

ФИЛОЛОГИЯ

Л.М. Жолос, И.С. Герасименко

(Южный федеральный университет. г. Ростов-на-Дону, Россия)

Перевод англоязычных рекламных слоганов: переводческие трансформации

Рассматривается проблема перевода рекламных слоганов с английского на русский язык. В условиях конкуренции и рыночной экономики корректный перевод рекламных слоганов является актуальной задачей. Утверждается, что перевод рекламных слоганов специфичен, он отличается от других видов перевода, поскольку переводчику необходимо учитывать и лингвистические, и лингвокультурологические факторы: историю, реалии, традиции народа-носителя иностранного языка. Обязательным является также сохранение основной идеи слогана, посылы, который транслирует оригинальный слоган. С этой целью при переводе слогана применяются переводческие трансформации. Представлено распределение переводов современных рекламных слоганов по классификации переводческих трансформаций В.Н. Комиссарова. Делается вывод, что наиболее частыми трансформациями являются лексические трансформации.

Ключевые слова: реклама, рекламный слоган, перевод, переводческая трансформация.

04 апреля 2020 г.
