

ФИЛОЛОГИЯ

Попова Ю.В.

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

Техника перевода рекламных текстов, осложненных языковой игрой

Рассматриваются основные способы перевода рекламы, осложненной языковой игрой. Несмотря на пристальный интерес ученых к рекламному дискурсу, многие его аспекты остаются все еще мало изученными. Одним из наиболее актуальных вопросов в лингвистике является точность и адекватность передачи формы и содержания языковой игры, которая под воздействием своих ярких лингвокультурологических особенностей наиболее трудна для транскодирования на другой язык. Для решения этой проблемы, переводчику приходится прибегать к различным способам компенсации, что позволяет сохранить функцию воздействия рекламы во вторичном тексте. К наиболее трудно переводимым следует отнести такую языковую игру, в которой обыгрываются языковые средства, отсутствующие в языке перевода. Основным способом перевода языковой игры является компенсация. При переводе данного феномена, следует выразить и саму форму подлинника – фонетическую и/или графическую. Более того, нередко приходится менять содержательно-смысловые категории.

Ключевые слова: языковая игра, рекламный дискурс, проблема, трансформации, компенсация, перевод.

14 апреля 2014 г.
