

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет іноземних мов

Кафедра міжкультурної комунікації, світової літератури та перекладу

КУРСОВА РОБОТА

з перекладу

**Специфіка перекладу українською мовою англомовних рекламних текстів
та слоганів**

Студентки 4 курсу групи 4ФА1

Спеціальності 035.041 Філологія

(Германські мови та літератури

(переклад включно) перша -англійська

Фіголь Вікторії Вікторівни

Науковий керівник: Брик М.М

асистент

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії: _____

м. Вінниця – 2020 рік

**VINNYTSIA MYKHAILO KOTSIUBYNSKYI STATE PEDAGOGICAL
UNIVERSITY**

Foreign Languages Faculty

Department of Intercultural Communication, World Literature and Translation

TERM PAPER

in translation studies

Specifics of rendering English advertising texts and slogans.

presented by the student

Fihol Viktoria

group 4FA1

specialty: 035.041 Philology

Germanic languages and literatures

(translation included),

the first language - English

Academic advisor:

lecturer Bryk M.

Grade _____ ECTS _____

Examination board _____

Vinnytsia 2020

CONTENT

INTRODUCTION

CHAPTER 1 THE CONCEPT OF ADVERTISING TEXT IN THE THEORY OF LINGUISTICS

- 1.1 Definition of advertising. Advertising text style
- 1.2. Structural and semantic features of advertising texts
- 1.3. Classification of advertising texts

CONCLUSIONS TO CHAPTER 1

CHAPTER 2 PRACTICAL STUDY OF THE SPECIFICITY OF REPRODUCTION OF ENGLISH ADVERTISING TEXTS IN UKRAINIAN

- 2.1. Ways of translating English advertising texts
- 2.2. Specifics of the transfer of means of expression in English advertising

CONCLUSIONS TO CHAPTER 2

CONCLUSIONS

REFERENCE

INTRODUCTION

Since the mid-50's of XX century advertising is an integral part of modern developed society. It is based on information, on the one hand, and beliefs - on the other. These functions can be compared with some basic language functions. Many domestic and foreign scholars define the language of advertising as a special language endowed with a certain set of properties and qualities. Therefore, the language of advertising is an extremely interesting material, the study of which can enrich the theory of linguistic stylistics and provide a complete picture of functional language styles.

Today the researchers focus on lexical features (L.O. Zimina, T.V. Krutko), conceptual structure, syntactic, stylistic, structural-semantic, communicative-pragmatic features of the advertising text (E.P. Isakova, TA Kozina, K.O. Korableva, N.S. Lisa, A.I. Radu), the evaluative component of the text and the linguistic means of expression of evaluation (O.E. Tkachuk - Myroshnychenko, SA Fedorets, J. Leach, etc.). Scientific research by M.K. Apetyan, U.K. Kirmach, OS Baskakova, DM Dobrovolskaya, and A.O. Malysenko is devoted to the problems of translation of advertising texts. However, it is impossible to call this topic exhausted, as this issue is characterized by multifaceted and insufficient study of its manifestations.

The urgency of the work is motivated, thus, firstly, by a small number of such studies, secondly, the growing attention of scholars to the advertising text, and thirdly, the unquenchable interest and importance of considering the specifics of English translation texts. This problem has been and is being posed from different angles, it continues to attract the attention of linguists and translators, and today it cannot be considered sufficiently studied.

The purpose of the thesis is to study the peculiarities of the translation of English advertising texts, which determines the solution of the following tasks:

- to define the concept of advertising text and its style;
- consider the structural and semantic features of advertising texts;
- to investigate the classification of advertising texts;
- to determine the means of expression in advertising texts;

- provide translational characteristics of advertising text;
- identify the principles of translation of advertising texts;
- describe the methods and techniques of transmission of means of expression in advertising texts;
- to conduct a practical study of the peculiarities of the translation of English-language advertising texts.

The object of research is advertising texts in Anglo-American Internet resources.

The subject of the research is the peculiarities of their reproduction in the Ukrainian language.

Research methods. The paper uses a complex technique that combines discursive, text-interpretive, act-speech analysis.

The study was based on a text sample of advertising messages from English-language Internet sites.

The theoretical significance of the work is that the research results and conclusions are a contribution to the further development of text linguistics, pragmalinguistics, translation studies, contributes to the development of problems of language learning as a social phenomenon in close connection with practical human activity.

The practical significance of the work lies in the possibility of using the main provisions of the work and the collected language material in teaching modern English courses, in practical classes on the translation of advertising texts.

Structure of the work: the work consists of an introduction, two chapters, conclusions, a list of reference.

