



Окружная научно-практическая конференция
секция «Английский язык»

Особенности перевода рекламных текстов

Работу выполнил:

ученик 9 «Б» класса

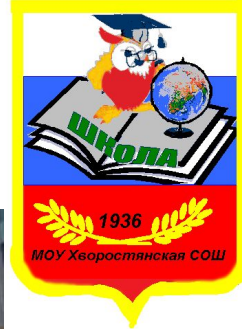
МОУ Хворостянской СОШ

Петрушин Сергей.

Руководитель: Обухова О.В.



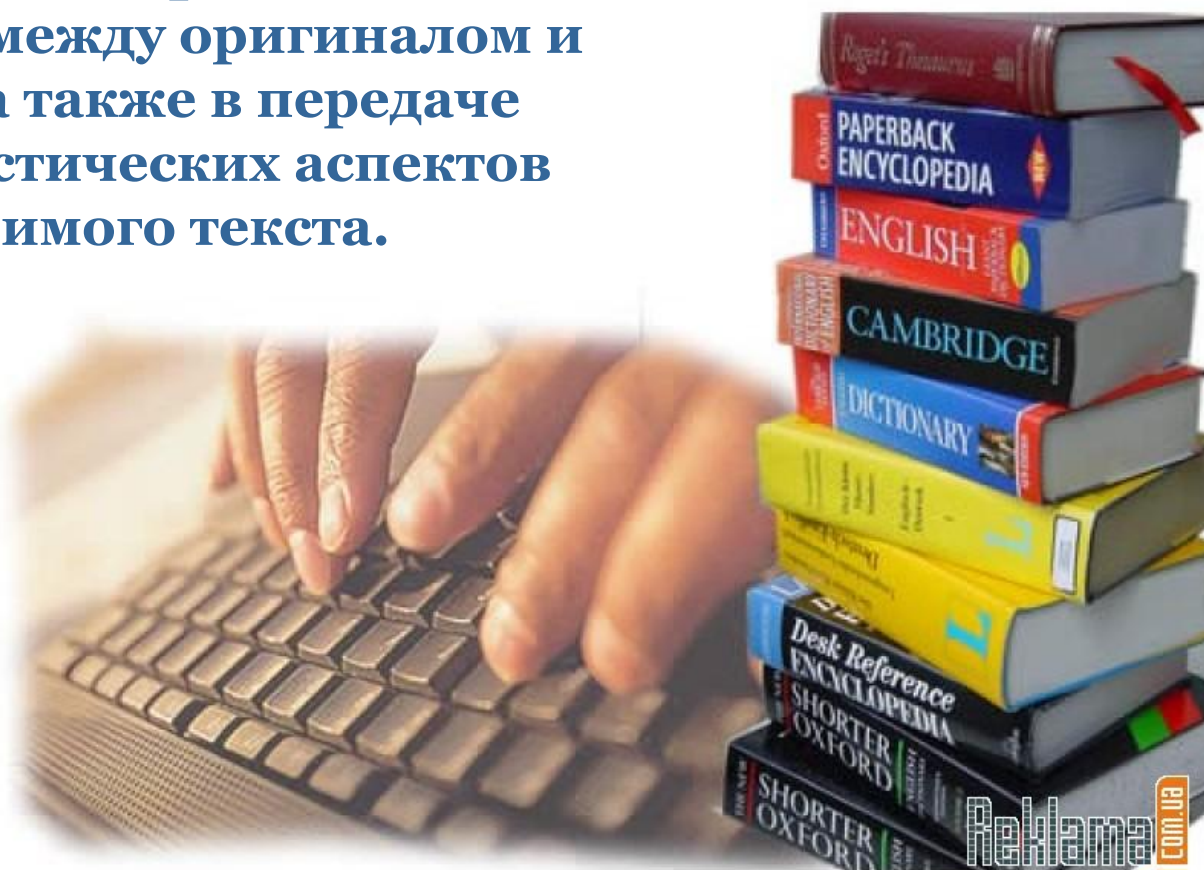
Актуальность проблемы



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.

