

ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2022-94-5-79-87

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ РОССИИ, США, И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

© *Марина Сергеевна Медведева*

*Ростовский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации,
г. Ростов-на-Дону, Россия*

med8744@yandex.ru

Аннотация. Рассматривается роль рекламы в современном мире, в частности политической рекламы русскоговорящих и англоговорящих носителей. Так как политические выборы – это регулярное явление не только на территории России, но и во всем мире, на данный момент, проблема изучения и корректного перевода рекламных текстов политической направленности заслуживает особого внимания и изучения.

Ключевые слова: реклама, политическая реклама, перевод, переводческие трансформации, транслитерацию, транскрипция, конкретизация

Для цитирования: Медведева М.С. Особенности перевода политической рекламы России, США, и Великобритании // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 94. № 5. С. 79-87. doi: 10.18522/2070-1403-2022-94-5-79-87.

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

Features of translation of political advertising in Russia, the USA and the UK

© *Marina S. Medvedeva*

Rostov law institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Rostov-on-Don, Russian Federation

med8744@yandex.ru

Abstract. It is considered the study of the role of advertising in the modern world, in particular political advertising of Russian-speaking and English-speaking speakers. Since political elections are a regular phenomenon not only in Russia, but also around the world, at the moment, the problem of studying and correctly translating political advertising texts deserves special attention and study.

Key words: advertising, political advertising, translation, translation transformations, transliteration, transcription, concretization.

For citation: Marina S. Medvedeva Features of translation of political advertising in Russia, the USA and the UK. *The Humanities and Social Sciences*. 2022. Vol. 94. No 5. P. 79-87. doi: 10.18522/2070-1403-2022-94-5-79-87.

Введение

Реклама – это древнейшее явление, которое возникло в античные времена и развивается в ногу с историей. Так как реклама возникла не одно столетие назад, существует множество различных определений рекламы. Одним из наиболее известных является определение рекламы Американской маркетинговой ассоциации «Реклама – любая платная форма неличного представления и продвижения идей или услуг от имени известного спонсора» [3, 14]. Политическая реклама является одним из самых распространенных видов коммуникативной деятельности в России, особенно в период предвыборных кампаний. Каждая, претендующая на победу, политическая партия затрачивает значительные средства на рекламу их политических концепций. Рекламная деятельность является двунаправленным процессом, в ходе которого граждане сталкиваются с рекламой и дают свою собственную оценку полученной информации. Рекламная деятельность политических субъектов активно влияет на восприятие

политической реальности гражданами [2, 277]. Рекламные сообщения формируют отношение граждан к самой рекламе, политике кандидатов, к избирательскому процессу, а также к политической ситуации в стране в целом [1, 104].

Обсуждение

Наиболее распространенным видом политической рекламы в Российской Федерации является наружная реклама, а именно размещение плакатов, баннеров, билбордов в городской среде. В период предвыборных кампаний, граждане часто сталкиваются с рекламой политических партий или их кандидатов, претендующих на тот или иной пост, на улицах города. Информация, которая размещается на подобных рекламных плакатах, как правило, носит призывной или мотивационный характер; наиболее часто рекламные тексты представлены в виде лозунгов, которые могут стать причиной определенных сложностей для перевода.

В настоящее время в Государственной Думе РФ работают четыре действующие партии: Единая Россия, ЛДПР, КПРФ и Справедливая Россия. Вышеуказанные партии основывают свою рекламную деятельность на основе таких приоритетов, как защита семьи, труда, повышение пенсии, реформа образования и науки, модернизация политической системы, системы здравоохранения. Можно сделать предположение, что в России объектом политической рекламы выступают политические идеи, а не позиционирование политического объединения [4, 134]. Ниже приведены яркие примеры политической рекламы партий:

1. Единая Россия. Слышим людей, сможем сделать. The United Russia. We hear people, we can do it.

В процессе перевода этой политической рекламы нами были использованы такие переводческие трансформации, как замена типа предложения – безличное предложение ИЯ передается в ПЯ простым двусоставным предложением.

