

3. Балли, Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. – Москва, 2001. – 392 с.
4. Галкина-Федорук, Е. М. Об экспрессивности и эмоциональности в языке / Е. М. Галкина-Федорук // Сборник статей по языкознанию. – Москва : Изд-во МГУ, 1958. – С. 34–45.
5. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов / И. В. Арнольд. – 12-е изд. – Москва : Флинта : Наука, 2014. – 383 с.
6. Швейцер, А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты / А.Д. Швейцер. – Москва : Наука, 1988. – 215 с.
7. Бархударов, Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – Москва : Международные отношения, 1975. – 240 с.
8. Комиссаров, В. Н. Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров. – Москва : ЭТС, 2004. – 424 с.

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ-ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ ЭКРАНИЗИРОВАННЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

*Михновец А.Н., Бегенцова Г.З.,*

*студентки 4 и 1 курсов ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Турковская Е.В., канд. пед. наук, доцент*

Ключевые слова: фразеологизм, заголовок, экранизация, перевод, стратегия.

На протяжении всего существования кинематографа обнаруживается его тесная связь с другими видами искусства. Многие литературные произведения, включая классику и современные бестселлеры, нашли отражение на экранах кинотеатров по всему миру. В условиях массового кинопроката качество перевода, особенно заголовков, значительно влияет на успех киноленты у зарубежного зрителя. При этом особую сложность может представлять перевод заголовков, которые содержат фразеологические компоненты.

*Цель* исследования – выявить и проанализировать особенности перевода заголовков-фразеологизмов с английского на русский язык в контексте художественных произведений и их экранизаций.

**Материал и методы.** Материалом исследования послужили 20 заголовков англоязычных экранизаций с фразеологическим компонентом, отобранных методом сплошной выборки с сайта «Кинопоиск». В основе исследования лежат описательно-аналитический и сравнительно-сопоставительный методы, которые позволили выявить особенности перевода заголовков двух разных видов искусств.

**Результаты и их обсуждение.** В современной лингвистике термин «экранизация» часто интерпретируется как кинопроизведение, в основе сценария (кинотекста) которого лежит произведение другого вида искусства (прозы, драмы, оперы, балета, живописи и т.д.). Дискуссионной является точка зрения, согласно которой экранизацию рассматривают как вид интерсемиотического перевода, в ходе которого осуществляется перекодирование с языка одного искусства на язык другого: «интерпретация с изменением материи» [1, с. 283], «перевод его (произведения) на язык кино»

[2, с. 510]. В рамках данной работы под экранизацией понимается кинематографическая интерпретация произведения художественной литературы.

Заголовок является первым знаком текста (фильма), который выполняет не только номинативную (назывную) функцию, но также и информативную, аттрактивную (функция привлечения внимания), эстетическую и рекламную функции. Включение в заголовки экспрессивных и высокоинформативных единиц как фразеологизмы помогает усилить эти функции. Такого рода заголовки являются носителем информации культурно-исторического, национально-этнического, географического содержания, они «хорошо известны всем представителям национально-лингвокультурного сообщества, актуальны в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; обращение к ним постоянно возобновляется в речи» [3, с. 51].

Перевод заголовка-фразеологизма требует учета как лингвистических (нормы языка и речи), так и экстралингвистических факторов (культурный контекст, цензура, содержание фильма, маркетинг и т. д.). В настоящей статье мы будем придерживаться авторской классификации стратегий перевода заголовков-фразеологизмов, за основу которой взята классификация, предложенная Е.В. Бальжинимасовой [4], и дополненная с учетом стратегий перевода фразеологизмов А.В. Кунина [5, с. 72]. Согласно данной классификации для заголовков-фразеологизмов целесообразно выделить четыре стратегии перевода: фразеологический перевод (приемы: подбор эквивалента и аналога), прямой перевод (калькирование), трансформация (замена, добавление, опущение, антонимический и описательный перевод) и полная замена заголовка.

Для проведения анализа методом сплошной выборки были отобраны 20 оригинальных заголовков англоязычных художественных произведений и их экранизаций, полностью или частично представленных фразеологизмом. Анализ адекватности перевода оценивалась по следующим критериям:

- а) сохранение образной основы фразеологизма;
- б) достижение прагматического воздействия оригинала;
- в) сохранение смысловой связи с сюжетом.

В большинстве случаев обнаруживается полное совпадение как оригинальных заголовков, так и их переводов. Ниже представлены примеры, в которых обнаруживаются различия:

1. Для первого примера нами взят заголовок автобиографии Арона Ралстона «*Between a Rock and a Hard Place*» (рус. досл. «Между камнем и тяжелым местом»), который представлен фразеологизмом *between a rock and a hard place* 'в безвыходном положении'.

Перевод автобиографии «127 часов. Между молотом и наковальней», предложенный Е.С. Скиперской в 2020 году, был осуществлен при помощи подбора фразеологического эквивалента, а именно между молотом и наковальней, что означает в безысходном положении, и добавления (127 часов). Последнее связано с тем, что экранизация (2010 г.) появилась на русском языке раньше книги (2021 г.) и была высоко оценена как критиками, так и зрителями. Благодаря такому переводческому решению аудитория сможет

связать разноименные фильм и книгу. Согласно выделенным нами критериям, перевод можно назвать адекватным, так как он сохраняет ключевой для повествования образ безысходности, связь с сюжетом, а также выполняет информативную, экспрессивную, а также рекламную функции.

