

**А. Пономарева**

## ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

В современном мире реклама встречается практически везде и охватывает почти все сферы жизни, она оказывает огромное влияние на сознание людей. Актуальность изучения трудностей перевода англоязычного рекламного текста в Интернете обусловлена значимостью рекламы в современном мире и научно-техническим прогрессом, за счет которого Интернет стал идеальной платформой для размещения рекламы.

Существует несколько классификаций рекламного текста в Интернете. Его перевод на русский язык зависит от того, к какой группе мы относим рекламное сообщение.

Следует отметить такие стилистические особенности рекламного текста, как создание образности и экспрессивности для формирования более запоминающегося образа, употребление глагола в форме императива и номинативных предложений с целью сделать рекламный текст ярким и интересным при помощи лаконичных побудительных предложений. Широко распространены приемы параллелизма и повтора, которые придают рекламному тексту стилистическую эффектность и усиливают эмоциональное воздействие на потребителя.

Основные проблемы при переводе интернет-рекламы следующие:

1. Максимально сохранить структуру слогана и учесть особенности языка оригинала.

2. Перевод текста должен быть направлен на язык перевода, на культурные и исторические особенности страны.

3. При адаптации рекламы, слоганов и названий нужно обязательно учитывать особенности восприятия смыслов для конкретной аудитории.

Необходимо отметить, что одной из главных трудностей при переводе является поиск подходящего слова – эквивалента. При переводе с английского языка на русский необходимо учитывать многозначность слов; фразовые глаголы; слова, которые могут выступать разными частями речи; порядок слов и обороты; омофоны; отсутствие аналогичного понятия в русском языке (описательный перевод). Хорошим примером удачного перевода рекламного слогана является передача английского *Gillette. The best a man can get* на русский язык ‘Gillette. Лучше для мужчины нет’. В переводе сохранена короткая и емкая форма, четкий ритм, а главное – рифмовка с названием торговой марки.

Адекватный и полноценный перевод обуславливает правильную, точную и полную передачу содержания оригинального текста, но специалист обязательно учитывает особенности структуры, стиля, лексики и грамматики языка перевода, иногда изменяя оригинальный текст по согласованию с заказчиком.