2. Единая Россия. Без достойной зарплаты не повысить престиж учителя, этой профессии, важнейшей в любом обществе. В.В.Путин The United Russia. Without a worthy salary, one cannot raise the prestige of a teacher, of this profession, which is the most important in any society. V.V.Putin

При переводе этого рекламного текста мы использовали такие трансформации, замена типа предложения безличное предложения ИЯ переводится двусоставным простым предложением в составе сложноподчиненного предложения (one cannot), нами была сделана грамматическая замена – деепричастный оборот (важнейшей в любом обществе) преобразуется в ПЯ в придаточное предложение (which is the most important in any society), также используется транслитерация при передаче имени собственного (V.V.Putin).

3. Единая Россия. Развиваем для жизни, для людей. 4 декабря выборы депутатов ГД РФ. The United Russia. We develop for life, for people. The 4th of December – elections of the State Duma deputies in the Russian Federation.

В этом примере мы использовали грамматическую трансформацию, мы сделали замену типа предложения – мы заменили простое безличное предложение ИЯ простым двусоставным предложением ПЯ (We develop for life, for people), а также мы перевели словосочетание (State Duma) при помощи приема калькирования.

4. Единая Россия. Будущее за нами! 4 декабря выборы! The United Russia. The future is ours! The 4th of December is the day of elections!

В данном рекламном тексте при переводе нами были использованы следующие переводческие трансформации, а именно замена типа предложения, безличное предложение ИЯ (4 декабря выборы!) было заменено простым двусоставным предложением ПЯ.

5. Внимание к людям – главное в нашей работе. Единая Россия. Attention to people is the main thing of our work. The United Russia.

При переводе этого рекламного текста мы использовали такие переводческие трансформации, как добавление (главное – the main thing).

6. Единая Россия. В основе политики «Единой России» – глубокое понимание государственных интересов страны. В.В.Путин. The United Russia. In the basis of the 'United Russia' policy lies the deep understanding of the state interests of the country. V.V.Putin

В этом примере мы выделили трансформации: конкретизация (*lies the deep understanding*), транслитерация (V.V.Putin).

7. Единая Россия. Строим для жизни, для людей. 4 декабря выборы депутатов ГД РФ. The United Russia. We build for life, for people. The 4th of December – elections of the State Duma deputies in the Russian Federation.

В данном рекламном тексте мы использовали такие переводческие трансформации, замена безличного предложения ИЯ (Строим для жизни, для людей.) простым двусоставным предложением ПЯ, а также мы перевели словосочетание (State Duma) при помощи приема калькирования.

8. КППФ – Заставим вернуть украденное! CPRF – We will force them to return the stolen!

В данном примере мы использовали следующие трансформации: мы сделали замену типа предложения (безличное простое предложение ИЯ (Заставим вернуть украденное!)) мы перевели простым двусоставным предложением ПЯ).

9. Побеждают коммунисты – побеждает народ. Верни время побед – голосуй за КППФ! If communists win – people win. Return the victory times – vote for CPRF!

В этом примере были использованы такие переводческие приемы, как замена типа предложения (сложносочиненное предложение ИЯ (Побеждают коммунисты – побеждает народ.), также в этом рекламном тексте нами была сделана пермутация (мы сделали перестановку слов «время побед» - «the victory times»).

10. КППФ. Власть и собственность – народу! 4 марта выбираем Зюганова. CPRF. Authority and property are to people! On the 4th of March we choose Zuganov.

В процессе перевода этого рекламного текста мы использовали следующие переводческие трансформации: мы сделали грамматическую замену («народу» – «are to people»), замену типа предложения – мы заменили простое безличное предложения ИЯ (4 марта выбираем Зюганова.) простым двусоставным предложением в ПЯ, транслитерацию (Zuganov).

11. Справедливая Россия. План Путина – победа справедливости! The Fair Russia. Putin's plan – the Fair's victory!

В этом примере мы использовали такие трансформации, как грамматическая замена (Путин – Putin's; справедливости – Fair's).