REFERENCE

1. Амири Л. П. Языковая игра в российской и американской рекламе: автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. фил. наук / Л. П. Амири. – Ростов-на-Дону, 2007. – 26 с.
2. Баранник Д. Х. Текст / Д. Х. Баранник // Українська мова. Енциклопедія. – Київ: Вид-во "Укр. енциклопедія" ім. М.П. Бажана, 2007. – С. 704 – 705.
3. Брик М. М. Іншомовні слова в художньому тексті (на матеріалі романів Е. Сафарлі та Л. Морроу). Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2017. Випуск 16. С. 46–52.
4. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів/ Т. Д. Булах. – Харків, 2011. – 224 с.
5. Вінарева О. В. Структурний, семантичний і прагматичний аспекти англomовних торгових назв (на матеріалі веб-сайтів мережі Інтернет): дис. канд. філол. наук: 10.02.04. / О. В. Вінарева. – К., 2005. – 327 с.
6. Герус В. Ю. Гендерна специфіка креолізованих текстів малої форми / В. Ю. Герус, Л. Л. Макарук. – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – С. 140–144.
7. Городецька І. В. Рекламний заголовок та стилістичні засоби в ньому/ І. В. Городецька // Нова Філологія: збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – № 62. – С. 144–148.
8. Джефкінс Ф. Реклама: практичний посібник / Френк Джефкінс; [пер. з 4-го англ. вид.; доп. і ред. Д. Ядіна]. – К.: Знання, 2001. – 456 с.
9. Добросклонская. Т. Г. Вопросы изучения медиа текстов / Т. Г. Добросклонская. – М., 2000. – 184 с.
10. Зелінська О. І. Лінгвальна характеристика українського рекламного тексту: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. філол. наук / О. І. Зелінська. – Х.: Харківський державний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди, 2002. – 17 с.

11. Зирка В. В. Манипулятивные игры в рекламе: Лингвистический аспект: изд. 2-е, испр. / В. В. Зирка. – М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 256 с.
12. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы / Х. Кафтанджиев; [
13. Кожина М. Н. Стилистика в соотношении с лингвистикой текста / М. Н. Кожина // Теория и практика преподавания русского языка и литературы. – М., 1980. – С. 62–68.
14. Колесникова Н. В. Структурні типи рекламних текстів / Н. В. Колесникова // Вісник Запорізького державного університету. – 2000. – № 1. – С. 150–153.
15. Кузнецова Г. Н. Структура и семантические особенности языка американской рекламы (прагматика рекламного текста): дисс. канд. филол. наук: 24.10.1984. / Г. Н. Кузнецова. – М., 1984 – 37 с.
16. Куликова Е. В. Языковая специфика рекламного дискурса / Е. В. Куликова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2008. – № 4. – С. 197–205.
17. Мартинюк А. П. Дискурсивний інструментарій аналізу англомовної реклами / А. П. Мартинюк // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – К.: Логос, 2009. – №3. – С. 159–167.
18. Назайкин А. Н. Рекламный текст современных СМИ: практическое пособие / А. Н. Назайкин. – М.: Эскмо, 2007. – 352 с.
19. Попова Е. С. Рекламный текст и проблемы манипуляции: дисс. ... ученой степени канд. филолог. наук: 10.02.01/ Е. С. Попова. – Екатеринбург, 2005. – 256 с.
20. Ромат Е. В. Реклама: учебник / Е. В. Ромат // [3-е изд., перераб. и доп.]. – Х.: Студцентр, 2000. – 480 с.
21. Сердобинцева Е. Н. Структура и язык рекламных текстов: учеб. пособие / Е. Н. Сердобинцева. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 160 с.
22. Тюрина С. Ю. О понятиях рекламный дискурс и рекламный текст / С. Ю. Тюрина // Вестник ИГЭУ. – 2009. – № 1. – С. 1–3.

23. Bovée C. L. Contemporary Advertising / C. L. Bovée, W. F. Arens. – Boston: Irwin, Inc., [4th ed], 1992. – 573 p.
24. Brandon Gaille Small Bussiness&MarketinG Advice: List of 151 Catchy Business Slogans and Great Taglines [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <https://brandongaille.com/list-129-catchy-business-slogans-and-great-taglines/>.
25. Brandon Gaille Small Bussiness&MarketinG Advice: List of 151 Catchy Business Slogans and Great Taglines [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <https://brandongaille.com/list-129-catchy-business-slogans-and-great-taglines/>.
26. Cook G. The Discourse of Advertising / Guy Cook. – London: Routledge and Kegan Paul, 1992. – 314 p.
27. Dyer G. Advertising as Communication / G. Dyer. – L.: Routledge, 1995. – 140 p.
28. Fletcher W. Advertising: A very short introduction / W. Fletcher. – Oxford, 2010. – 140 p.
29. Lewis Silkin: Adslogans [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <http://www.adslogans.co.uk/ans/creslo02.html>
30. Quiz – 6 TV Adverts – Answers [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <http://www.scopper.co.uk/quiz/quiz6ans.html>
31. The taste of paradise (Bounty). Quiz – 6 TV Adverts – Answers [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <http://www.scopper.co.uk/quiz/quiz6ans.html>
32. Tripwire Magazine: Examples of Catchy and Creative Slogans [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: [https://www.tripwiremagazine.com/50-examples-ofcatchy- and-creative-slogans/](https://www.tripwiremagazine.com/50-examples-ofcatchy-and-creative-slogans/)