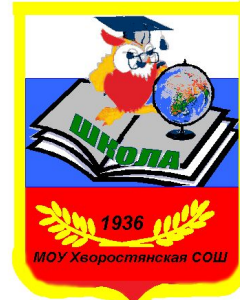
Предмет исследования:

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»

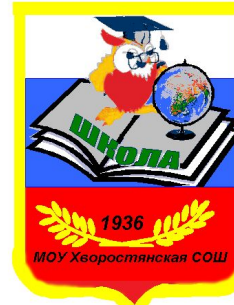


В русском языке слово "реклама" используется для обозначения двух разных сторон рекламного процесса: рекламы как сферы человеческой деятельности и рекламы как готового продукта, представляющего собой многоуровневый рекламный текст, воплощенный в СМИ в различных формах.

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



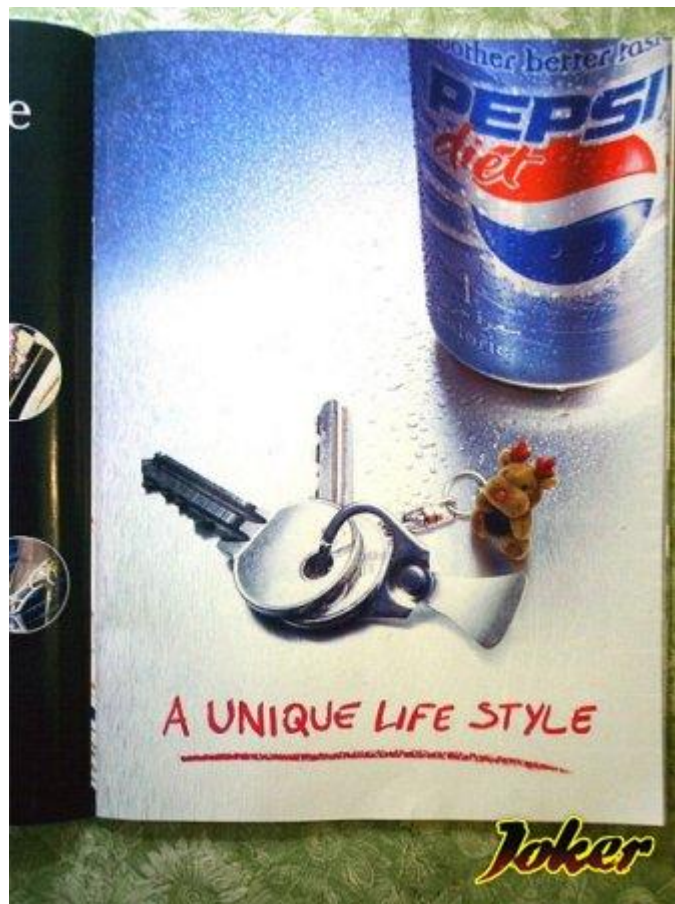
1) он характеризуется
повторностью сообщений,
позволяющей создать **образ**
«навязчивой рекламы»

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

The advertisement features a close-up portrait of a woman with dark hair and a slight smile. The text 'BEAUTY IS A STATEMENT NIVEA' is at the top. Below the portrait, a circular inset shows a jar of NIVEA DNAGE cream. At the bottom, the text reads 'FACE THE FUTURE WITH FIRMER SKIN' and 'NIVEA VISAGE® DNAGE CELL RENEWAL ENRICHED WITH FOLIC ACID'. A smaller image of the product box is shown on the right side of the advertisement.

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 @ post

© 2014 NIVEA and associated elements. IN SUZDALSKAYA PLAZA CONTACT: 01 54 88 004 488 534

**Средства
художественной
выразительности:**

**глагольные
сочетания**



Особенности использования рекламных текстов



**Средства
художественной
выразительности:**

**глагольные
сочетания**



Найдешь то, что ищешь!

СантаХаус не только не другие большие магазины для дома. СантаХаус — это бренд домашнего декора! Здесь нет ни инструментов, ни бытовой техники, ни строительных товаров — только оригинальный дизайн, который украсит интерьер и радует глаз.