12. Справедливая Россия. 2015: Износ объектов ЖКХ республики – 62%. Наши деньги утекают в трубу – несправедливо. 2016 – время выбрать справедливость. The Fair Russia. 2015: The wear of the Housing and Public Utilities of the republic is 62%. Our money goes to pieces – it is unfair. 2016 – is the time to choose fairness.

При переводе этого рекламного текста мы использовали грамматическую замену (несправедливо – it is unfair).

13. Елена Мизулина, Справедливая Россия. Сила страны в счастье семьи! Elena Mizulina, The Fair Russia. The country's power is in the family's happiness.

В этом примере мы использовали прием транскрипции, а также нами была сделана грамматическая замена (страны – country's; семьи – family's)

В Соединенных Штатах Америки политическая реклама является уникальным явлением, так как она отличается от политических реклам других государств своей формой выражения, распространения и предназначения. Для создания рекламных сюжетов используются самые современные технологии, значительное внимание уделяется современному обществу и молодому поколению, поэтому политическую рекламу США отличают яркость, звучность и актуальность. Наиболее распространенным видом политической рекламы в США является политическая реклама в СМИ, а именно реклама на телевидении. Телевизионные ролики политической направленности регулярно транслируются в эфире телеканалов, побуждая избирателей делать выбор. Реклама на телевидении в ходе предвыборных гонок носит исключительно коммерческий характер.

На данный момент в США функционируют две политические партии: Демократическая и Республиканская партии. Лидирующей партией является Демократическая, основная деятельность которой направлена на внутреннюю политику страны. Так как лидирующие полити-

ческие партии были образованы значительное количество времени назад, они являются всенародно известными, следуя из этого, можно сделать предположение, что объектом рекламирования выступает сама политическая партия или ее лидеры, а не ее политические идеи [4, 134].

В ноябре 2017 года в Нью-Йорке проходили выборы мэра города. Победу одержала Демократическая партия во главе с Биллом де Блазио. Во время предвыборной гонки кандидаты провели широкую рекламную кампанию. Мы рассмотрели наиболее популярные выступления политиков:

1. "I'm Bo Dietl. I started as a cop trying to protect New Yorkers. I risked my life and spilled my blood as a decoy and a homicide detective. I then started a security business in the city which I have run for 33 years. I'm a proud grandfather. I'm running for mayor because you just can't trust this guy de Blasio. He turned his back on dead cops. He'll turn his back on you. Vote for me on Nov. 7. I will not let you down."

«Я, Бо Диетл. Я начал свою карьеру полицейским, пытающимся защитить жителей Нью-Йорка. Я рисковал своей жизнью и пролил свою кровь в качестве приманки для детектива-убийцы. Затем я начал заниматься охранной деятельностью в городе, которой я занимался на протяжении 33 лет. Я гордый дедушка. Я баллотируюсь в мэры, потому что вам просто нельзя доверять этому дяде де Блазио. Однажды он повернулся спиной к мертвым полицейским. Он повернется к тебе спиной. Голосуйте за меня 7 ноября. Я не подведу вас.

При переводе этой политической рекламы мы использовали следующие переводческие трансформации: транслитерацию (Bo Dietl – Бо Диетл), добавление (started as a cop – начал свою карьеру полицейским; started a security business – начал заниматься охранной деятельностью), была сделана грамматическая замена (New Yorkers – жителей Нью-Йорка), транскрипцию (Blasio – Блазио).

2. Ms. Malliotakis. "Four years. That's all it took Bill de Blasio to wreck our quality of life. And now we're hurting. More homeless today than any time since the Great Depression. Shameful. Housing prices and property taxes so high, people struggling. Our subway system is a disaster: 70,000 delays every single month. And now de Blasio has been caught knee deep in a corruption scandal. Four more years of Bill de Blasio? No way."

Мисс Маллиотакис. «Четыре года. Ровно столько времени понадобилось Биллу де Блазио, чтобы опустить наш уровень жизни. И теперь нам больно. Сегодня больше бездомных, чем когда-либо было со времен Великой депрессии. Позор. Цены на жилье и налоги на недвижимость настолько высоки, что люди еле сводят концы с концами. Наша система метро – катастрофа: 70 000 задержек происходят из месяца в месяц. А теперь де Блазио был пойман погрязшим в коррупционном скандале. Еще четыре года Билла де Блазио? Ни за что."

