

Окружная научно-практическая конференция
секция «Английский язык»

Особенности перевода рекламных текстов

Работу выполнил:

ученик 9 «Б» класса

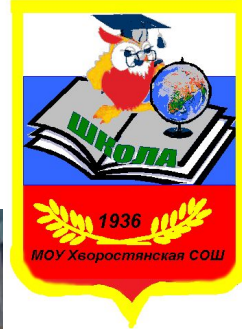
МОУ Хворостянской СОШ

Петрушин Сергей.

Руководитель: Обухова О.В.



Актуальность проблемы



Особенности перевода рекламных текстов



Одна из основных особенностей перевода рекламных текстов выражается в содержательном соотношении между оригиналом и переводом, а также в передаче социолингвистических аспектов переводимого текста.





Цель работы:

обозначить некоторые проблемы, связанные с переводом рекламных текстов с английского языка на русский, а также постараться найти некоторые способы их разрешения.

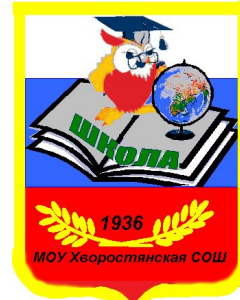
Предмет исследования:

тексты русской и англоязычной рекламы.

Метод исследования: сопоставительный.



Функции рекламных текстов



1 функция

**функция воздействия языка
реализуемая с помощью
всего арсенала
лингвистических средств
выразительности;**

2 функция

**функция массовой
коммуникации, реализуемая с
применением особых media
технологий, характерных для
того или иного средства
массовой информации;**



Значение слова «реклама»



В русском языке слово "реклама" используется для обозначения двух разных сторон рекламного процесса: рекламы как сферы человеческой деятельности и рекламы как готового продукта, представляющего собой многоуровневый рекламный текст, воплощенный в СМИ в различных формах.

В английском языке для разграничения этих двух близких, но разных по значению понятий удобно используются две автономные лексические единицы, образованные от одного латинского слова *advertere*, означающего *turn around*.



Значение слова «реклама»



1) Advertising в смысле "the industry that produces advertisements to be shown on television, printed in newspapers, magazines, etc; "the activity of advertising" (Oxford Advanced Learner's Dictionary); "the business of encouraging people to buy goods by means of advertisements" (Longman Dictionary of English Language and Culture);



Значение слова «реклама»



2) Advertisement в значении "a public notice offering or asking for goods, services, etc" (OALD); "something used for advertising things, such as a notice on a wall or in a newspaper; or a short film shown on television" (LDELС).



Особенности использования рекламных текстов



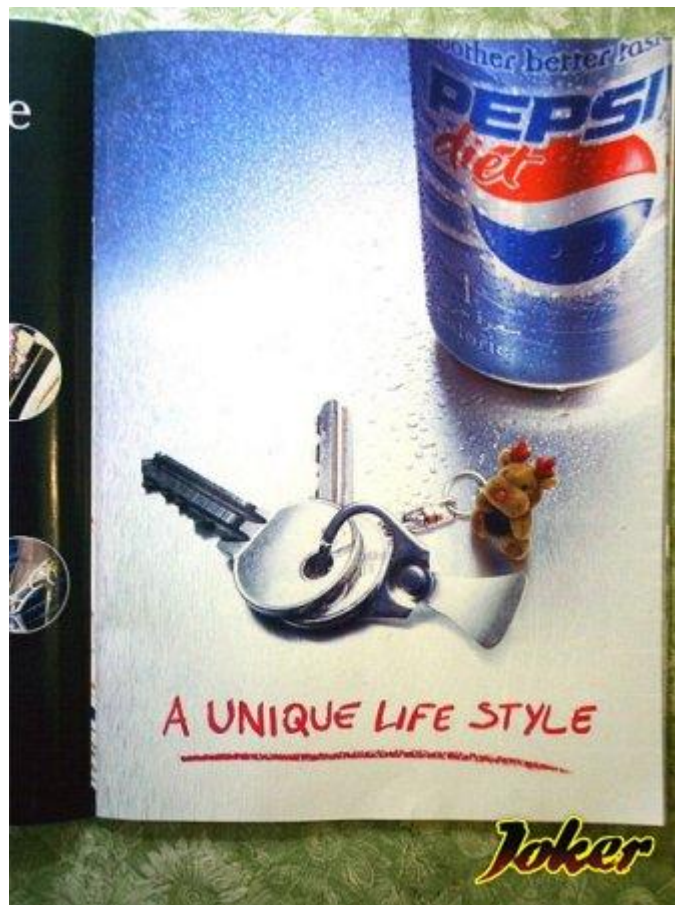
1) он характеризуется повторностью сообщений, позволяющей создать **образ** «навязчивой рекламы»

2) существует множество **способов классификации** рекламных текстов

- рекламируемый объект;
- целевая аудитория;
- СМИ-рекламоноситель



Особенности использования рекламных текстов



Очень важно
определить, что
становится **предметом**
его универсальность,
специфика культуры.

