

РАЗДЕЛ II. ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ

УДК 81
ББК 81

Olga S. Matyushina¹

*A.I. Herzen State Pedagogical University of Russia
191186, Russia, Saint-Petersburg, 48 Moika River Emb.
Dzhuromskaya@mail.ru*

Research Supervisor:

Yulia A. Filyasova²

ORCID: 0000-0002-9728-9458

*A.I. Herzen State Pedagogical University of Russia
191186, Russia, Saint-Petersburg, 48 Moika River Emb.
phill.yield@gmail.com*

PROPER NAME LOCALIZATION IN TRANSLATING MEDIA ARTICLE TITLES

The article considers translation techniques for the adaptation of media article titles from English into Russian. The relevance of studying the media content is explained by the fact that these titles can be the only element available for readers or the first element that readers are likely to get acquainted with. Media article titles were selected randomly from the BBC media channel in 2022, about 100 titles. Translation strategies are normally divided into the dichotomy of preservation and transformation. The results show that the proper names were normally subject to transformation. The adaptation techniques in the analyzed material include specification, omission, selection of traditional equivalents in the target language, and generalization. The proper names embraced royal titles, governors, countries and regions, company titles, and ordinary citizens. Adaptation and omission were typically applied to royal titles,

¹ Матюшина Ольга Сергеевна, магистрант, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия.

² Филъсова Юлия Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка для профессиональной коммуникации, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия.

specification – to governors, job representatives, countries and company titles, while generalization – to the names of ordinary citizens.

Keywords: specification, cultural adaptation, omission, generalization, transformation, meaning extension

Introduction

A media news headline is often the first and most important element of audience engagement with media content. Their high-quality localization is critical for successful intercultural communication. The aim of this study is to analyze media headline adaptation to the Russian-language linguocultural context. The material for the study was comprised of BBC news headlines, selected in 2022 with the help of a continuous sampling method, based on the content identity of the full-text news articles. Let us consider the features of translation and adaptation in research articles.

Literal translation is not suitable for taking into account and conveying cultural features, linguistic norms and reading habits of the target audience. Frequently, it is necessary to go beyond the literal meaning to ensure adequate perception and impact on the recipient. For this reason, locale as a concept of interlingual communication plays a key role in the process of translating media titles [1]. The goal of localization is to convey not only the communicative but also the pragmatic potential of the original messages [14]. In the process of translation, it is essential to take into consideration the following principles: the principle of differentiation, the principle of comparison of linguistic phenomena by categories, the semantic conceptualization principle for linguistic phenomena, and the principle of functional-semantic identity [13, 90].

Media titles are often characterized by brevity and expressiveness [20]. However, stylistic code inconsistencies may arise during translation [16], therefore, analyzing differences in style and preferences in different languages and cultures is required.

The process of translating media headlines can lead to shifts in communicative norms [8]. Poor translation can cause communication failures, leading to misunderstanding [17]. In some cases, a general reduction in register is required to achieve the desired effect [2], as well as grammatical structure transformation and vocabulary adaptation [10]. Proper names represent a special class of lexis, characterized by richness and mobility of semantics, formal variability and functional versatility [5]. Their translation requires special attention, since they carry not only a nominative but also a cultural function.

It is important not only to convey factual information, but also to preserve the emotional connotations embedded in the original title [15].

To achieve this, various equivalence preservation and transformation strategies are used [19]. It is often required to divide complex sentences into simpler independent clauses, as well as to replace participial and adverbial participial phrases with subordinate clauses [12, 140]. This is due to the difficulties in conveying subordinate clauses and participial phrases in some languages, as well as the need to simplify syntax to make it easier to understand [11].

For audiovisual media content, accompanying the text with visual images plays an important role in interpreting the title [18]. Adaptation for translating audiovisual media texts must take into account the interaction of verbal and visual components [7]. Wordplay can be a problem for conveying in audiovisual translation, which requires from the translator a substantial amount of creativity and knowledge of cultural realities [3]. A translator has to resort to explicit or implicit deconstruction of an image in order to adapt the original message [4].

Successful localization of media titles implies having not only linguistic knowledge and professional skills, but also a deep understanding of the target audience's cultural worldview. Attention must be paid to fostering a positive attitude among university students toward mastering the profession of a translator [6] and purposefully developing student communicative competence in the process of learning English [9], which will enable them to effectively solve complex problems that arise in the process of localizing media materials.

Main Part

The principal translation strategy for article titles is to convey the meaning as fully as possible. However, proper names require adaptation for several reasons. Firstly, the realities of a different culture may be completely unfamiliar to the readers of the target language and require additional explanations or clarifications; secondly, a proper name per se may not be the key carrier of the information contained in the title and may be excluded or replaced; thirdly, the traditions of the target language may not coincide with the traditions of nomination in the original language. Let's consider some examples.