В этом примере были использованы различные лексические и грамматические трансформации: транслитерация с элементами транскрипции (Malliotakis – Маллиотакис; Bill de Blasio – Биллу де Блазио); замена части речи (Shameful. – Позор.); целостное преобразование (people struggling – люди еле сводят концы с концами); а также добавление (70,000 delays every single month – 70 000 задержек происходят из месяца в месяц).

3. Mr. de Blasio's ad. "We've seen his way, using fear and hate as weapons. But here in New York, we're showing the way forward. A 93 percent drop in stop-and-frisk while bringing down crime four years in a row. Murders, robberies and shootings – all down dramatically. Making neighborhoods safer by bringing police and communities closer together. Protecting and respecting every New Yorker. Right now, this is his, but this is yours."

Реклама Мистера де Блазио. «Мы видели его путь, используя страх и ненависть как оружие. Но здесь, в Нью-Йорке, мы продвигаемся вперед. Задержания и обыски снизились на 93 процента, одновременно снизился уровень преступности за четыре года. Убийства, грабежи и расстрелы – все резко сократилось. Обеспечение безопасности в районах путем сближения полиции и сообществ. Защита и уважение каждого жителя Нью-Йорка. Прямо сейчас, это его обязанности, а выбирать это ваши.

В этом примере были использованы следующие переводческие трансформации: транскрипция (Блазио), были сделаны грамматические замены (*while bringing down crime* – одновременно снизился уровень преступности; *making safer* – обеспечение безопасности; *protecting and respecting* – защита и уважение), целостное преобразование (*Right now, this is his, but this is yours* – Прямо сейчас, это его обязанности, а выбирать это ваши). Материалы предвыборных политических роликов были взяты в газете Нью-Йорк Таймс [<https://www.nytimes.com>].

Говоря, о политической рекламной среде Соединенного Королевства ее разделяют на два резко разграниченных сектора печати и вещания. Платная политическая реклама полностью запрещена на телевидении, вместо этого политическим деятелям выделяется бесплатное эфирное время для представления своей политической кампании во время предвыборной гонки. Платная политическая реклама разрешена в прессе и на наружных рекламных носителях (щитах, баннерах, билбордах).

В настоящее время в Парламенте Великобритании наиболее авторитетными являются партии: Консервативная партия, Лейбористская партия и Национальная партия Шотландии. Так как политические партии Великобритании образовались в начале двадцатого века, объектом рекламы политических партий выступает либо сама партия, либо ее лидер [<https://ria.ru>].

8 июня 2017 года в Великобритании были проведены досрочные парламентские выборы. Лидирующей партией с подавляющим числом голосов стала Консервативная партия. Лейбористская партия расположилась на втором месте, главой которой является Джереми Корбин, за ней следует Шотландская национальная партия во главе с Никола Стерджен. Ниже в таблице представлена наружная политическая реклама (заголовки газет, рекламные щиты) вышеупомянутых партий:

1. *Theresa May for Britain. A stronger economy for your future. A plan for Brexit and beyond.* Тереза Мэй за Британию. Усиление экономики для вашего будущего. План Брексит и это только начало.

В этом примере были использованы следующие переводческие трансформации: транскрипция (Тереза Мэй, Брексит), грамматическая замена (*a stronger economy* - сильная экономика), а также целостное преобразование (*A plan for Brexit and beyond.* - План Брексит и это только начало.).

2. *Strong, stable leadership in the national interest with Theresa May.* Сильное, стабильное лидерство для интересов страны вместе с Терезой Мэй.

При переводе этого рекламного текста мы использовали: конкретизацию (*in the national interest* - для интересов страны), транскрипцию (Терезой Мэй).

3. *Vote Labour. To scrap tuition fees.* Голосуйте за Лейбористскую партию, чтобы отменить плату за обучение.

В этом примере мы использовали грамматическую трансформацию объединения предложений, мы объединили два простых предложения ИЯ в одно сложноподчиненное предложения ПЯ.

