

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра теории и практики перевода

Аннотация к дипломной работе

**СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА:  
СПЕЦИФИКА ПЕРЕДАЧИ ЭКСПРЕССИВНО-ОЦЕНОЧНОГО  
ПОТЕНЦИАЛА ПРИ ПЕРЕВОДЕ**

**Слюсарь Анастасия Сергеевна**

Научный руководитель:

Кандидат психологических наук,

доцент О.И. Уланович

Минск, 2017

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 80 с., 3 главы, 75 источников, 3 приложения.

**Ключевые слова:** РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СЛОГАН, СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ, ЭКСПРЕССИВНО-ОЦЕНОЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, СТРАТЕГИЯ ПЕРЕВОДА.

**Объект исследования:** англоязычный рекламный слоган.

**Цель исследования** заключается в выявлении вербальных компонентов англоязычных рекламных слоганов на графическом, фоностилистическом, лексико-семантическом и синтаксическом уровнях и особенностей их перевода на русский язык.

**Методы исследования:** аналитический метод, стилистический анализ рекламных слоганов, анализ особенностей перевода англоязычных рекламных слоганов на русский язык, количественно-качественный анализ, сравнительно-сопоставительный метод.

**Полученные результаты и их новизна.** В работе представлен англоязычный рекламный слоган как значимый инструмент маркетинга в современном информационном обществе, определены его стилевые стратегии и стратегии перевода на русский язык на примере рекламных слоганов тематической направленности "Автомобили", "Косметика" и "Одежда". Выявлено, что перевод англоязычного слогана в основном достигается посредством эквивалентного перевода, учитывающего графические, фоностилистические, лексические и синтаксические особенности оригинала, которые выражают его коммуникативные установки.

**Практическая значимость исследования и область применения.**

Результаты исследования могут позволить расширить знания о лингвостилистических аспектах современных англоязычных рекламных слоганов и специфике их перевода на русский язык. Фактический материал и результаты исследования могут найти применение в вузовских курсах по теории и практике перевода, стилистике, при написании курсовых и дипломных работ, а также в переводческой практике.

## РЭФЕРАТ

**Дыпломная праца:** 80 с., 3 главы, 75 крыніц, 3 дадатку.

**Ключавыя словы:** РЭКЛАМНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, СЛОГАН, СТЫЛІСТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ, ЭКСПРЭСІЎНА-АЦЭНАЧНЫЯ ПАТЭНЦЫЯЛ, СТРАТЭГІЯ ПЕРАКЛАДУ.

**Аб'ект даследавання:** англамоўны рэкламны слоган.

Мэта даследавання заключаецца ў выяўленні вербальных кампанентаў англамоўных рэкламных слоганаў на графічным, фонастылістычным, лексіка-семантычным і сінтаксічным узроўнях і асаблівасцяў іх перакладу на рускую мову.

**Метады даследавання:** аналітычны метады, стылістычны аналіз рэкламных слоганаў, аналіз асаблівасцяў перакладу англамоўных рэкламных слоганаў на рускую мову, колькасна-якасны аналіз, параўнальна-супастаўляльны метады.

**Атрыманыя вынікі і іх навізна.** У працы прадстаўлены англамоўны рэкламны слоган як значны інструмент маркетынгу ў сучасным інфармацыйным грамадстве, вызначаны яго стылявыя стратэгіі і стратэгіі перакладу на рускую мову на прыкладзе рэкламных слоганаў тэматычнай накіраванасці "Аўтамабілі", "Касметыка" і "Адзенне". Выяўлена, што пераклад англамоўнага слогана ў асноўным дасягаецца з дапамогай эквівалентнага перакладу, які ўлічвае графічныя, фонастылістычныя, лексічныя і сінтаксічныя асаблівасці арыгінала, якія выказваюць яго камунікатыўныя ўстаноўкі.

**Практычная значнасць даследавання і вобласць прымянення.** Вынікі даследавання могуць дазволіць пашырыць веды аб лінгвастылістычных аспектаў сучасных англамоўных рэкламных слоганаў і спецыфіцы іх перакладу на рускую мову. Фактычны матэрыял і вынікі даследавання могуць знайсці прымяненне ў ВНУ курсах па тэорыі і практыцы перакладу, стылістыцы, пры напісанні курсавых і дыпломных работ, а таксама ў перакладчыцкай практыцы.

## SUMMARY

Diploma project 80 pp., 3 chapters, 75 sources, 3 app.

**Keywords:** ADVERTISING COMMUNICATION, SLOGAN, STYLISTIC FEATURES, EXPRESSLY EVALUATED POTENTIAL OF ADVERTISING SLOGAN, STRATEGY OF TRANSLATION

**The object of the study:** English advertising slogan.

**The aim of the research** is to identify verbal components of English advertising slogans on the phonographic, lexical-semantic and syntactic levels as well as the peculiarities of their translation into Russian.

**Methods used in the research:** analytical method, stylistic analysis of advertising slogans, analysis of translation of English advertising slogans into Russian, quantitative and qualitative analysis, comparative method.

**The results obtained and their novelty.** The work presents the English advertising slogan as a significant marketing tool of the modern information society; it defines its style strategies and strategies for translating into Russian using advertising slogans of the thematic orientation – "Cars", "Cosmetics" and "Clothes". It is revealed that the translation of the English language slogan is basically realized through equivalent translation, taking into account its graphic, phonostylistic, lexical and syntactic features, expressing its original communicative settings.

**The practical value of the research and spheres of application.** The results of the research may allow us to expand our knowledge of the linguistic aspects of modern English-language advertising slogans as well as peculiarities of their translation into Russian. The actual material and results of the research can find application in university courses on the theory and practice of translation, stylistics, for writing of course and diploma projects and translation practice.