

**Е. Смирнова**

## ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ БЮРО ПЕРЕВОДОВ

Добиться нужного рекламодателю воздействия на потенциального покупателя помогают рекламные слоганы (РС), которые, в свою очередь, могут иметь ряд особенностей.

Характерной особенностью англоязычных и русскоязычных РС является одновременное использование нескольких средств воздействия. Например:

1) сочетание личностного подхода, который выражается в использовании местоимений первого и второго лица/повелительного наклонения и апелляций, например, к уважению: *Your partner в мир успеха*; к стабильности и уверенности: *Go global with confidence*;

2) сочетание лексики с положительно-окрашенной семантикой и особого синтаксического оформления предложений (односоставные утвердительные предложения): *Гарантия качественного перевода, Your trustworthy translation partner*;

Особенностью английской лингвокультуры является более частое употребление в РС:

1) антитезы: *Many languages... One solution, Many translating services. Little transformations, Many translate. Few transform.*

2) аллитерации: *Bridging the world by breaking the language barrier, We have a way with words*;

3) анафоры: *Word matters. Word masters, Any time. Any where. Any language, Better translation. Better value*;

4) параллелизма: *You train. We translate, We speak your language. We serve your industry.*

Особенностью русской лингвокультуры является более активное употребление в РС следующих средств воздействия:

1) реализации нескольких значений слова одновременно: *Способствуем пониманию!*, при этом один ЛСВ слова *понимание* – это «способность постичь значение слова»; а второй – «проникновение в чьи-либо мысли, чувства, настроение»;

2) гиперболы: *Услуги перевода на все случаи жизни, Знаем все диалекты*;

3) лексики с положительно-окрашенной семантикой: *Высокие технологии перевода, Качество и приемлемые цены, Профессиональная гибкость перевода*;

4) личностного подхода: *Мы говорим на одном языке с заказчиком, Мы находим язык с каждым клиентом, Мы решим Ваши проблемы.*

Таким образом, характерной чертой англо- и русскоязычных РС является их насыщенность разноуровневыми средствами эмоционального воздействия для привлечения внимания адресата при небольших различиях в частотности использования тех или иных средств.