4. *Don't just hope for a better Scotland, vote for one. SNP. Stronger for Scotland.* Не просто надейтесь на улучшение Шотландии, проголосуйте за неё. Шотландская Национальная партия. Мы становимся сильнее во благо Шотландии.

При переводе этой политической рекламы мы использовали такие переводческие трансформации, как грамматическая замена (*better* – улучшение); конкретизация значения (*one* – неё); а также мы применили прием целостного преобразования (*Stronger for Scotland.* - Мы становимся сильнее во благо Шотландии.)

5. *There are times in the life of a nation when the choices we make define the character of our country. Times when people stand up and demand real, significant change. This is one of those moments. As we leave the European Union, we have the chance to shape a brighter future for Britain. And I believe we have the vision and the plan to do it. That is why I have set out my Plan for Britain. It is a plan to make the most of the opportunities ahead. A plan to make Britain stronger, fairer, more united and more outward looking than ever before. It is a plan for a Global Britain. We will forge a new deep and special partnership with the European Union that gives*

control of our borders, *while trading beyond Europe*, shaping decisions across the globe and working to make the world a safer place. It is a plan for a stronger economy where everyone plays by the same rules. So, we will *fix broken* consumer markets so people keep more of their money and crack down on individuals and businesses who abuse the system. And we will deliver a modern industrial strategy that spreads prosperity and opportunity across the country, while continuing to bring the deficit down so we live within our means. It is a plan for a fairer society where success is based on merit, not privilege. So, we will provide a good school place for every child, deliver more affordable homes and put record investment into the *NHS*. And we will make sure we have a welfare system that rewards work as well as tackling historic injustices like racial and gender discrimination. And it is a plan for a united nation that our children and grandchildren are proud to call home. We will strengthen and protect the precious union of England, Scotland, Wales and Northern Ireland, while acting for the benefit for all the cities, towns, villages and communities across the country. That is my plan for Britain. *A plan to get the right deal for Britain abroad and a better deal for ordinary working people at home. To make the most of the opportunities ahead. And to make Britain a country that works for everyone, not just a privilege few.* Vote Conservative party on Thursday 4th May [<https://inews.co.uk>].

Наступают времена в жизни нации, когда выбор, который мы делаем, определяет характер нашей страны. Времена, когда люди встают и требуют реальных, значительных перемен. Это один из тех моментов. Когда мы выйдем из Европейского Союза, у нас есть шанс создать более светлое будущее для Британии. И я считаю, что *у нас есть видение и план, чтобы сделать это*. Вот почему я разработала свой план для Британии. *Это план для того, чтобы максимально использовать возможности*. План сделать Великобританию сильнее, справедливее, более объединённой и привлекательной, чем когда-либо прежде. Это план для глобальной Британии. Мы *создадим* новое глубокое и особое партнёрство с Европейским Союзом, которое будет контролировать наши границы, *когда мы будем осуществлять торговлю за пределами Европы*, формируя решения по всему миру и работая над тем, чтобы сделать мир более безопасным. Это план для усиленной экономики, где все играют по тем же правилам. Поэтому мы *восстановим непригодные* потребительские рынки, чтобы люди могли сэкономить больше своих денег и расправиться с людьми и компаниями, которые злоупотребляют системой. И мы построим современную индустриальную стратегию, которая пропагандирует процветание и возможности по всей стране, которая сократит дефицит средств, в котором мы живем. Это план для более справедливого общества, где успех основан на заслугах, а не на привилегиях. Таким образом, мы обеспечим хорошее место в школе для каждого ребенка, сделаем жильё более доступным и разместим рекордные инвестиции в Национальную Систему Здравоохранения. И мы убедимся, что у нас есть система благосостояния, которая вознаграждает за работу, а также устраняет исторические несправедливости, такие как расовая и гендерная дискриминация. И это план для единой нации, которую наши дети и внуки с гордостью называют домом. Мы будем укреплять, и защищать священный союз Англии, Шотландии, Уэльса и Северной Ирландии, действуя на благо всех городов, поселков, деревень и общин по всей стране. Это мой план для Британии. *План, чтобы получить выгодную сделку для Великобритании за границей для того, чтобы улучшить условия для обычных работающих людей в стране, чтобы максимально использовать возможности, и сделать Великобританию страной, которая работает для всех, а не только группы людей с привилегиями*. Голосуйте за Консервативную Партию в четверг, 4 мая.