The name of the political figure receives a more detailed description: *Brazil election: **Lula** makes stunning comeback // Лидер левых Лула победил Болсонару на выборах президента Бразилии*

The country name is narrowed down to a specific region: *India bridge collapse: Death toll rises to 141, many still missing // Обрушение моста на западе Индии: число погибших выросло до 141*

The artist's profession is explained in the translation, the cause-and-effect relationship is explicated: *Piet Mondrian artwork displayed upside*

down for 75 years // Произведение художника Пута Мондриана 75 лет выставляют в галереях вверх ногами. Заметили только сейчас

The valence relation of the actional verb is explicited: *South Korea military **apologises** after failed missile launch sparks alarm // Южнокорейские военные **извинились перед жителями** за неудачный пуск ракеты во время учений с США*

The territorial affiliation of the mountains is clarified from the point of view of the administrative affiliation: *World's longest passenger train rolls through **the Alps** // Самый длинный в мире пассажирский поезд проследовал через **швейцарские Альпы***

The adjective of social belonging is replaced with an adjective of nationality; in addition, a clarification of the queen's title is added: ***Royal** rebranding: What will happen to stamps, coins, banknotes and passports? // Что теперь будет с **британскими** почтовыми марками, монетами, банкнотами и паспортами с изображением **королевы Елизаветы II?***

The status of royal persons is being mentioned: ***William and Harry** side by side behind Queen's coffin // Король Карл III и **принцы Уильям и Гарри** прошли за гробом Елизаветы II*

The president's first name is added to his last name: *US midterm elections: What's happened to economy under **Biden**? // Промежуточные выборы в США: чего добился **Джо Байден***

The Queen's title is specified by adding the country name: *Death of **Queen Elizabeth II**: The moment history stops // Скончалась **королева Великобритании Елизавета II***

The hypernym clarifies the company name: ***Saudi Aramco**: Oil giant tops own record with \$48.4 bn quarterly profit // **Нефтяная компания Saudi Aramco** отчиталась о рекордной квартальной прибыли в \$48 млрд*

The Queen's title is modified: ***Queen Elizabeth** becomes longest-serving British monarch // **Елизавета II** стала самым долгоправящим монархом в Британии*

The title of the king is specified and the position of the prime minister is added: ***King Charles** to appoint Kishi Sunak as **PR** // **Король Карл III** назначил Риши Сунака **премьер-министром Великобритании***

The country name is omitted: ***Britain's Prince Charles** promises not to meddle when he's king // **Принц Чарльз** заявил, что не будет вмешиваться в политику, когда станет королем*

Proper names are replaced with nominations specifying their belonging to their countries: ***Dom Phillips** and **Bruno Pereira**: Police find*

belongings of missing pair // Исчезновение в Амазонии: полиция отрицает, что тела британца и бразильца найдены

The name of the company is omitted, while the name of its owner is left: *Virgin Galactic: Sir Richard Branson's flight to the edge of space (and back) // Полет Ричарда Брэнсона к границе космоса: как это было*

Conclusion

The analysis of the proper names translation shows that the following techniques of linguacultural adaptation are used for the purposes of adaptation:

- **addition, or specification:** Biden – Джо Байден, Queen Elizabeth II – королева Великобритании Елизавета II, William and Harry – принцы Уильям и Гарри, King Charles – Король Карл III, the Alps – швейцарские Альпы, India – на западе Индии, Lula – лидер левых Лула, Brazil election – выборы президента Бразилии, Saudi Aramco – нефтяная компания Saudi Aramco, Piet Mondrian – художник Пита Мондриана;

- **omission:** Virgin Galactic: Sir Richard Branson's flight – полет Ричарда Брэнсона, British Prime Minister Liz Truss – Лиз Трасс, Britain's Prince Charles – Принц Чарльз, Britain's Prince Charles – Принц Чарльз;

- **adaptation, or tradition:** King Charles – Карл III, Queen Elizabeth – Елизавета II, Queen – Елизаветы II, royal – британский;

- **generalization:** Dom Phillips and Bruno Pereira – британец и бразилец.

The most common technique is the specification of proper names in order to eliminate cultural differences and improve understanding. Specification involves a more detailed definition or elucidation of titles, company names, toponyms and geographical features. Generalization and omission as translation techniques are necessary when adapting unfamiliar realities that do not affect the perception of the general meaning of the title. Adaptation itself allows the style of presentation to be brought closer to the most familiar form of wording in the target language.

Список источников

1. Ачкасов А. В. Локаль как концепт межъязыковой коммуникации // Герценовские чтения. Иностранные языки. Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2019. С. 21-23.