**Необходимо грамотно
адаптировать перевод
исходной фразы на
русский язык!**



Особенности использования рекламных текстов



Реклама – рядом с нами: на радио и в сети Интернет, в газетах и журналах, на телевидении и каждая, вследствие этого, имеет специфическое **оформление**: минимум словесного текста, краткий рекламный слоган или эхофраза.

Особенности использования рекламных текстов



**Средства
художественной
выразительности:**

**глагольные
сочетания**

BEAUTY IS A STATEMENT NIVEA

FACE THE FUTURE
WITH FIRMER SKIN

**NIVEA VISAGE[®] DNAGE[®] CELL RENEWAL
ENRICHED WITH FOLIC ACID**

An innovation in skincare, which boosts surface skin cell renewal
leaving you with noticeably firmer looking skin.*

www.NIVEA.co.uk/dnage

*12w women aged 35

© 2014 NIVEA and UNILEVER. ELEMENTS OR SIMILAR ELEMENTS CONTACT US ON 800 044 446 534



Особенности использования рекламных текстов



Средства
художественной
выразительности:

глагольные
сочетания



Найдешь то, что ищешь!

СантаХаус не похож на другие большие магазины для дома. СантаХаус — магазин домашних предметов! Здесь нет ни инструментов, ни бытовой техники, ни строительных товаров — только традиционный ассортимент, который радует и мамы и папы и бабушки.

Выбор в гипермаркете СантаХаус уникален. Впервые в России 30000 товаров для дома собраны под одной крышей! Если раньше в магазин приходили искать что-то конкретное, то теперь достаточно прийти в СантаХаус.

В магазине гипермаркета СантаХаус представлены товары для кухни, спальни, ванной, гостиной и детской. Здесь легко всего найти подарки для себя или для близких. Добро пожаловать в СантаХаус — магазин высокого качества и демократичных цен!

 <p>кастрюли с крышкой 99⁰⁰ руб.</p>	 <p>штора рулонная 150x250 150x280 119⁰⁰ руб.</p>	 <p>чайник заварочный фанкс 99⁰⁰ руб.</p>
---	--	--

СантаХаус
гипермаркеты домашних товаров

Пулковское ш. 35, ТК «Масштаб»
пр. Энгельса 15А, ТРК «Гранд каньон»
пр. Маршала Жукова, 31 — в декабре!
www.santahouse.ru, т. 33 22 888
С 10 до 22 часов
С 10 до 24 часов — весь декабрь!



Особенности использования рекламных текстов



**Средства
художественной
выразительности:**

**личные и
притяжательный
местоимения**

The advertisement for Eurocard credit cards is set against a blue background with white polka dots. At the top, the text 'НАСТОЯЩИЕ КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ' (Real Credit Cards) is written in white. Three circular images show people in various leisure and shopping scenarios: a woman smiling, a woman in a bikini on a beach, and a woman at a grocery store. Three horizontal bars with rounded ends contain the text: 'Вы развлекаетесь' (You entertain yourself), 'Вы путешествуете' (You travel), and 'Вы покупаете' (You buy). A red circular badge states 'Кредит от 5 000 до 250 000 рублей' (Credit from 5,000 to 250,000 rubles). Below this, several Eurocard credit cards are displayed. At the bottom, a large pink bar contains the text 'МЫ ПЛАТИМ*' (We pay*). In the bottom left corner, contact information is provided: 'ИНФОРМАЦИЯ О ПОЛУЧЕНИИ КАРТЫ 696-911 КРУГЛОСУТОЧНО' (Information about getting the card 696-911 round the clock). In the bottom right corner, the Promsbank logo is shown.



Особенности использования рекламных текстов



Текст сертификата

окна для крыши
FAKRO

БЕССРОЧНАЯ
ГАРАНТИЯ

Бессрочная гарантия на все стеклопакеты от сквозняков, града и ветхана.

Небо в Вашем доме!

Окна для крыши **FAKRO** рекомендованы ведущими кровельными системами:

BRAAS АСУРОВАЯ ЧЕРЕПИЦА **МЕТАЛ ПРОФИЛЬ** группа компаний **TEGOLA** КРОВЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ **ТЕХНО НИКОЛЬ** МЕТАЛЛОЧЕРЕПИЦА **Takotta**

Единая справочная: (495) 995-80-02 www.fakro.ru

**Средства
художественной
выразительности:**

**личные и
притяжательный
местоимения**



Особенности использования рекламных текстов



**СВЕРДЛОВСКИЙ
ГУБЕРНСКИЙ
БАНК**

СКБ-БАНК

**У ТЕБЯ ТЕПЕРЬ ЕСТЬ ДРУГ,
ПРЕДАННЫЙ И ВЕРНЫЙ.
БЕЗ НЕГО ТЫ КАК БЕЗ РУК,
ЕСЛИ ОТКРОВЕННО!**

ОАО «СКБ-Банк», Ген. лиц. ЦБ РФ №705; «СБ-ГУБЕРНСКИЙ» (ОАО), Ген. лиц. ЦБ РФ №2975