При переводе этого рекламного текста мы использовали такие переводческие трансформации, как грамматическая замена: перевод инфинитивной придаточной конструкции цели (to do it; to make the most of the opportunities ahead) переводится придаточным предложением в составе сложноподчиненного предложения в русском языке (у нас есть видение и план, чтобы сделать это; чтобы максимально использовать возможности.). Также мы использовали прием конкретизации (forge – создаем; fix – восстановим), модуляции (broken – не-

пригодные; at home – в стране), прием дословного перевода (NHS – Национальная Система Здравоохранения); мы сделали грамматическую замену (while trading beyond Europe – когда мы будем осуществлять торговлю за пределами Европы); а также объединение предложений (A plan to get the right deal...to make the most of opportunities...and to make Britain...).

6. *The European Union wants the Brexit negotiations to begin on June 19th that's just 11 days after you vote.* So, whoever is Prime Minister, we need to be ready to enter some of the most important negotiations our country has ever faced. So, at this election your vote will decide who seats in the negotiating chair and *fights* for Britain. It will either be me or *Jeremy Corbyn*. Vote for me and my team and together we can make a successive *Brexit* and make life better for all of us. For the best *Brexit* deal vote *Theresa May* and the Conservatives [<https://www.bbc.co.uk>].

Европейский союз хочет, чтобы переговоры Брексит начались 19 июня, а это 11 дней после голосования. Итак, кто бы ни был премьер-министром, мы должны быть готовы вступить в одни из самых важных переговоров, с которыми когда-либо сталкивалась наша страна. Поэтому на этих выборах ваш голос решит, кто займет место на переговорах и *будет отстаивать интересы* Британии. Это буду я, либо *Джеремии Корбин*. Голосуйте за меня и мою команду, и вместе мы сможем добиться успеха в *Брексит* и сделать жизнь лучше для всех нас. За лучшее соглашение с *Брексит* голосуйте за *Терезу Мэй* и консерваторов.

В этом рекламном тексте мы выделили такие лексические и грамматические трансформации, как прием транскрипции (*Brexit* - Брексит; *Jeremy Corbyn* – Джереми Корбин; *Theresa May* – Тереза Мэй); модуляции (*fights* – будет отстаивать интересы); а также была сделана грамматическая замена (*The EU wants...to begin on June.* – Европейский союз хочет, чтобы переговоры...); грамматическая замена (*after you vote* – после голосования).

7. *Each and everyone of us must step up* for this country, including me in the 34 years since I became a member of Parliament. I've never heard a clear *invitation* for everyone in the country to work together and create a real alternative to our rigged economy that political *leaders can* if they want to create and preserve the space for others to organize and transform countries and their own communities. Whereas insecure leaders want to feel stronger by asking you to give them more power. I recognize strong leadership as equipping you with more power. I'm in this job because I believe there is a better way. It's about rejecting the reassurances and simple slogans from government. It's about sharing ideas and deciding upon real and lasting answers. We have ideas for a better tomorrow and we are getting to respond together. If you want someone to hold this place open for you and help to change the direction of your life in our country, then I'm proud to be the leader of this party but it's only through unleashing our talents, that this country can succeed on the world stage. For the many, not the few [<https://www.theguardian.com>].

