встречаются более существенные трансформации, которые можно разделить на четыре категории: 1) изменение объема информации (*Les banques créent le malaise sur les marchés financiers malgré les déclarations rassurantes* – ‘Акции европейских банков падают’); 2) изменение степени обобщенности (*Les sacrifices que les Européens feront – ou ne feront pas – pour le climat* – ‘Отказ от мяса и авиаперелетов: на какие ещё жертвы готовы идти европейцы, чтобы спасти планету’); 3) изменение эмоционального воздействия (*Oiseaux exotiques, dolines : la beauté naturelle du sud de la Turquie* – ‘Любите чудеса природы ? Не пропустите перелетных птиц и карстовые воронки на юге Турции’); 4) изменение коммуникативного эффекта высказывания (*Le nombre de frères et sœurs nuit-il à votre santé mentale?* – ‘Влияет ли количество братьев и сестер на ваше психическое здоровье? Если у вас большая семья, то да’).

Выводы работы указывают на то, что перевод заголовков – это сложный процесс адаптации, требующий от переводчика не только языковых знаний, но и понимания культурных особенностей аудитории. Основные стратегии включают упрощение, конкретизацию и эмоциональную адаптацию текста.