2. Ачкасов А. В. Субстандарт в русскоязычных переводах рубежа XX-XXI веков // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16. № 9. С. 3078-3084.

3. Безруков В. А., Шачкова И. Ю. Проблема передачи игры слов при аудиовизуальном переводе (на материале англоязычного комедийного телесериала «Американская семейка») // Вопросы прикладной лингвистики. 2025. № 57. С. 7-45.
4. Белоглазова Е. В. Russia как инолингвокультурный концепт в текстах массовой культуры // Англистика в третьем тысячелетии: новые подходы и пути развития. Минск: РИВШ, 2024. С. 171-172.
5. Белоглазова Е. В., Кабакчи В. В. Имена собственные в языке, переводе и переводе культуры // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2024. Т. 21. № 1. С. 225-232.
6. Веденеева О. А., Великанова С. С., Рудакова С. В. К вопросу о формировании у студентов вуза позитивной установки на овладение профессией // Проблемы современного педагогического образования. 2024. № 84-3. С. 91-93.
7. Калинин А. Ю. Адаптация как прием перевода аудиовизуальных медиатекстов // Современное профессиональное образование. 2021. № 3. С. 53-55.
8. Максименко О. И., Ахренова Н. А., Беляков М. В. Сдвиги в коммуникативной семантике медиадискурса // Вопросы современной лингвистики. 2024. № 5. С. 69-80.
9. Минина О. Г. Формирование коммуникативной компетенции студентов в процессе обучения английскому языку // Уч. зап. Шадринского гос. пед. ун-та. 2025. № 2(8). С. 1-10.
10. Моисеева И. Ю., Стренадюк Н. Е. Особенности перевода новостного медиатекста телесети Russia Today на английский язык // Балтийский гуманитарный журнал. 2020. Т. 9. № 3(32). С. 279-282.
11. Оганова Е. А., Алексеева О. А. Проблемы передачи вводных предложений при переводе общественно-политических текстов с русского языка на турецкий язык // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. №1. С. 71-88.
12. Полякова Л. С., Южакова Ю. В. Приемы перевода англоязычного медиатекста (на примере статьи “Daily Mail” “Tsar Harry!”) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 12-1(78). С. 138-141.
13. Таунсенд К. И., Полубоярова М. В. Принципы построения теории перевода для англо-русской пары языков // Вопросы современной лингвистики. 2025. № 3. С. 82–92.
14. Филясова Ю. А. Особенности перевода заголовков новостных статей медиаканала Би-Би-Си (на материале англо-русских эквивалентов) // Вопросы прикладной лингвистики. 2023. № 51. С. 7-32.

15. Филясова Ю. А. Репрезентация эмотивных коннотаций английских новостных заголовков при переводе на русский язык // Вопросы современной лингвистики. 2023. № 4. С. 87-101.
16. Филясова Ю. А. Стилистическая демаркированность при машинном переводе информационных пресс-релизов // Филологические науки в МГИМО. 2025. Т. 11, № 1. С. 89-101.
17. Филясова Ю. А., Чернявская А. А. Коммуникативные неудачи при машинном переводе информационных пресс-релизов с английского на русский язык // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 17. № 12. С. 4429-4434.
18. Юдина М. В., Рудакова С. В. Визуальный поворот: роль изображения в современных цифровых медиа // Медиаисследования. 2025. № 11. С. 91-98.
19. Filyasova Yu. A. Equivalence and transformation strategies for translating English news headlines into Russian // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2023. No. 9(877). Pp. 130-136.
20. Filyasova Yu. News Headlines: A Contrastive Linguistic Analysis // 5th international multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts SGEM 2018: Conference Proceedings, Vienna. Vol. 5 Issue 3.1. Pp. 333-344.

REFERENCES

1. Achkasov A. Locale as a concept of cross-language communication // Herzen Readings. Foreign Languages. Saint-Petersburg, 2019. Pp. 21-23. (In Russ.)
2. Achkasov A. V. Substandard in Russian-language translations at the turn of the 20th and 21st centuries // Philology. Theory & Practice. 2023. V. 16, № 9. Pp. 3078-3084. (In Russ.)
3. Bezrukov V. A., Shachkova I. Yu. Wordplay issue in audiovisual translation (on the English-language situational comedy "Modern Family") // Issues of Applied Linguistics. 2025. № 57. P. 7-45. (In Russ.)
4. Beloglazova E. V. Russia as an exocultural concept in mass culture // English studies in the third millennium: new approaches and development trends. Minsk, 2024. Pp. 171-172. (In Russ.)
5. Beloglazova E. V., Kabakchi V. V. Proper names in language, translation, and cultural translation // The Humanities and Social Studies in the Far East. 2024. V. 21, № 1. Pp. 225-232. (In Russ.)
6. Vedeneva O. A., Velikanova S. S., Rudakova S. V. On The issue of forming a positive attitude in university students to master a profession // The Problems of Contemporary Pedagogical Education. 2024. № 84-3. Pp. 91-93. (In Russ.)