Каждый из нас должен встать грудью за эту страну, включая меня в 34 года, когда я стал членом парламента. Я никогда не слышал четкого *призыва* в стране работать вместе и создавать реальную альтернативу нашей сфальсифицированной экономике, которую политические лидеры *могут воплотить в жизнь*, если они хотят создать и сохранить пространство для других, чтобы организовать и изменить страны и их собственные общины. В то время как ненадежные лидеры хотят чувствовать себя сильнее, прося вас дать им больше власти. Я признаю сильное лидерство в качестве оснащения вас большей силой. Я здесь работаю, потому что считаю, что есть лучший способ. Речь идет об отказе от заверений и простых лозунгов правительства. Речь идет об обмене идеями и решении реальных и длительных вопросов. У нас есть идеи для лучшего завтра, и мы собираемся ответить вместе. Если вы хотите, чтобы кто-то держал это место открытым для вас и помогал изменить направление вашей жизни в нашей стране, то я горжусь тем, что являюсь лидером этой партии, но только через раскрытие наших талантов, эта страна может преуспеть на мировой арене. За большинство, а не за меньшинство.

В этом рекламном тексте мы использовали такие лексические трансформации, как модуляция значения (*each and everyone of us* – каждый из нас; *step up* – встать грудью; *invitation* – призыв; ...*leaders can*... – воплотить в жизнь).

8. You don't pass by on the other side when *somebody is in need*. None of us here would pass by on the other side if we saw somebody in a bad state. But we have a Government that gallops by on the other side, gallops by because it doesn't care. The austerity imposed after 2008 has been paid for on the backs of frozen wages, poverty, *bad housing*, underfunding of local government, health and so much else. We can't afford this level of inequality if we're to have justice on our society. We're covering absolutely the whole country. *We're leaving no place and no stone unturned. To get a message out that this country could be very, very different with a Labour Government.* Do you want health? Do you want housing? Do you want care? Do you want a society coming together? We can upset the very powerful on June the 8th by electing a government that will take up challenges we all face everyday. A Labour Government that will invest in the needs and lives of all. *Come together to build the houses. Come together to save the hospitals. Come together to look after the alone and the sick and the elderly.* Let's do it for all those who went before. Let's do it for those who are going to come. Let's do it to build a society that works for all. Do it for the many, not the few [<https://labour.org.uk>].

Вы не проходите мимо, когда *кому-то нужна помощь*. Никто из нас здесь не обойдет стороной, если мы увидим кого-то в плохом состоянии. Но у нас есть правительство, которое скачет галопом мимо, скачет, потому что ему все равно. Аскетизм, введенный после 2008 года, был оплачен на фоне замороженной заработной платы, бедности, *плохих жилищных условий*, недофинансирования местного самоуправления, здравоохранения и так далее. Мы не можем позволить себе такой уровень неравенства, если мы хотим справедливости в нашем обществе. Мы охватываем абсолютно всю страну. *Мы не оставляем места и даже камня, которые не были бы не затронуты для того, чтобы опубликовать сообщение о том, что эта страна могла бы быть кардинально другой вместе с лейбористским правительством.* Вы хотите здравоохранение? Вы хотите жилищные условия? Вы хотите заботы? Вы хотите, чтобы общество шагало вместе? 8 июня мы можем расстроить очень сильную систему, избрав правительство, которое будет решать проблемы, с которыми мы все сталкиваемся каждый день. Лейбористское правительство, которое будет инвестировать в потребности и жизнь всех людей. *Объединяйтесь, чтобы строить дома. Объединяйтесь, чтобы спасти больницы. Объединяйтесь, чтобы заботиться об одиноких, больных и людях в пожилом возрасте.* Давайте сделаем это для всех тех, кто уже не с нами. Давайте сделаем это для тех, кто еще придет в этот мир. Давайте сделаем это, чтобы построить общество, которое работает для всех. Сделайте это для большинства, а не для меньшинства.

При переводе этого рекламного текста нами были использованы различные переводческие трансформации, а именно модуляция значения (*somebody in need* – нужна помощь); конкретизация значения (*bad housing* – плохих жилищных условий; *the elderly* – люди пожилого возраста); целостное преобразование (*We're leaving no place and no stone unturned.* – Мы не оставляем места и даже камня, которые не были бы не затронуты...); был использован прием объединения предложений (*We're leaving no place...to get a message...* – Мы не оставляем... для того, чтобы опубликовать сообщение о том...); а также были сделаны грамматические замены: инфинитивная придаточная конструкция цели (*Come together to build; to save; to look after*) переводится придаточным предложением в составе сложноподчиненного предложения в английском языке (*Объединяйтесь, чтобы строить; спасти; заботиться*).