Выбор в гипермаркете СантаХаус уникален. Впервые в России 30000 товаров для домашнего декора собраны под одной крышей! Если раньше в магазин приходил всего 100 вещей, теперь можно увидеть все, что есть 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 демократичный цен!



кастрюля с крышкой
99,00
руб.



штора рулонная
150x250
150x280 **119,00**
руб.



чайник заварочный
фанкс **99,00**
руб.

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



Текст спецификации

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



**Средства
художественной
выразительности:**

**прилагательные и
наречия**

**ПЕЛЬМЕНИ
ЗАКАЗНЫЕ**

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

The advertisement features a large, anthropomorphic dumpling character with large blue eyes and a smiling mouth, holding a blue mechanical press. A red banner at the top contains the text 'ПЕЛЬМЕНИ ЗАКАЗНЫЕ' and a row of small dumpling icons. Below the dumpling is a small green alien character with a large nose and a red t-shirt with the word 'ГОЛОД' written on it. The background is white with a light blue shadow under the dumpling.

Особенности использования рекламных текстов

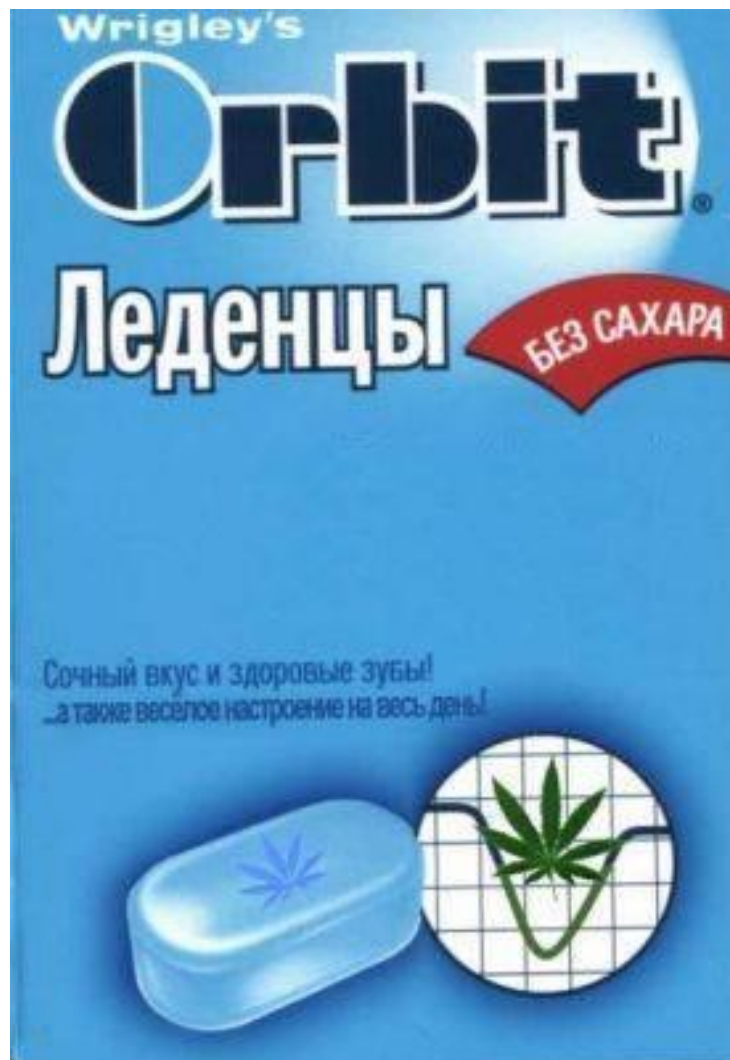


**Средства
художественной
выразительности:**

**прилагательные и
наречия**



Особенности использования рекламных текстов



**Средства
художественной
выразительности:**

сравнения



Особенности использования рекламных текстов



**Средства
художественной
выразительности:**

**ЯЗЫКОВЫЕ
манипулирования**



Особенности использования рекламных текстов



MARKER 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.