7. Kalinin A. Y. Adaptation in audiovisual translation // Contemporary professional education. 2021. № 3. Pp. 53-55. (In Russ.)
8. Maksimenko O. I., Akhrenova N. A. Belyakov M. V. Shifts in communicative semantics in the media discourse // Key Issues of Contemporary Linguistics. 2024 №5. Pp. 69–80. (In Russ.)
9. Minina O.G. Developing students' communicative competence in the process of teaching English // SciNotes of Shadrinsk SPU. 2025. № 2(8). Pp. 1-10. (In Russ.)
10. Moiseeva I. Yu., Strenadyuk N. E. Peculiarities of news media translation of Russia Today television network into English // Baltic Humanitarian Journal. 2020. V. 9. № 3(32). Pp. 279-282. (In Russ.)
11. Oganova E.A., Alekseeva O.A. Problems of translation of parenthetic clauses from Russian into Turkish in social and political texts // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. 2021. Vol. 12. N. 1. Pp. 71-88. (In Russ.)
12. Polyakova L.S., Yuzhakova Yu.V. Methods of English-language media text translation (by the example of the article “Tsar Harry!” in “Daily Mail”) // Philology. Theory & Practice. 2017. № 12-1(78). Pp. 138-141. (In Russ.)
13. Taunzend K. I., Poluboyarova M. V. Basic principles for translation theory: English-Russian and Russian-English translations // Key Issues of Contemporary Linguistics. 2025. №3. P. 82–92. (In Russ.)
14. Filyasova Yu. A. Translation features of BBC media article headlines (evidence from English and Russian equivalents) // Issues of Applied Linguistics. 2023. № 51. Pp. 7-32. (In Russ.)
15. Filyasova Yu. Representation of English news headlines emotive connotations in Russian translations // Key Issues of Contemporary Linguistics. 2023. № 4. Pp. 87-101. (In Russ.)
16. Filyasova Yu. A. Stylistic code inconsistencies in machine translation of information press releases // Linguistics & Polyglot Studies. 2025. V. 11, № 1. Pp. 89-101. (In Russ.)
17. Filyasova Yu. A., Chernyavskaya A. A. Communicative Failures in Machine Translation of Informative Press Releases from English into Russian // Philology. Theory & Practice. 2024. V. 17. № 12. P. 4429-4434. (In Russ.)
18. Yudina M.V., Rudakova S.V. Visual turn: the role of images in modern digital media // Media Research. 2025. № 11. Pp. 91-98. (In Russ.)
19. Filyasova Yu. A. Equivalence and transformation strategies for translating English news headlines into Russian // Vestnik of MSLU. Humanities. 2023. № 9(877). Pp. 130-136. (In Eng.)

20. Filyasova Yu. News Headlines: A Contrastive Linguistic Analysis // 5th international multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts SGEM 2018: conference proceedings, Vienna. Vol. 5. Iss. 3.1. Pp. 333-344. (In Eng.)

ЛОКАЛИЗАЦИЯ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НАЗВАНИЙ МЕДИАСТАТЕЙ

О. С. Матюшина

магистрант РГПУ им. А.И. Герцена

Ю. А. Филясова

канд. филол. наук, доцент РГПУ им. А.И. Герцена

В статье рассматриваются приемы перевода названий медиастанций с английского на русский язык. Актуальность изучения медиаконтента определяется возможностью быстрого ознакомления с новостями посредством прочтения заголовков. Материалом исследования послужили заглавия медиастанций объемом около 100 единиц, отобранные методом сплошной выборки на канале Би-Би-Си в 2022 году. Переводческие стратегии обычно представлены дихотомической парой – сохранения и трансформации. Результаты исследования показывают, что имена собственные, как правило, подвергаются трансформации. Приемы адаптации включали конкретизацию, опущение, выбор традиционно принятых эквивалентов в языке перевода, генерализацию. Имена собственные включали титулы монархов, правителей, названия стран и регионов, компаний и личные имена обычных граждан, оказавшихся в поле внимания средств массовой информации. Адаптация и опущение обычно применялись к правительственным титулам, конкретизация – к профессиям, странам, регионам и компаниям, генерализация – к именам обычных граждан.

Ключевые слова: конкретизация, культурная адаптация, опущение, генерализация, трансформация, расширение значения

Для цитирования: Матюшина О. С., Филясова Ю. А. Локализация имен собственных при переводе названий медиастанций // Libri Magistri. 2026. № 1 (35). С. 27–35.

Поступила 20 ноября 2025