Выводы

Подводя итог выше сказанному, мы изучили специфику политической рекламы в России, Великобритании и США и выявили, что наиболее распространенным видом политической рекламы в России является наружная реклама, которая размещается в городской среде и носит мотивационно-призывной характер. Что касается Великобритании, там, как и в России, наиболее употребляемой является наружная реклама, потому что на телевидении категорически запрещена коммерческая политическая реклама. В США политическая реклама является уникальным явлением и существует в большинстве случаев в форме видеообращений и рекламных роликов, которые ротируются на телевидении.

Список источников

1. *Быльева Д.С.* Роль политической рекламы в современном обществе // Известия Российского Государственного Педагогического Университета, № 32 (70). Ч. 1. Санкт-Петербург: РГПУ, 2008. С. 104-110.
2. *Дудникова Л.В., Шевченко М.С.* О роли морфологических средств в рекламном тексте (на материале английского и французского языков) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2021. Т. 21. № 3. С. 277-281.
3. *Мудров А.Н.* Основы рекламы. 2-е изд. изд. М.: Магистр, 2008. С.14.
4. *Титов А.С.* "Особенности объекта политической рекламы в избирательном процессе России и зарубежных странах // Приволжский научный вестник. 2016. С. 134.
5. Электронный ресурс. <https://inews.co.uk/news/politics/theresa-mays-brexit-speech-main-points/>. (дата обращения: 28.10.2022).
6. Электронный ресурс. <https://labour.org.uk/people/jeremy-corbyn/>.(дата обращения: 17.10.2022).
7. Электронный ресурс. <https://ria.ru>. (дата обращения: 17.10.2022).
8. Электронный ресурс. <https://www.bbc.co.uk/programmes/b09y34f0>. (дата обращения: 18.10.2022).
9. Электронный ресурс. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/may/26/jeremy-corbyn-prime-minister-eu-brexit-october-general-election>. (дата обращения: 19.10.2022).
10. Электронный ресурс. www.nytimes.com URL: [column/presidential-campaign-ads](http://www.nytimes.com/column/presidential-campaign-ads). (дата обращения: 19.10.2022).

References

1. *Bylieva D.S.* The role of political advertising in modern society // Bulletin of Russia's government-owned teachers university, No. 32 (70). P.1. St. Petersburg: RSPU, 2008. P.104-110.
2. *Dudnikova L.V., Shevchenko M.S.* On the role of morphological means in the advertising text (based on the material of English and French) // Bulletin of Saratov University. A new series. Series: Philology. Journalism. 2021. Vol. 21. No. 3. P. 277-281.
3. *Mudrov A.N.* Fundamentals of advertising. 2nd ed., Moscow: Magister, 2008. P.14.
4. *Titov A.S.* Features of the object of political advertising in the electoral process of Russia and foreign countries // Volga region scientific Bulletin. 2016. P. 134.
5. Electronic resource. <https://inews.co.uk/news/politics/theresa-mays-brexit-speech-main-points/>. (accessed: 28.10.2022).
6. Electronic resource. <https://labour.org.uk/people/jeremy-corbyn/>.(accessed: 17.10.2022).
7. Electronic resource. <https://ria.ru>. (accessed: 17.10.2022).
8. Electronic resource. <https://www.bbc.co.uk/programmes/b09y34f0>. (accessed: 18.10.2022).
9. Electronic resource. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/may/26/jeremy-corbyn-prime-minister-eu-brexit-october-general-election>. (accessed: 19.10.2022).
10. Electronic resource. www.nytimes.com URL: [column/presidential-campaign-ads](http://www.nytimes.com/column/presidential-campaign-ads). (accessed: 19.10.2022).

Статья поступила в редакцию 29.08.2022; одобрена после рецензирования 10.09.2022; принята к публикации 20.09.2022.

The article was submitted 29.08.2022; approved after reviewing 10.09.2022; accepted for publication 20.09.2022.