

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**  
**Кафедра теории и практики перевода**

**МИЛЬКО**  
Сабина Геннадьевна

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ  
ТЕКСТОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
старший преподаватель  
Е.И. Цвирко

Допущена к защите  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.  
Зав. кафедрой теории и практики перевода  
кандидат филологических наук, доцент Д.О. Половцев

Минск, 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа 50 стр., 2 главы, 32 источников, 4 приложения.

**Ключевые слова:** РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ, СЛОГАН, ЭКСПРЕССИЯ, СОХРАНЕНИЕ ЭКСПРЕССИИ, СРЕДСТВО ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ, ФОНЕТИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ, ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ, СТИЛИСТИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ, КОМБИНИРОВАННЫЙ УРОВЕНЬ.

**Объект исследования:** текст англоязычной рекламы.

**Цель исследования:** выявить основные стратегии и приемы перевода англоязычных рекламных текстов на русский язык и степень сохранения экспрессии в исследуемых текстах при переводе.

**Методы исследования:** метод сплошной и направленной выборки, описательный метод, метод контекстуального анализа, метод качественного и количественного анализа.

**Полученные результаты и их новизна:** В работе установлено, что при переводе рекламных текстов передается не только содержание, но и экспрессия, заключенная в тексте оригинала. В процессе перевода рекламных текстов переводчик решает не только языковые и лингвистические задачи, но и находит пути решения проблем передачи экспрессии, заключенной в тексте оригинала. Данные проблемы перевода непосредственно связаны с семантическими различиями между исходным и переводным языками, их характерными особенностями использования тех или иных языковых приемов в процессе коммуникации.

**Практическая значимость исследования и область применения:** данное исследование может послужить материалом для работы в рамках дисциплин перевода и стилистики. Представленная автором работы классификация рекламных слоганов может использоваться в дальнейших исследованиях.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа 50 стар., 2 раздзела, 32 крыніц, 4 дадатка.

**Ключавыя словы:** РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ, СЛОГАН, ЭКСПРЭСІЯ, ЗАХАВАНАСЦЬ ЭКСПРЭСІІ, СРОДАК ВЫРАЗНАСЦІ, ФАНЕТЫЧНЫ ЁЗРОВЕНЬ, ЛЕКСІКА-ГРАМАТЫЧНЫ ЁЗРОВЕНЬ, СТЫЛІСТЫКА-ГРАМАТЫЧНЫ ЁЗРОВЕНЬ, КАМБІНАВАНЫ ЁЗРОВЕНЬ.

**Аб'ект даследавання:** тэкст англамоўнай рэкламы.

**Мэта даследавання:** выявіць асноўныя стратэгіі і прыёмы перакладу англамоўных рэкламных тэкстаў на рускую мову і ступень захавання экспрэсіі ў доследных тэкстах пры перакладзе.

**Метады даследавання:** метады суцэльнай і накіраванай выбаркі, апісальны метады, метады кантэкстуальнага аналізу, метады якаснага і колькаснага аналізу.

**Атрыманая вынікі і іх навізна:** у рабоце ўстаноўлена, што пры перакладзе рэкламных тэкстаў перадаецца не толькі змест, але і экспрэсія, складзеная ў тэксце арыгінала. У працэсе перакладу рэкламных тэкстаў перакладчык вырашае не толькі моўныя і лінгвістычныя задачы, але і знаходзіць шляхі вырашэння праблем перадачы экспрэсіі, складзенай у тэксце арыгінала. Дадзеныя праблемы перакладу непасрэдна звязаныя з семантычным адрозненнямі паміж зыходнай і пераводнай мовамі, іх характэрнымі асаблівасцямі выкарыстання тых ці іншых моўных прыёмаў у працэсе камунікацыі.

**Практычная значнасць даследавання і вобласць прымянення:** дадзенае даследаванне можа паслужыць матэрыялам для працы ў рамках дысцыплін перакладу і стылістыкі. Прадстаўленая аўтарам працы класіфікацыя рэкламных слогаў можа выкарыстоўвацца ў далейшых даследаваннях.

## SUMMARY

Diploma project 50 pp., 2 chapters, 32 sources, 4 app.

**Keywords:** ADVERTISING TEXT, SLOGAN, EXPRESSIVENESS, PRESERVATION OF EXPRESSIVENESS, MEANS OF EXPRESSIVENESS, PHONETIC LEVEL, LEXICAL AND GRAMMATICAL LEVEL, STYLISTIC AND GRAMMATICAL LEVEL, COMBINED LEVEL.

**The object of the study:** the text of the English-language advertising.

**The aim of the research:** is to identify the main strategies and techniques for translating English-language advertising texts into Russian and the degree of preservation of expressiveness in the texts under study during translation.

**Research methods:** method of continuous and directed sampling, descriptive method, method of contextual analysis, method of qualitative and quantitative analysis.

**The results obtained and their novelty:** The work established that the translation of advertising texts transmitted not only the context, but also the expressiveness contained in the original text. In the process of translating advertising texts, the translator solves not only linguistic problems, but also finds ways to solve the problems of transfer the expressiveness contained in the original text. These translation problems are directly related to the semantic differences between the original and translated languages, their characteristic features of the use of certain language techniques in the communication process.

**The practical value of the research and spheres of application:** this research can serve as material for work in the framework of translation and style. The classification of advertising slogans presented by the authors of the work can be used in further studies.