В случае экранизации был выбран лаконичный заголовок «*127 Hours*», переведенный на русский язык калькированием «127 часов», выбор которого оправдан связью с ключевым сюжетным элементом: главный герой, альпинист, застревает в ущелье каньона на 5 дней (127 часов). В заголовке экранизации отсутствует фразеологизм первоисточника, вследствие чего утрачивается его образность. Однако такой заголовок и его перевод лаконичны и простоты в понимании, напрямую связаны с сюжетом. Стратегия прямого перевода заголовка «*127 Hours*» во всех отношениях является адекватной.

2. Для второго примера нами взят заголовок книги Джоди Пиколт «*My Sister's Keeper*» (рус. досл. «Хранитель моей сестры»), который сохранился при экранизации. Заголовок представлен трансформированным фразеологизмом основанным на библейском выражении *I am not my brother's keeper*. – ‘Я не сторож брату моему’.

Перевод книжного заголовка «Ангел для сестры», предложенный О.Л. Бершадской в 2007 году, выполнен стратегией трансформации, а именно лексической и грамматической заменами. При переводе образ сторожа заменили более близким русскоязычной аудитории образом ангела, воплощающим защиту и божественность. По сюжету «сторожем» для своей старшей сестры, болеющей лейкемией, становится главная героиня, которая с первого дня своей жизни является для нее донором. Вариант перевода «Ангел для сестры» сохраняет образную, функциональную и сюжетную близость с оригиналом, тем самым отвечая трем критериям адекватности.

Перевод заголовка экранизации «Мой ангел-хранитель» представлен лексической заменой, приемом опущения и калькирования. Как и в случае книжного перевода, оригинальный образ был заменен образом ангела-хранителя, обладающим ярко-выраженной позитивной коннотацией. Такой выбор позволяет быстро установить контакт с аудиторией, связь с сюжетом и жанром фильма. Также наблюдается добавление оттенка личной связи (мой хранитель), что связано с главным сюжетным поворотом, где смертельно больная сестра в тайне от всех просит главную героиню бороться за свою жизнь, а не спасти ее. «*Мой ангел-хранитель*» – это прагматичный, ориентированный на массового потребителя вариант. Соответственно, перевод можно назвать адекватным.

3. Для второго примера нами взят заголовок романа Ричарда Руссо «*Nobody's Fool*» (рус. досл. «Никто не дурак»), который сохранился при экранизации. Заголовок является фразеологизмом *nobody's fool* ‘не проведешь, не дурак’.

Перевод книжного заголовка Ю.В. Полещук 2023 года «Дураков нет» выполнен при помощи калькирования, грамматической и лексической замены и представляет собой замену фразеологизма семантически схожим

свободным выражением «дураков (здесь) нет». Оригинальный образ сохраняется частично, приобретая оттенок обобщения, вместо указания на конкретного «не-дурака», главного героя Салли. Так как была сохранена связь с сюжетом, достигнуто прагматического воздействия оригинала и частично сохранен образ фразеологизма, мы считаем перевод адекватным.

Перевод заголовка экранизации «Без дураков» – попытка адаптации с помощью другого лексически схожего русского фразеологизма «без дураков», в основе которого лежит другой образ (серьезность). На наш взгляд перевод не является адекватным, так как не отражает связи с сюжетом, что вызывает эффект «обманутого ожидания» у зрителя. Более удачным переводом мог бы стать вариант «Стрелянный воробей», в основе которого лежит фразеологический аналог английского фразеологизма *nobody's fool*. Он, как и исходный фразеологизм, обозначает опытного, бывалого человека, которого трудно обмануть или перехитрить, что соответствует посылу оригинального названия.

**Заключение.** В результате анализа было установлено, что при переводе заголовков-фразеологизмов доминирует стратегия трансформации, что отражает общую тенденцию культурно-смысловой адаптации. Исследование показывает, что не существует универсального переводческого решения: выбор той или иной стратегии перевода определяется степенью мотивированности фразеологизма (возможностью вывести значение фразеологизма из составляющих его слов), преобладающими функциями заголовка (информативную, аттрактивную, эстетическую и рекламную функции), экстралингвистическими факторами (культурный контекст, цензура, содержание фильма, маркетинг, навыки и умения переводчика и т. д.).

1. Эко, У. Заметки на полях «Имени розы» / У. Эко. – СПб. : Симпозиум, 2000. – С. 597–644.

2. Кино: Энциклопедический словарь / редкол. : С. И. Юткевич (гл. ред.), Ю. С. Афанасьев, В. Е. Баскаков, И. В. Вайсфельд и др. – М. : Сов. энциклопедия, 1986. – 640 с.

3. Красных, В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация / В. В. Красных. – М. : Диалог-МГУ, 1998. – 352 с.

4. Бальжинимаева, Е. Ж. Стратегии перевода названий фильмов / Е. Ж. Бальжинимаева // Сравнительное правоведение в странах России, Монголии, Японии и КНР : материалы междунар. студенч. науч.-практ. конф. – Улан-Удэ : Бурятский гос. ун-т, 2009. – С. 32–45.

5. Кунин, А. В. Фразеология современного английского языка / А. В. Кунин. – М. : Междунар. отношения, 1996. – 183 с.