

**Белорусский государственный университет
Филологический факультет
Кафедра английского языкознания**

Аннотация к дипломной работе
«СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ
РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-СМИ)»

КАЧАНОВСКИЙ РОМАН ВИКТОРОВИЧ,
РУКОВОДИТЕЛЬ БРУЦКАЯ АЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА

2020 год

РЕФЕРАТ

Тема дипломного исследования: «Специфика перевода русских и английских рекламных текстов (на материале интернет-СМИ)».

Ключевые слова: РЕКЛАМА, РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ, ПИСЬМЕННЫЙ ПЕРЕВОД, ИНТЕРПРЕТАЦИЯ, СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ, ЭКСПРЕССИВНОСТЬ, МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ, СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ, СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью изучения языка рекламы как неотъемлемой части современных СМИ и потребностью в повышении уровня переводной и отечественной рекламной продукции.

Объект исследования – русские и английские рекламные тексты.

Предмет исследования – способы перевода рекламных текстов англо- и русскоязычных интернет-СМИ.

Цель исследования – выявление специфики языка рекламы и перевода англоязычной рекламы на русский язык.

Методы исследования: метод сплошной выборки, анализ и синтез, описательно-аналитический метод, сравнительно-сопоставительный метод.

Основные результаты исследования. В ходе исследования были проанализированы англоязычные рекламные тексты с точки зрения сферы употребления, а также с позиции лексики, грамматики и стилистики. Помимо этого, были изучены приемы, используемые в переводе рекламных текстов, выявлены особенности языка рекламы и языковые средства и методы, используемые для перевода и адаптации рекламных текстов.

Новизна полученных результатов заключается в рассмотрении межкультурных вопросов, которые возникают при переводе рекламы с одного языка на другой, а также в выявлении языковых средств и методов, используемых для перевода и адаптации английских рекламных текстов на русский язык на материале интернет-СМИ.

Дипломная работа: 50 страниц, 59 источников, 1 приложение.

РЭФЕРАТ

Тэма дыпломнага даследавання: «Спецыфіка перакладу рускіх і англійскіх рэкламных тэкстаў на (матэрыяле інтэрнэт-СМІ)».

Ключавыя словы: РЭКЛАМА, РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ, ПІСЬМОВЫ ПЕРАКЛАД, ІНТЭРПРЭТАЦЫЯ, СРОДКІ МАЎЛЕНЧАГА ЎЗДЗЕЯННЯ, ЭКСПРЭСІЎНАСЦЬ, МАРФАЛАГІЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ, СІНТАКСІЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ, СТЫЛІСТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ.

Актуальнасць тэмы даследавання абумоўлена неабходнасцю вывучэння мовы рэкламы як неад'емнай часткі сучасных СМІ і патрэбай у павышэнні ўзроўню перакладной і айчыннай рэкламнай прадукцыі.

Аб'ект даследавання – рускія і англійскія рэкламныя тэксты.

Прадмет даследавання – спосабы перакладу рэкламных тэкстаў англа- і рускамоўных інтэрнэт-СМІ.

Мэта даследавання – выяўленне спецыфікі мовы рэкламы і перакладу англамоўнай рэкламы на рускую мову.

Метады даследавання: метада суцэльнай выбаркі, аналіз і сінтэз, апісальна-аналітычны метада, параўнальна-супастаўляльны метада.

Асноўныя вынікі даследавання. У ходзе даследавання былі прааналізаваны англамоўныя рэкламныя тэксты з пункту гледжання сферы ўжывання, а таксама з пазіцыі лексікі, граматыкі і стылістыкі. Акрамя гэтага, былі вывучаны прыёмы, якія выкарыстоўваюцца ў перакладзе рэкламных тэкстаў, выяўлены асаблівасці мовы рэкламы і моўныя сродкі і метады, якія ўжываюцца для перакладу і адаптацыі рэкламных тэкстаў.

Навізна атрыманых вынікаў заключаецца ў даследаванні міжкультурных пытанняў, якія ўзнікаюць пры перакладзе рэкламы з адной мовы на іншую, а таксама ў выяўленні моўных сродкаў і метадаў, якія выкарыстоўваюцца для перакладу і адаптацыі англійскіх рэкламных тэкстаў на рускую мову на матэрыяле інтэрнэт-СМІ.

Дыпломная праца: 50 старонак, 59 крыніц, 1 прыкладанне.

ABSTRACT

The topic of the research: "Specifics of translation of Russian and English advertising texts (based on the materials of Internet-media)".

Keywords: ADVERTISING, ADVERTISING TEXT, TRANSLATION, INTERPRETATION, MEANS OF SPEECH INFLUENCE, EXPRESSIVENESS, MORPHOLOGICAL PECULIARITIES, SYNTACTIC PECULIARITIES, STYLISTIC PECULIARITIES.

The relevance of the research topic is due to the need to study the language of advertising as an integral part of modern media and the need to increase the level of translated and domestic advertising products.

The object of the research is Russian and English advertising texts.

The subject of the research is ways to translate advertising texts of English and Russian Internet-media.

The purpose of the research is to identify the specifics of the advertising language and the translation of English advertising into Russian.

Research methods: continuous sampling method, analysis and synthesis, descriptive-analytical method, comparative method.

Main results of the research. The study analyzed English-language advertising texts from the point of view of the sphere of use, as well as from the point of view of vocabulary, grammar and stylistics. In addition, the techniques which are used in translating advertising texts were studied, the features of the advertising language and the language tools and methods used for translating and adapting advertising texts were identified.

The novelty of the results obtained consists in the study of cross-cultural issues arising during advertising translation from one language into another, as well as in identifying the language tools and methods used for translating and adapting English advertising texts based on the materials of Internet-media into Russian.

Diploma work: 50 pages, 59 sources, 1 appendix.