www.skbbank.ru | 8-800-1000-600
звонок бесплатный

**Средства художественной выразительности:
личные и притяжательный
местоимения**



Особенности использования рекламных текстов



**Средства
художественной
выразительности:**

**атрибутивные
словосочетания и
сравнения**



Особенности использования рекламных текстов



**Средства
художественной
выразительности:**

**прилагательные и
наречия**



Особенности использования рекламных текстов



**Заказным пельменям
довериться можно —
ликвидируют голод
быстро, надежно!**

**Средства
художественной
выразительности:**

**прилагательные и
наречия**



Особенности использования рекламных текстов

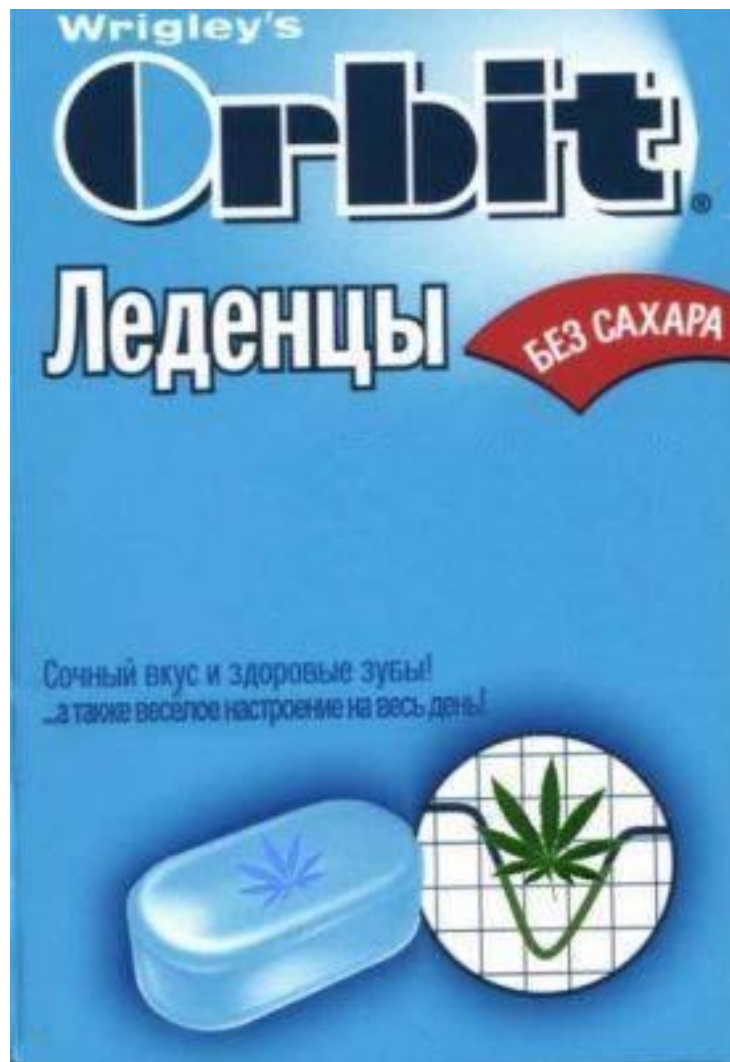


**Средства
художественной
выразительности:**

**прилагательные и
наречия**



Особенности использования рекламных текстов



**Средства
художественной
выразительности:**

сравнения



Особенности использования рекламных текстов



**Средства
художественной
выразительности:**

**ЯЗЫКОВЫЕ
манипулирования**



Особенности использования рекламных текстов



МАРКЕР
ароматизатор
рыболовной насадки

Предназначен для раскрашивания и придания более привлекательных свойств.

Рыболовным насадкам:
-опарыша, червя, мотыля, теста, перловки, пшеницы, макарон, кукурузы и др.

Спиннинговым приманкам:
-воблер, блесна, поролоновая рыбка

АНИС
ВАНИЛЬ
ХИЩНИК
КАРАСЬ
КАРП
ЛЕЩ
ПЛОТВА

12 ЦВЕТОВ

SPORT Fishing
джиг-воблеры

- ✓ Уменьшение зацепов на 85-90 %
- ✓ Возможность остановки приманки с последующей игрой
- ✓ Возможность самостоятельно окрашивать приманку маркерами "SPORT Fishing"

**Средства
художественной
выразительности:**

**ЯЗЫКОВЫЕ
манипулирования**



Особенности использования рекламных текстов



Органичное
соединения основной
рекламной идеи со
средствами
выразительности



ВЫВОД



1. Переводчик должен не только хорошо владеть родным языком, но и знать язык, культуру, традиции народа, говорящего на иностранном языке, лежащим в основе перевода.
2. Глубокое овладение изобразительными средствами (метафора, аллегория), гармонично соединенное с основной рекламной идеей, поможет переводчику быть корректным по отношению и к закону о рекламе , и к конкурентам.
3. Очень важно не забывать об аудитории, которой предназначена данная реклама: она не может быть одинаковой для всех.
4. Нужно всегда помнить , что в рекламе читателя интересует прежде всего он сам, решение его проблем, а не товар и его создавшая фирма, если рекламист это будет помнить, то успех ему обеспечен.

