

Марія Іванченко

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ

На сьогоднішній день сферу людської діяльності неможливо уявити без такого явища як реклама. Найбільш цікавим з точки зору вивчення рекламного повідомлення, є слоган. При просуванні продукту в іншій країні виникають мовностилістичні, ліневокультурологічні, мовні та соціолінгвістичні проблеми, вирішення яких залишається за перекладачем. Відтворюючи англійські слогани українською мовою перекладач користується такими трансформаціями як лексична заміна, генералізація, експлікація, додавання, опущення.

Ключові слова: *перекладацькі трансформації, рекламний текст, слоган, контекст, експресивність.*

Today, it is impossible to imagine any sphere of human activity without such phenomenon as advertising. The most interesting in terms of studying the advertising message is slogan. When promoting a product in another country, there are linguistic, linguistic and cultural, linguistic and sociolinguistic problems, the solution of which remains with the translator. Translating English slogans into Ukrainian, the translator uses such transformations as lexical replacement, generalization, explication, addition, omission.

Key words: *translation transformations, advertising text, slogan, context, expressiveness.*

Найчастіше перекладачі для адекватного відтворення рекламних слоганів користуються прийомом лексичної заміни. Існує кілька причин застосування лексичної заміни перекладацької трансформації, не пов'язаних з нормами мови перекладу:

а. Наявність в мові перекладу контекстуального синоніма, здатного посилити екстралінгвістичний вплив слогану:

Experts Easy Application. Expert Results (Kusmi Kiko Brush).

Зручне нанесення. Бездоганий результат.

б. Збереження або модифікація синтаксичної структури і засобів стилістичної виразності оригінального слогану при перекладі українською мовою:

1 Nail = 1 Coat = 1 Second = No Smudge (Bourjois One Second Nail Enamel).

1 Нігтик = 1 Жест = 1 Секунда = 0 Розтікання

с. Виключення вірогідності негативного сприйняття слогану:

Luxury on Your Terms (Планшет Asus ZenPad S 8.0).

Свобода на твоїх умовах

Лексична заміна (вживання при перекладі контекстуального синоніма). Існує дві причини для вимушеного застосування цієї трансформації:

а. Порухення лексичної сполучуваності в мові перекладу у разі використання точного еквівалента:

Clean & Close, Fast Shave (Philips Shaver Series 5000).

Чисте, гладке і швидке гоління

The Smart TV with the Smart Price (Телевізори Toshiba L3 Series).

Розумний телевізор за вигідною ціною

б. Наявність метафоричних прикметників в оригінальному слогані:

Monstrous Sound (Планшет Acer Predator 8).

Неймовірний звук

Surprising Performance. Eye-catching Affordability (Сімейство процесорів Intel Celeron).

Приголомшлива продуктивність. Приваблива ціна.

Як правило, “метафоричні образи в різних мовах дуже відрізняються” [3, с. 195], тому подібні прикметники заміщуються

простими оціночними прикметниками, що, безумовно, призводить до зниження виразності слогана.

Прийом генералізації дозволяє підкреслити важливість рекламованого товару в житті потенційного покупця, оскільки цей прийом “трансформує головним чином доповнення, що вказують на результат, досягнутий завдяки використанню рекламованого товару” [2, с. 81].

Ready for Excellent Graphics (Настільний комп'ютер MSI Aegis Ti).

Готовий до екстремальних навантажень

Classic Lashes with Volume and Curl (Туш для вій Loreal 2000 Calorie Mascara).

Класичний образ плюс обсяг і підкручування

Під експлікацією ми розуміємо заповнення граматичної чи семантичної недостатності при перекладі слогана:

Less is More (Апарат для молекулярної візуалізації Philips Astonish TF).

Низька доза опромінення для турботи про пацієнта.

Прийом додавання в більшості випадків передбачає введення прикметників, що підвищують переконливість рекламного слогана [1, с. 215].

Crafted by Coffee Lovers (Кавові апарати Philips Saeco).

Створено справжніми любителями еспресо

Опущення може стосуватись як самотійних, так і службових частини мови.

а. Опущення самотійних частин мови:

The Secret to Younger Looking Skin (Сироватка Lancome Génifique).

Секрет молодості шкіри

б. Опущення службових частин мови:

Decisive Weapon in the Dark (MSI NightBlade x2 The).

Вирішальна зброя темряви.

У результаті проведеного наукового дослідження нам вдалось виявити основні способи та прийоми перекладу англомовних рекламних слоганів українською мовою. Значна частина слоганів перекладається українською за допомогою лексичних трансформацій, а саме: лексична заміна, генералізація, експлікація, додавання, опущення.

Література

1. Скнарєв Д. С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: семантический, прагматический, маркетинговый аспекты: дис. канд. филол. наук. Челябинск, 2015. 391 с.
2. Ягодкина, М. В. Реклама в коммуникационном процессе. СПб. : Питер, 2013. 304 с.
3. Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press, 2004. 256 p.